Territoire et communication politique sur le “ web régional breton ”

Mariannig Le Béchec

▶ **To cite this version:**

Mariannig Le Béchec. Territoire et communication politique sur le “ web régional breton ”. Sciences de l'Homme et Société. Université Rennes 2; Université Européenne de Bretagne, 2010. Français. NNT : 2010REN20022 . tel-00551746

HAL Id: tel-00551746
https://theses.hal.science/tel-00551746

Submitted on 4 Jan 2011

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.

SOUS LE SCEAU DE L'UNIVERSITÉ EUROPEENNE DE BRETAGNE

UNIVERSITÉ RENNES 2

École Doctorale - Arts, Lettres, Langues

LAS - Laboratoire d'Anthropologie et de Sociologie (EA 2241)

Territoire et communication politique sur le « web régional breton »

Thèse de Doctorat

Discipline : Sciences de l'information et de la communication

Présentée par Mariannig LE BÉCHEC

Directeur de thèse : Pierre MUSSO

Soutenue en 2010

Jury :

Monsieur Philippe BOUQUILLION, Professeur des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Paris 8, Paris (Rapporteur)

Monsieur Peter STOCKINGER, Professeur des Universités en Sciences du langage, Institut National des Langues et Civilisations Orientales/ Maison des Sciences de l'Homme, Paris (Rapporteur)

Monsieur Dominique BOULLIER, Professeur des Universités en Sociologie, Fondation Nationale des Sciences Politiques, Paris (Examinateur)

Monsieur Érik NEVEU, Professeur des Universités en Science politique, Institut d'Études Politiques, Rennes (Examinateur)

Monsieur Pierre MUSSO, Professeur des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Rennes 2, Rennes (Directeur de thèse)

Mes remerciements à

- Pierre Musso pour son aide et son accompagnement, au niveau de l'élaboration de ce projet de recherche et de sa réalisation.
- Dominique Boullier pour les échanges qui m'ont permis d'avancer à la fois dans le travail empirique et dans la réflexion.
- Membres (chercheurs et doctorants) de l'axe « Innovations, Réseaux et Usages des TIC » du Laboratoire d'anthropologie et de sociologie à l'Université de Rennes 2 pour les échanges lors des séminaires.
- Régis Le Guennec, Anna Jaouen, Mikael Bodloré-Penlaez, Jean-François Le Goff, Christien Demeuré-Vallée, Hervé Irvoas pour leur accueil, les documents fournis et les entretiens qu'ils m'ont accordés.
- Éditeurs de sites web qui mettent en ligne des contenus sur le web, et qui sont la base de ce travail de recherche.
- « Conseil Régional de Bretagne » pour le financement de cette recherche durant 3 ans.
- Simon, pour son aide dans l'installation de logiciels, et pour nos conversations autour de nos travaux de thèse respectifs.
- Bernadette pour la relecture, Tanguy et Iulia pour les corrections des traductions en anglais.
- Ma famille, mes amis pour leur compréhension, leur soutien, indispensables à l'aboutissement de ce travail.

À la mémoire de mon père

Table des matières

Table des matières 7

Introduction 13

PARTIE I. Le « territoire » de la Bretagne sur le web : construction politique et multiplicité des acteurs *33*

1 - Chapitre 1 –

Les différentes acceptions de la dialectique réseaux-territoires **37**

1 - 1 - Le désenclavement par les réseaux 37

1 - 2 - La fracture numérique 41

1 - 3 - La fluidité des données et la banalisation des territoires 44

1) Métrique topographique et topologique 44

2) La banalisation des territoires 47

1 - 4 - La rugosité d'un territoire dans les politiques régionales 50

1) De la technique aux contenus ? 52

2) Une étude de cas : l'association « Dastum » 55

2 - Chapitre 2 –

L'internet, une projection des lieux du territoire de la Bretagne ? **59**

2 - 1 - Le site web n'est pas une gare 59

2 - 2 - La multiplicité des acteurs et des représentations d'un lieu 67

1) La multiplicité des acteurs 67

2) Ce que montre cette typologie des acteurs 69

2 - 3 - Le territoire moteur de la création et de la transposition de contenus sur le web 72

2 - 4 - Du concept de territoire « physique » à celui de « communauté imaginée » 76

1) Retour sur la généalogie du terme « territoire » 76

2) Des communautés imaginées en lien avec un territoire 79

3 - Chapitre 3 –

Méthode pour analyser la présence du territoire de la Bretagne sur le web **85**

3 - 1 - Une méthode de description de l'attachement territorial des sites web 85

3 - 2 - Les sept étapes pour analyser l'attachement territorial d'un site web 93

3 - 3 - Une échelle de classement des signes du territoire transposables sur le web 98

1) Le signe transposable 99

2) Une échelle des différents degrés de l'attachement territorial des signes 101

4 - Chapitre 4 –

Une composition de multiples acteurs et de multiples signes ? **109**

4 - 1 - Un territoire patrimonial, transactionnel ou imaginé sur le web ? 109

4 - 2 - La rencontre des communautés imaginées autour d'un projet web .bzh 113

1) Signe transposable et communauté 113

2) Une rencontre forcée entre territoire « physique » et la mobilisation en ligne 116
3) La mobilisation et la composition des acteurs sur le projet « .bzh » 121
4 - 3 - Demande sociale et/ou politique ? 123
4 - 4 - Transposition de la « fiction instituante » ? 127

PARTIE II. La construction d'un « web régional breton » par les acteurs et par le chercheur 133

1 - Chapitre 1 –
Construction d'un corpus « web régional » : approche empirique et méthodologique 137
1 - 1 - Les structures de base d'un corpus « web régional » 137
1) Face à l'absence de données à l'échelle régionale, quelles méthodes ? 138
2) Une topologie du web en trois couches 143
3) Entrer sur un « web régional » 146
1 - 2 - La constitution d'un corpus « web régional breton » 148
1) Une porte d'entrée sur le « web breton » : annuaire associatif et institutionnel 149
2) Circonscrire l'objet d'investigation : face à la dérive, un retour des limites territoriales ? 150
2) Multiplicité des portes d'accès dans ce corpus : exemple du domaine « culture traditionnelle et culture » en Bretagne 153
3) Rechercher des attributs partagés 155
4) Les pratiques des acteurs sur le web 157

2 - Chapitre 2 –
Première médiation : les moteurs et annuaires de recherche 161
2 - 1 - État des lieux des outils généralistes et régionaux 162
2 - 2 - Une première distinction de classement des références 166
1) Classement par catégorie ou indexation 167
2) Classement par algorithme 171
3) Classement par relevé humain 172
2 - 3 - Typologie des pratiques des annuaires régionaux 174

3 - Chapitre 3 -
Deuxième médiation : les professionnels comme médiateurs et fabricants du web 181
3 - 1 - La réalisation des sites web 181
3 - 2 - Répartition territoriale des éditeurs, réalisateurs et hébergeurs 185
3 - 3 - Spécialisation, compétences et savoir-faire des professionnels et des amateurs 188

4 - Chapitre 4 –
Troisième médiation : Les URL comme procédé de nomination, d'identification et d'attachement territorial des acteurs 193
4 - 1 - L'extension .bzh.bz, une tactique antérieure au projet .bzh 193
4 - 2 - Procédé de Nomination, d'Identification et d'Attachement Territorial 197
4 - 3 - Les signes qui composent l'adresse URL 202
1) Le lieu 204

2) Le signe iconique, de l'abstrait à l'attachement territorial 205
3) La langue 206

5 - Chapitre 5 –

Quatrième médiation : La carte comme procédé de nomination, d'identification et de visualisation 209

5 - 1 - État des lieux d'un procédé de visualisation 209
1) Échelle 210
2) Format 210
3) Contenu 211
5 - 2 - L'information complémentaire 214
5 - 3 - Projection des lieux sur le web ou de l'internaute dans les lieux du web ? 217
5 - 4 - Marquer sa répartition dans l'espace « physique » 224
5 - 5 - « Où je suis » dans une région Bretagne à cinq départements 227

6 - Chapitre 6 –

Cinquième médiation : les liens hypertextes comme procédé de mise en relation 233

6 - 1 - Les formes et les dimensions discursives 233
1) La liste 235
2) La carte 238
3) La publicité 238
4) Dans le corps de texte 240
5) Le contexte d'ouverture des liens hypertextes et les règles de « citation » 241
6) Le rétro-lien 242
6 - 2 - Une répartition par proximité thématique, d'activités, relationnelle ou territoriale ? 244

7 - Chapitre 7 –

Morphologie et dynamiques du corpus « web régional breton » 249

7 - 1 - La morphologie d'un « web régional » 250
1) Vers une « nouvelle » science des réseaux 250
2) Périphéries de graphes : des points isolés à la triade 251
3) Hyperlien réciproque, dyade et triade 258
7 - 2 - Les dynamiques d'un « web régional breton » 265
1) La motricité et la dépendance (Forsé) appliquées à la connexité thématique et territoriale 266
2) Une thématique connexe du corpus « web régional » : le breton 268
3) La diaspora : visibilité et lisibilité de la Bretagne à l'Ecosse 270
4) Complexité des stratégies 273

Partie III. Des dynamiques du corpus « web régional breton » à une institutionnalisation du web ? *279*

1 - Chapitre 1 –

Traitement et classification des signes présents sur le « web régional breton » 283

1 - 1 - De l'inventaire des signes à la signification 283

1 - 2 - Une échelle de l'attachement territorial 288

1) La convocation 289

2) La revendication 291

3) Le rejet 292

4) Le bricolage d'un « cyber fest-noz », ou la dynamique des échanges 294

1 - 3 - Quand la recherche de sens doit prendre en charge l'histoire 297

2 - Chapitre 2 –

La dynamique des signes transposables sur le web 301

2 - 1 - Les signes retenus : du contexte de production au contexte d'usage 301

2 - 2 - La vie d'un drapeau breton sur le web 307

1) Nomination/identification 307

2) La langue 308

3) Le territoire convoqué 311

2 - 3 - Attacher des signes détachés avec un signe transposable 315

2 - 4 - L'attachement territorial sur un temps long 319

2 - 5 - Des dynamiques à une valeur partagée, une doxa ? 322

3 - Chapitre 3 –

Le web comme amplificateur 329

3 - 1 - La langue historique et politique 330

3 - 2 - Le web comme média en breton 333

1) La langue sur le web : la traduction des pages web 333

2) La diffusion du breton : médias traditionnels et web médias 335

3) Mise en scène de la musique, traditionnelle ou actuelle 341

3 - 3 - Le web comme mémoire 344

4 - Chapitre 4 –

Dynamique de l'attachement territorial sur le « web régional breton » 351

4 - 1 - La recherche de notoriété 351

4 - 2 - Les distributeurs de connotations et de signes transposables 355

4 - 3 - Connexité et attachement territorial 359

4 - 4 - Peut-on cartographier un territoire présent sur le web à partir des graphes? 367

5 - Chapitre 5 –

Vers la définition de communautés imaginées : quelle structuration et quelle institutionnalisation du web ? 373

5 - 1 - L'interaction des « styles » de communautés imaginées autour du projet .bzh 373

1) 1er « style » : la communauté de projet imaginée par les porteurs du projet .bzh 375

2) 2ème « style » : la communauté bretonne imaginée devient malléable 379

3) 3ème « style » : la communauté de critères imaginée par l'ICANN 384

5 - 2 - Institutionnaliser le web 387
1) Une fiction circulante 389
2) Du pouvoir de stabilité au pouvoir de prolifération 391
Conclusion Générale 397
Bibliographie 407
1) Ouvrages 407
2) Articles 415
3) Rapports 418
4) Ouvrages et articles : thématique Bretagne 418
5) Communications 421
6) Sources 422
7) Dictionnaire et Encynclopédie 424
Table des illustrations 425
1) Figure 425
2) Tableau 427

Annexes 429
Table des matières annexes 431
1 - Présentation des sites web du corpus restreint 435
1 - 1 - Liste des sites web 435
1 - 2 - Choix des sites web 435
1 - 3 - Justification du choix des sites web selon un principe d'originalité 436
2 - Grille d'analyse des sites web 441
2 - 1 - Étape 1 : Les procédés de nomination et de visualisation 441
2 - 2 - Étape 2 : Composants ou « lieux de… » de la page d'accueil web 442
2 - 3 - Étape 3 : Les scènes et leurs formes discursives 443
2 - 4 - Étape 4 : Le cœur de scénario, attachement thématique et/ou attachement territorial 445
2 - 5 - Étape 5 : L'attachement territorial par le positionnement dans un milieu « physique » et « virtuel » 447
2 - 6 - Étape 6 : Les composants de l'attachement territorial 448
2 - 7 - Étape 7 : La topographie de la page web 449
2 - 8 - Conclusion 449
3 - Annexes partie 1 451
1) L'internet, une projection des lieux du territoire ? Face à une multiplicité des acteurs 451
2) Recensement des illustrations, des accessoires du « web régional » breton 451
4 - Annexes Partie 2 457
1) La cohérence des données collectées dans les moteurs et annuaires de recherche « généralistes » ? 457
2) Une première distinction de classement des références/ Classement de relevé humain 458
3) Les pratiques des acteurs et non la consultation 458

4) État des lieux des annuaires et moteurs de recherche « régionaux » 459
5) Répartition territoriale des éditeurs et réalisateurs 460
6) Spécialisation, compétences et savoir-faire des professionnels et des amateurs 460
7) L'extension .bzh.bz, une tactique antérieure au projet .bzh 461
8) Les cartes comme procédé de nomination, d'identification et de visualisation 461
9) Projection des lieux sur le web ou de l'internaute dans les lieux du web ? 464
10) Les hubs 465

5 - Annexes partie 3 467
1) Chronologie du drapeau breton et Gwenn-ha-du 467
2) Les procédés de visualisation multimédia (son) et les procédés de visualisation (vidéo) 467
3) Les langues des sites web 470

6 - Utilisation de Navivrawler 471
1) La navigation 471
2) Traiter les données 472
3) Document installation pour exploitation fichier GDF (exportation Navicrawler) 473
4) Exemple site web *antourtan.org* 475

7 - Entretien Christian Demeuré-Vallée, Chargé de mission, association « Bretagne Prospective » 477

8 - Entretien Jean-François Le Goff, Attaché parlementaire de Christian Ménard, député UMP 493

9 - Entretien Mikael Bodlore-Penlaez, initiateur pétition en ligne pour le .bzh 500

10 - Entretien ANNA JAOUEN, chargée de communication à l'association « DASTUM » 507

11 - Entretien Mikael Bodlore-Penlaez, éditeur de *geobreizh.com* 515

12 - Entretien Régis Le Guennec, directeur de l'agence de communication MBA Multimédia 523

13 - Champ thématique de la Bretagne 529

14 - Grille d'analyse du site web *antourtan.org* 533

15 - Grille d'analyse de *tourismebretagne.com* 561

16 - Descriptif contenu DVD 591

Introduction

Parfois le musicien souhaite changer d'instrument. Depuis dix ans, ses yeux déchiffrent, lisent, se détachent des mêmes partitions. Ses doigts se positionnent aux mêmes emplacements sur l'instrument. Le musicien produit des ondes qui frottent l'air pour essayer de produire le même son ou l'améliorer. Toutefois, aujourd'hui, le musicien a choisi de passer de la cornemuse à la flûte traversière. L'instrument, la position des doigts, le souffle, les lignes des notes sur la partition ne sont plus les mêmes. Désorienté, le musicien doit réapprendre à écouter, à sentir, à maîtriser et à faire vivre de nouvelles sonorités. Le musicien peut de nouveau se détacher de sa partition, glisser ses doigts sur son instrument et chercher de nouvelles sonorités. Puis, un jour, le musicien fredonne une ancienne mélodie qu'il jouait à la cornemuse. Prenant son courage à deux mains, entre papier et essai avec son nouvel instrument afin de jouer sur la hauteur des notes, le musicien doit changer de tonalité, transposer l'ancienne mélodie de si bémol majeur en sol mineur. Il calcule les intervalles dans l'intention de mieux se rapprocher de la mélodie initiale. Toutefois, le musicien ne peut pas éviter l'altération de certaines notes. Toute transposition oblige une altération de certaines notes. Le musicien le sait mais par moments, il ne peut pas s'y résoudre.

Dans le cadre de cette thèse, il conviendrait d'imaginer que le musicien-doctorant se retrouve face à une nouvelle partition, une transposition de territoire « physique » en territoire « web ». Le territoire « physique » est le territoire au sens où il est pratiqué tous les jours dans l'espace « concret », « matériel » ou « réel ». Le territoire « web » est le territoire situé derrière la porte http://www. Le musicien-doctorant doit comprendre comment et pourquoi le territoire « physique » fonctionne aujourd'hui avec certaines notes, certaines partitions. Puis, le musicien-doctorant doit chercher comment des milliers d'autres musiciens jouent sur la hauteur des notes ou autres éléments afin de transposer un territoire « physique » en territoire « web ». La transposition oblige une altération de certaines notes. Quelles seraient les altérations entre un territoire « physique » et un territoire « web » ? Quelle méthode, quelles règles le musicien qui maîtrisait le territoire « physique » pourrait-il tester pour s'approprier un territoire « web » ? Quelle note, quel son ne pourra-t-il pas retrouver sur son nouvel instrument ? D'ailleurs, le territoire « physique » est-il tout simplement transposable en territoire « web » ?

La fin des territoires[1] a été décrite en 1996. Pourquoi cette thèse maintient ce terme de territoire, et questionne à nouveau le rapport entre réseau et territoire ? Cette notion de territoire ne serait-elle pas obsolète face au cyberespace, aux univers virtuels, tel que *Second Life* ? Peut-on convoquer simultanément deux éléments dissemblables et apparemment inaccordables que sont le territoire d'une région, du subnational, d'une superficie de 27 208 km², à l'extrême ouest de la France, du continent européen, d'un côté et des réseaux de communication électroniques qui parcourent la planète, de l'autre ? Le rapport entre réseau et territoire a été analysé dans de nombreux ouvrages et par de nombreux auteurs depuis le milieu des années 1990. Toutefois dans le couple réseaux et territoires, nous introduirons une troisième variable, les acteurs, pour analyser le triptyque : réseaux, acteurs, territoires.

En 2002, Yves Crozet, Guy Joignaux, Pierre Musso soulignaient que « *la multiplication des réseaux de communication, de transports et d'énergie a pour conséquence de réaménager le territoire. Réseaux et territoire se superposent, se recomposent et s'hybrident, engendrent de nouvelles formes de spatialité et de temporalité* »[2]. Nous introduirons les pratiques des acteurs de ces nouvelles formes de spatialité et de temporalité entre le territoire « physique » et le territoire « web ». Ces pratiques s'appuient notamment sur le numérique. Le numérique fait converger l'information, son support et son transport. L'outil de communication, le service, la correspondance personnelle, la discussion semblent s'agréger dans une ou des technologies, voire dans un objet numérique, comme les téléphones mobiles, et autre smartphone.

Ainsi, dans le rapport entre réseau et territoire, le réseau n'est pas uniquement un réseau de transport invisible d'échanges instantanés de flux immatériels. Le réseau comprend également une architecture technique et un outil permettant la production et la circulation de contenus. Ainsi dans le triptyque, réseaux, acteurs et territoires, les acteurs deviennent des producteurs de contenus. En quoi cette situation diffère-t-elle des précédents réseaux de communication ? L'infrastructure de réseau pour les médias, plus précisément les médias de masse privilégiait un émetteur unique à destination de multiples récepteurs selon un principe de diffusion unidirectionnelle. Mais l'internet n'est pas un réseau unidirectionnel (broadcast) mais il a été pensé comme un réseau distribué. En 1964, Paul Baran imagine la structure de base de l'internet comme un réseau maillé distribué où chaque nœud assure une redondance partielle du message, un stockage bref et une possibilité de variantes dans les chemins du message entre deux noeuds. À cette structure de base, est associée la commutation par

[1] Bertrand Badie, *La fin des territoires*, Paris, Fayard, 1995, 276 pages.

[2] Pierre Musso, (sous la dir.), *Le territoire aménagé par les réseaux*, Paris, DATAR/Éditions de l'Aube, 2002, 275 pages.

paquets, ou découpage des données d'un message, inventée par Paul Baran et Donald Watts Davies. « *Comprendre la topologie de l'internet est un préalable pour concevoir des outils et des services qu'offre une infrastructure de communication rapide et fiable.* [3]» Nous pourrions ajouter à la proposition d'Albert-László Barabási, que dans le rapport internet et territoire, cette topologie de l'internet est un préalable.

Pour l'instant, afin de mettre en perspective la distinction entre diffusion unidirectionnelle et la topologie de l'internet, reprenons très brièvement l'histoire contemporaine. Cette brève histoire présente la place de plus en plus grande prise par les acteurs dans le rapport internet et territoire. En effet, avant l'arrivée de l'internet, les médias reposaient principalement pour la diffusion nationale ou internationale sur des infrastructures nécessitant des moyens financiers et techniques importants. Il existait des télévisions, des radios et des journaux locaux ; néanmoins l'amateurisme avait une place très limitée. Aujourd'hui, la création d'un blog[4] permet, par exemple, de partager des idées personnelles, sans impératifs professionnels (information journalistique ou de communicants) ou politiques, à l'échelle planétaire et non plus locale, en faisant fi des obstacles linguistiques et réglementaires de certains pays. Par rapport, à un « quatrième pouvoir[5] » relativement centralisé reposant sur une diffusion unidirectionnelle, le numérique et la topologie du réseau font de l'ensemble des individus connectés à l'internet, un « pouvoir distribué », *i.e.* sans isomorphie et sans asymétrie vis-à-vis de la diffusion unidirectionnelle. Ce « pouvoir distribué » doit être compris comme la capacité d'un ensemble d'individus à voir, à enregistrer et à mettre en circulation des contenus sur le web en complément de la diffusion unidirectionnelle. Cette parole individuelle circule sur l'internet, elle est mise en forme avec les technologies numériques, en somme, elle devient partageable et partagée. Ce « pouvoir distribué » prend en charge la multiplicité des acteurs, qu'ils soient éditeurs de sites web, internautes, créateurs de sites web. Après ce préalable sur la topologie de l'internet et la place de l'acteur, nous allons préciser le territoire considéré dans ce rapport internet et territoire.

La présente thèse est née suite à un entretien avec Yves Morvan, Président de la section « Prospective » au Conseil économique et social Régional de Bretagne, en 2005. Il nous décrivait dans un entretien traitant de la politique de réseau en Bretagne, la construction d'un « mythe mobilisateur » en Bretagne autour de signes, de symboles « identitaires » par les

[3] Albert-László Barabási, *Linked,* New-York, Plume, 2003, p.145.

[4] Un weblog (mot-valise anglais issu d'une contraction de web et log, log désignant les journaux de bord de la marine et l'aviation américaine) est un site web sur lequel une ou plusieurs personnes s'expriment librement, sur la base d'une certaine périodicité. Dans son usage francophone comme anglophone, weblog est fréquemment raccourci en blog. Disponible sur [fr.wikipedia.org/wiki/BLOG].

[5] Eliséo Véron, Médiatisation du politique : stratégies, acteurs et constructions des collectifs, in Arnaud Mercier, *La communication politique*, Paris, Hermès, 2008, p. 72.

Bretons. Cet entretien avait pour thème l'action politique, toutefois l'interlocuteur semblait y associer l'ensemble des Bretons. Nous avons été intrigués sans trop savoir, à l'époque, ce que notre interlocuteur pouvait sous-entendre. Dans le dépôt du projet de thèse, en 2006, cette dimension « identitaire » avait été quelque peu mise en retrait par rapport au rôle des collectivités locales et régionales dans la production de services et de contenus en ligne, sur l'internet, ou plus précisément le web. Dans la lignée de l'ouvrage d'Isabelle Paillart[6], notre recherche visait à confronter les actions mises en œuvre pour le développement des réseaux de Technologies d'Information et de Communication (TIC) aux représentations sociales et culturelles qu'elles véhiculent et développent chez les acteurs politiques à ce sujet et sur les réseaux de communication. Le territoire pouvant être défini en tant que système évolutif de représentations collectives, une nouvelle territorialité bretonne était-elle en train de se (re)composer à l'occasion de l'explosion des réseaux de communication électroniques?

« Le territoire construit est réapproprié, pratiqué, vécu par des populations qui n'ont pas forcément participé à son élaboration : ainsi est désignée la territorialité. Celle-ci reflète les dimensions multiples du vécu territorial par les membres de la collectivité : les acteurs vivent à la fois le procès territorial et le produit territorial à travers un système de relations productivistes (liées à la ressource) ou existentielles (relevant de la construction identitaire, donc de la représentation). La territorialité peut être définie comme un ensemble de relations prenant naissance dans un système tri-dimensionnel (société-espace-temps), en vue d'atteindre la plus grande autonomie possible avec les ressources du système. Elle est donc constituée de relations médiatisées, symétriques ou dissymétriques. Il ne s'agit pas d'un simple lien direct à l'espace, d'un marquage éthologique en quelque sorte, mais bien d'un rapport entre groupes sociaux pour la production, la consommation et l'échange de biens matériels ou symboliques. [7]»

Ainsi, la territorialité dépend des acteurs qui produisent, consomment, échangent des biens matériels et symboliques. Si cette territorialité existait sur internet, il convient de prendre en compte non pas un acteur politique précis mais en raison du « pouvoir distribué », un ensemble d'acteurs. Nous devrons également comprendre ce que les acteurs produisent et échangent. Quels sont les biens produits et échangés sur le web ? Nous avons opéré un premier déplacement par rapport à la fin des territoires, en cherchant ce qui reste de la territorialité sur le web. Dans le premier chapitre de cette thèse, nous développerons différentes approches du rapport réseau et territoire afin d'expliciter cette première hypothèse : ce réseau est-il territorialisé ?

[6] Isabelle Pailliart, *Les territoires de la communication*, Grenoble, PUG, 1993, 276 pages.

[7] Jean-Marc Offner, Denise Pumain, (sous la dir.), *Réseaux et territoires*, Paris, Éditions de l'Aube, 1996, p. 118.

En nous intéressant aux acteurs capables de territorialiser le web, l'une des questions portait sur le rôle d'une collectivité territoriale, précisément le « Conseil régional de Bretagne », dans la formation de cette nouvelle territorialité bretonne. Un an plus tard, l'actualité nous confortait dans cette approche. En septembre 2007, le « Conseil Régional de Bretagne » organisait à Paris, autour d'une manifestation culturelle intitulée « Breizh touch », ou esprit Bretagne, un défilé d'ensembles de musique (Bagad) et de danses bretonnes (cercles celtiques) sur les Champs-Élysées, à Paris. Dans le territoire « physique », cette collectivité territoriale semblait donc avoir des initiatives. Qu'en était-il sur l'internet ? Cependant, Françoise Morvan écrivait alors que le logotype de cette manifestation, une tour Eiffel transformée en phare, rappelait le logotype d'une association « Produit en Bretagne » qui serait en lien avec le mouvement pan-Européen[8]. Nous n'avions pas pour terrain de recherche le territoire, au sens « physique » (par exemple, un défilé sur les Champs-Élysées), mais le réseau où les contenus des acteurs sont visibles : le web. Pourtant, nous avons douté, n'étions-nous pas face effectivement à ce qui est nommé le repli identitaire, le communautarisme voire la manipulation des signes, des symboles ? Or ces signes, un phare par exemple, sont présents dans les contenus mis en ligne sur le web par les acteurs. Nous tenterons donc de comprendre la production par les acteurs et la circulation de signes, en supposant qu'ils sont les biens produits et échangés de la territorialité sur le web. Nous étudierons donc ces signes dans le cadre d'une analyse sémiotique de sites web mis en ligne par les acteurs. Et, il apparaît par cet exemple de logotype (un phare) que la signification n'est pas verrouillée. Ce signe signifie-t-il la dimension maritime de la péninsule bretonne ou le mouvement pan-Européen ? Quelle est la définition d'un signe ?

« *Je rappellerai donc que toute sémiologie postule un rapport entre deux termes, un signifiant et un signifié. Ce rapport porte sur des objets d'ordre différent et c'est pour cela qu'il n'est pas une égalité mais une équivalence. Il faut ici prendre garde que contrairement au langage commun qui me dit simplement que le signifiant exprime le signifié, j'ai affaire dans tout système sémiologique non à deux, mais à trois termes différents ; car ce que je saisis ce n'est nullement un terme l'un après l'autre, mais la corrélation qui les unit : il y a donc le signifiant, le signifié et le signe, qui est le total associatif des deux premiers termes.*[9] »

Roland Barthes définit le signe dans cette corrélation entre signifiant et signifié, qu'il applique au mythe. « *Le signifiant du mythe se présente d'une façon ambiguë : il est à la fois sens et forme, plein d'un côté, vide de l'autre. Comme sens, le signifiant postule déjà une*

[8]Françoise Morvan, Breizh Touch au grisbi, *Libération*, 21 septembre 2007, disponible sur http://www.liberation.fr/tribune/0101111357-breizh-touch-au-grisbi.

[9] Roland Barthes, *Mythologies*, Paris, Éditions du Seuil, 1957, p. 185.

lecture […]. Le sens est déjà complet, il postule un savoir, un passé, une mémoire, un ordre comparatif de faits, d'idées et de décisions. En devenant forme, le sens éloigne sa contingence ; il se vide, il s'appauvrit, l'histoire s'évapore, il ne reste plus que la lettre. […] Le sens contenait tout un système de valeurs : une histoire, une géographie, une morale, une zoologie, une Littérature. La forme a éloigné toute cette richesse : sa pauvreté nouvelle appelle une signification qui la remplisse. [10]»

Nous ne questionnerons pas ici la forme et le concept du mythe. Néanmoins sur le web, nous chercherons à définir la signification des signes, ces éléments transposés entre le territoire « physique » et le web par les acteurs. Nous chercherons à comprendre pourquoi ces signes n'ont pas toujours la même signification. La difficulté que nous rencontrerons est que l'infrastructure de réseau est un réseau distribué, et la signification est loin de s'insérer dans un système fermé. Le mythe est un système fermé : un contexte historique, géographique par exemple. Mais sur le web, quel est le système ? Où est la limite ? Ces signes sont mis en scène sur de multiples sites web, et il existe des variantes entre ces sites web. Pourtant, selon nous, ces sites web mis en ligne par les acteurs lient le réseau et le territoire, nous devons essayer de comprendre comment. De même, comment deux logotypes mis en ligne par deux acteurs différents peuvent-ils avoir un quelconque lien ? Leur unique lien est de faire référence à un territoire, à leur manière et à différents degrés, ce que nous chercherons à définir. Mais ils font référence à un territoire, la Bretagne.

Le territoire « physique » considéré est donc celui de la Bretagne, où découpage administratif et référence à l'héritage historique par les acteurs sont parfois en contradiction. D'une superficie de 27 208 km², la Bretagne depuis 1972 compte 2730 km de côtes, ce qui équivaut à un tiers du littoral français. Région administrative depuis la loi du 5 juillet 1972, elle est composée de quatre départements suivant la base des circonscriptions d'action de 1955 ou du découpage des Régions Programmes en 1956. Ce découpage administratif à quatre départements diffère dans ses limites des anciennes frontières ducales de la Bretagne. Aujourd'hui, des manifestations sont organisées pour demander un rattachement du département de la Loire-Atlantique (dans lequel est située la ville de Nantes) à la Région Bretagne. Cette seule variation récente montre l'ambiguïté quant à la définition des frontières de la Bretagne alors que le territoire est communément défini comme stable avec des frontières fixes. Et, elle montre que les signes faisant référence à un même territoire peuvent varier dans leur signification : un territoire à quatre ou à cinq départements. Or, par territoire institutionnel, selon Denise Pumain et Jean-Marc Offner, « *on entend ici une aire bornée qui définit et délimite une communauté sur laquelle s'exerce un pouvoir politique chargé de*

[10] Roland Barthes, *Mythologies*, pp. 190-191.

missions de contrôle et d'allocation [11]», comme le territoire des États, des communes, des régions. Et sur le web, quelles seraient les bornes, les limites d'un territoire ? Le territoire devient-il poreux ? En traitant de la porosité entre web et territoire, nous pourrions convoquer les clichés de la rencontre entre réseaux et territoires définis par Denise Pumain.

« *Légèreté et liberté des structures en réseau, attachement et solidité de l'appropriation territoriale. Être en réseau, dans un territoire à vivre… Le réseau, véhicule des relations à distance via la connexité, s'opposerait-il au territoire, support continu des liens de la proximité ? Voire. À l'ère des médias, d'Internet et du virtuel, les réseaux couvrent entièrement de vastes surfaces et partout s'insinuent, tandis que les territoires perdent leur matérialité sensible et de leur continuité pour s'abstraire en représentations mentales et se disloquer entre des appartenances multiples.* [12]»

Ces représentations mentales peuvent-elles alors être qualifiées d'imaginaire, de réalité vécue, ou soutenir une revendication parmi d'autres? Ainsi, le territoire breton ou l'image de la Bretagne apparaissent comme équivoques et cette question des cinq départements sera évoquée à travers l'analyse de sites web. L'ambiguïté des frontières de ce territoire apparaît lorsque certains sites web ayant pour vocation de valoriser la culture bretonne intègrent ce département de la Loire-Atlantique dans leurs actions, leur discours ou les cartes mises en ligne.

Mais surtout comment qualifier l'espace où ces sites web sont présents ? Est-ce encore un territoire ? Entre territoire, territorialité, espace, lieu, paysage et site ou site web, il faudra baliser succinctement notre chemin. Car les discours qui entourent les réseaux de communication et plus particulièrement l'internet recourent à un vocabulaire pléthorique entraînant une confusion des termes et des notions, nous prévient Anne Cauquelin[13]. De même, nous devrons baliser notre chemin à travers les diverses approches de la convocation simultanée territoire et internet, en fonction de divers auteurs de différents champs scientifiques. Nous reviendrons dans la première partie, sur l'étymologie du terme territoire et sur les différentes composantes de la composition territoriale, identitaire et linguistique. L'objectif est de discuter ces termes dans le cadre de la numérisation des territoires, avec l'arrivée d'un nouvel acteur, l'internaute. Car là est l'enjeu de notre problématique : l'acteur politique est-il l'unique acteur ? Est-il l'acteur capable de transposer sa capacité à contrôler un territoire « physique » sur le web ?

[11] Jean-Marc Offner, Denise Pumain, (sous la dir.), *Réseaux et territoires*, Paris, Éditions de l'Aube, 1996, p. 29.

[12] Jean-Marc Offner, Denise Pumain, (sous la dir.), *op. cit.*, p. 13.

[13] Anne Cauquelin, *Le site et le paysage*, Paris, PUF, 2002, 191 pages.

Le web peut-il être territorialisé ?

Une évolution du cadre législatif dans le secteur des télécommunications à l'échelle nationale et régionale, depuis les années 1990[14], conduit les collectivités locales ou territoriales à se positionner sur ce secteur. Elles souhaitent favoriser un accès équitable aux technologies de l'information et de la communication (TIC) et un développement économique et social à partir de ces technologies. L'accès équitable à l'information en ligne est l'une des questions qui préoccupe les concepteurs de site web, notamment pour des institutions publiques, telles qu'une mairie[15]. Le développement de l'i-administration, des téléprocédures, etc. n'évacue pas le fait qu'aujourd'hui une certaine catégorie de la population reste en dehors de l'accès à ces technologies. La Région administrative tend à jouer un rôle de plus en plus prégnant en matière d'établissement d'infrastructures de réseau et d'émissions de contenus, d'offre de services sur ces réseaux de communication. L'accès aux TIC entre dans une perspective de positionnement stratégique à l'échelle nationale, européenne voire internationale. Autour de ces technologies, de leurs implantations et de leurs développements, il existe certaines logiques de gestion collective du territoire. Mais face à cette logique de gestion d'infrastructures techniques de réseau, d'accès à l'information, de nombreux acteurs différents mettent des contenus sur le web en lien avec un territoire « physique ».

Le réseau internet est un système technique qui modifierait les rapports au territoire à travers de « nouvelles formes de spatialité et de temporalité[16] ». Le même terme de réseau s'applique aussi à des groupes, à des communautés : ainsi parle-t-on de « réseaux sociaux » ou de « sociabilité ». La vision techno-logique qui s'appuie sur l'analyse des réseaux techniques n'incorpore pas les dynamiques socio-logiques de ces réseaux composés par des acteurs pour communiquer. Les réseaux à la fois techniques et sociaux parcourent les espaces et s'inscrivent dans une certaine forme de territorialité, non pas virtuelle ou désincarnée, mais dans une réalité géographique et sociale. Nous faisons donc l'hypothèse d'une territorialisation du réseau technique qu'est internet, et plus précisément du World Wide web. La territorialisation est entendue comme un « *processus qui identifie les pratiques sociales en un lieu donné* », selon la définition fournie par Denise Pumain et Jean-Marc Offner[17]. Nous chercherons à identifier ces pratiques des acteurs présents sur des sites web, en tenant compte

[14] Pierre Musso, Critique de la notion de « territoires numériques », *Quaderni*, n°66, printemps 2008, p. 16.

[15] Bertrand Cabedoche, Florence Le Cam, Denis Ruellan, L'information de service public, Rapport mai 2006, disponible sur <http://www.marsouin.org/article.php3?id_article=106>, consulté le 15/03/07.

[16] Pierre Musso, (sous la dir.), *Le territoire aménagé par les réseaux*, Paris, DATAR/Éditions de l'Aube, 2002, 275 pages.

[17] Jean-Marc Offner, Denise Pumain, *Réseaux et territoires*, p. 176.

à la fois des dynamiques de connexité du territoire « web », et des dynamiques de contiguïté et de continuité du territoire « physique ». Les pratiques des acteurs qui participent à la territorialisation du web se juxtaposent-elles ou sont-elles susceptibles de se rencontrer, d'entrer en interaction ?

En effet, à l'heure actuelle, une ville par exemple peut dans le cadre de la création d'un site web faire appel à des prestataires de services, des cabinets de conseil ou d'expertise. Des sites web sont également mis en ligne par des associations, des organismes promouvant le territoire régional ainsi que sa culture. Ces éditeurs de sites web véhiculent de ce fait une image qui leur est propre et qui, toutefois, peut être partagée avec d'autres éditeurs. L'acteur politique en charge du territoire de cette ville possède-t-il les capacités de structurer l'ensemble des acteurs ? Cet acteur institutionnel peut-il gérer un ensemble de signes ou être l'initiateur de ces signes qui circulent ? Les échelons territoriaux (Conseil Régional, Conseil général, Communauté de Communes, Agglomération, Pays…), dont la multiplication est nommée la recomposition territoriale[18], se sont aussi dotés de sites web. Les pratiques des acteurs non institutionnels participent au développement de ce réseau de communication en région, et peut-être à la recomposition d'un territoire sur le web. Mais le territoire institutionnel est associé à un pouvoir politique comme nous l'avons précédemment souligné à partir de D. Pumain et de J-M. Offner.

L'hypothèse est donc : le web peut-il être territorialisé par la prise en charge d'une instance politique légitime ? Le « Conseil régional de Bretagne » exercerait alors les « missions de contrôle et d'allocation[19] » sur un « web régional breton ». Mais l'institution n'exerce pas son pouvoir uniquement à travers ces deux missions. Autrement dit, l'acteur politique en charge du territoire de la Région possède-t-il les capacités de structurer l'ensemble des acteurs présents sur le web ? Cet acteur institutionnel peut-il gérer un ensemble de signes ou être l'initiateur de ces signes ? Nous devons pour mieux définir notre problématique reprendre la notion de fiction.

Dans le cadre de cette thèse, nous pouvons mobiliser la notion de « fiction instituante » que Lucien Sfez[20] met en évidence dans le rapport entre technique et société. La technique par elle-même n'est pas une « fiction instituante », seul l'acteur politique peut la prendre en charge. Les trois conditions de la « fiction instituante » sont : l'intérêt commun, les valeurs et l'unification[21]. La problématique devient donc : le web peut-il être territorialisé par une

[18] Jacques Beauchard, *La bataille du territoire*, Paris, L'Harmattan, 2000, 143 pages.

[19] Jean-Marc Offner, Denise Pumain, (sous la dir.), *Réseaux et territoires*, p. 29.

[20] Lucien Sfez, *Technique et idéologie*, Paris, Éditions du Seuil, 2002, pp. 246-265.

[21] Lucien Sfez, *op. cit.*, pp. 263-264.

instance politique à l'aide d'une « fiction instituante » ? Existe-t-il une possible institutionnalisation du web par l'exercice d'un pouvoir de la part de l'acteur politique légitime ? Pourtant, la technique, ou plus précisément le changement de support qui porte la fiction joue un rôle déterminant selon Benedict Anderson[22]. Ainsi, la « communauté imaginée » est cette communauté, non pas vraie ou fausse, ou une communauté de sang ou de voisinage, selon F. Tönnies[23], en 1887, mais un « style » dans lequel la communauté peut être imaginée[24]. Et, B. Anderson s'intéresse aux artefacts, notamment suite à la diffusion de l'imprimé, en vue de comprendre ce « style ». Outre la technique, le territoire est en lien avec l'histoire. Les travaux d'Anne-Marie Thiesse nous permettront de comprendre comment la nation est une invention et une adhésion à une fiction collective[25].

Notre problématique s'intéresse à la place de l'acteur politique dans un premier temps. Dans un second temps, nous nous sommes intéressés aux pratiques des acteurs et aux contenus mis en ligne. Nous devions décrire ces pratiques et les contenus pour comprendre l'unification faite par le porteur de la « fiction instituante ». À partir d'une analyse sémiotique des contenus mis en ligne, nous avons défini le signe comme la corrélation entre un signifiant et un signifié. Nous nous sommes interrogés sur une corrélation, ou une signification toujours identique entre les divers sites web. Une signification unique, stable pourrait-elle être prise en charge par l'acteur politique ? Dans le rapport réseau et territoire, la « fiction instituante », suivant Lucien Sfez[26], ne peut pas être portée par la technique, par les images symboliques qui l'entourent, mais par l'acteur politique qui a la capacité d'unifier ce qui se juxtapose[27]. En ce sens, notre problématique interroge cette capacité du « Conseil régional de Bretagne » à initier des images symboliques et à unifier un « web régional breton » grâce à une « fiction instituante ». Le « Conseil Régional de Bretagne » comblerait les hiatus entre les différentes mises en scène des signes sur les différents sites web. Mais la « fiction instituante » est-elle transposable sur le web ?

La thèse défendue dépasse cette problématique qui cible l'action de l'acteur politique pour prendre en compte l'ensemble des pratiques des acteurs et la topologie du web. « *En effet, la question de la technique, […], ne peut être traitée en dehors des médiations*

[22] Benedict Anderson, *L'imaginaire national*, Éditions La découverte, 2002, p. 19.

[23] Ferdinand Tönnies, *Communauté et société*, Paris, Retz, 1977, pp. 56-57.

[24] Benedict Anderson, *L'imaginaire national*, p. 20.

[25] Anne-Marie Thiesse, *La création des identités nationales*, p. 14.

[26] Lucien Sfez, *op. cit.*, p. 246 et suiv.

[27] Lucien Sfez, *op. cit.*, pp. 363-364.

théoriques et pratiques qui la conditionnent. [28]» Ces médiations ou relations tierces entre territoire et réseau, nous les analyserons à partir des pratiques des acteurs et de la présence des signes. Nous chercherons également à mettre en évidence l'attachement de ces signes à un territoire « physique », qui n'apparaît pas unifié, et la circulation de ces signes sur le web. À travers ces pratiques, nous interrogerons la « fiction instituante » initiée et prise en charge par l'acteur politique. Or, la thèse défendue prend en charge ces deux dimensions : attachement et circulation. Ainsi, l'institutionnalisation du web ne devra-t-elle pas prendre en compte les pratiques et la topologie de ce réseau, le web ?

Les pratiques de la territorialisation

L'analyse des sites web a pour but de mettre en exergue différentes régions d'une interface web entendues comme « *une unité spatiale et/ou temporelle […] d'expression et de contenu (c'est-à-dire de sens)*[29] ». Les grilles d'analyses existantes[30] ne permettaient pas de rendre compte des éléments (entendus verbaux, iconiques ou sonores) qui composent un site web, traitant seulement des formats techniques ou d'ergonomie de l'interface. Le but de cette recherche est de travailler sur les signes attachés au territoire « physique » à travers les sites web, la territorialité. Notre grille d'analyse devait donc intégrer les éléments mais aussi les parcours non pas du site web lui-même mais des applications en ligne comme parcours d'un territoire, c'est-à-dire d'un territoire en ligne, « web » qui fait référence à un territoire « physique ».

Nous avons donc constitué un corpus de sites web qui permettait de s'intéresser aux pratiques des acteurs qui mettaient en ligne des contenus, et aux signes présents sur les sites web. Comme pour le bornage du corpus, le dépouillement doit prendre en compte l'absence apparente de bornes et la présence d'une dynamique du corpus. En ce sens, les travaux sur la

[28] Lucien Sfez, *op. cit.*, p. 224.

[29] Peter Stockinger, *Les sites web*, Paris, Éditions Lavoisier, 2005, p. 212.

[30] Max Bruinsma, *Sites de création, innover sur le web*, Paris, Éditions Thames et Hudson, 2003, 189 pages ; Molly E. Holschlag, *La couleur pour les sites web : mode d'emploi,* Paris, Éditions Pyramyd, 2001, 175 pages ; MONTREAL, Régie régionale de la santé et des services sociaux de Montréal-Centre, Grille d'analyse de sites web, juin 1997, disponible sur <http://www.rrsss06.gouv.qc.ca/commpub/publications/grille.html> ; France, Ministère de la recherche. Direction de la technologie, Société KOSMOS. Études des sites web des universités, juin 2001, disponible sur <http://www.educnet.education.fr/superieur/web-u.htm>.

science du « web »[31] et ses dynamiques sont essentiels pour comprendre que le territoire ne devient pas uniquement poreux, il n'est pas uniquement traversé par des réseaux de flux, il doit lui-même devenir dynamique sur le web. Toute la progression méthodologique et interprétative s'appuie sur un double mouvement qui a consisté dans un premier temps à rechercher des éléments descriptifs stables pour un corpus qui paraissait mouvant, puis, dans un second temps, à partir de ces éléments stables de prendre en compte les dynamiques du web pour les analyser sur notre corpus. Ce double mouvement provient de l'opposition entre les deux notions à la base de ce travail de recherche, le territoire stable et le réseau fluide. Il en est de même entre la problématique et la thèse défendue : entre le principe de stabilité de la gestion politique d'un territoire et le principe de dynamique de la circulation des acteurs sur le web. Cette thèse est donc un long processus méthodologique et réflexif du passage de la morphologie à la dynamique d'un corpus « web régional ». Le « web régional breton » est un terrain propice pour analyser ce double mouvement. Car outre son territoire « physique », son espace, la Bretagne est également un temps. Les acteurs prennent en charge le passé, peut-être, voire certainement mystifié, entre les Celtes et la tradition, pour s'afficher sur le web. Georges Balandier, dans la description du « grand dérangement », mentionne ces deux dimensions : l'espace et le temps. « *L'arrachement ne s'effectue pas d'avec le territoire et l'histoire qui y est inscrite. Ce n'est plus le défi auquel confronte l'exil collectif accompli dans l'espace, où le peuple exilé doit construire et se reconstruire ailleurs, c'est le défi auquel sont confrontés les émigrés dans le temps que nous sommes devenus, ou en voie de le devenir.*[32] » Le rapport web et territoire se pose en termes d'espace et de temps, qui devront être pris en compte dans l'analyse, notamment des signes.

Ces signes sont mis en scène sur des sites web, et il existe des variantes entre les sites web. En ce sens, notre corpus se compose principalement de sites web. Nous allons détailler ce corpus et les méthodes mises en place en présentant le bornage et le dépouillement.

La première démarche pour comprendre les pratiques des acteurs qui participent à la territorialisation du web est de constituer un corpus. Or, s'il est aisé de trouver des sites web, comment les chercher en fonction de notre territoire de référence, la Bretagne ?

a) Pour constituer ce corpus, nous pouvons utiliser un navigateur web tel que *Mozilla* ou *Internet Explorer*. Le principe serait de rechercher à partir d'un moteur de recherche tel que *Google*, de taper le terme « Bretagne » dans la zone de requête et de récupérer un ensemble d'adresses Uniform Research Locator, ou adresses URL. Toutefois, sur ce principe ne

[31] Mark Newman, Albert-László Barabási, Duncan J. Watts, *The structure and dynamics of networks*, Princeton, Princeton University Press, 2006, 624 pages.

[32] Georges Balandier, *Le grand dérangement*, Paris, PUF, 2005, p. 3.

serions-nous pas face à la définition de la Bretagne construite par un acteur spécialisé dans la recherche d'information sur l'internet, qu'est le moteur de recherche ? Cet acteur peut certainement être un acteur qui participe à la définition de la Bretagne sur le web mais il ne peut pas être l'unique acteur de la démarche empirique. Nous devrons également comprendre son fonctionnement en vue d'évaluer sa participation à la relation entre territoire « physique » et territoire « web ».

b) Nous avons la possibilité de rechercher des états des lieux de ce qu'est le web en Bretagne, ou la représentativité de la Bretagne sur le web, effectués par des acteurs qui travaillent sur ces thématiques en Bretagne. Nous pouvons également partir de listes de références de sites web réalisés par des acteurs de Bretagne, ou qui se définissent comme Breton, ou qui définissent ou parlent dans leurs contenus mis en ligne de la Bretagne. La constitution de ce corpus de base, que nous nommerons le « web régional », est donc complexe.

Le chercheur doit prendre en compte les découpages effectués par les acteurs. En effet, ce corpus se base sur les acteurs à l'origine de la mise en ligne de ces sites web, nommés des éditeurs. Ils peuvent soit être des professionnels, soit ce que nous nommerons, des amateurs, ces derniers pouvant faire appel à des professionnels pour la mise en ligne (architecture technique ou charte éditoriale) de leurs sites web. Il existe un aller et retour constant entre ce que le chercheur définit en tant qu'objet d'investigation et ce que les acteurs construisent en tant qu'objet social. Le chercheur doit lui-même s'interroger sur sa propre définition de ce qu'est la Bretagne, doit-il respecter les limites territoriales ou doit-il rechercher d'autres limites ? Par exemple, ces sites web sont-ils édités en Bretagne pour des internautes bretons ou pour des internautes extérieurs, ou des internautes bretons à l'étranger ? L'exemple du site web, *antourtan.org* permettra de montrer une logique d'ouverture vers la diaspora bretonne. À l'inverse, le site web édité par des Bretons dits expatriés entre dans une volonté de promotion de la Bretagne à l'étranger. Finalement la question est de savoir si ces sites web participent actuellement à la construction, à la composition du territoire de la Bretagne sur le web.

Une fois ce corpus constitué, comment le décrire ? En effet, pour comprendre les pratiques qui participent à la territorialisation du web, nous avons cherché des éléments communs, et nous les avons quantifiés à partir d'un principe d'absence et de présence. Nous avons établi onze attributs (adresse postale, langue, illustrations, par exemple) que nous avons appliqués aux 591 sites web du « corpus web régional ». Puis, en raison de la présence de certains attributs, nous avons pu établir cinq médiations qui interviennent dans la

territorialisation du web. Ainsi, cette grille d'analyse accompagne toute la deuxième partie de présentation des médiations entre web et territoire.

Après cette vue d'ensemble, nous nous intéresserons aux attachements entre le territoire et le web, et inversement. La présentation de la grille d'analyse des interfaces de sites web fait suite à la recherche d'un modèle pertinent pour signaler les relations de sens. Nous admettons que l'interprétation issue de cette grille d'analyse est objective mais elle dépend de la lecture qui en est faite, comme le souligne Peter Stockinger. Les sept étapes, pour décrire l'attachement territorial d'un site web, sont extraites de deux ouvrages de Peter Stockinger[33]. Il s'agit de présenter sous forme de tableau la méthode d'introduction et de présentation des sites web par les éditeurs, puis de définir des scénarii. Les zones d'édition permettent de dégager la topographie de l'interface du site web. Dans cette grille ont été intégrés des éléments, des catégories suite à la lecture des ouvrages d'Anne Cauquelin[34], d'Andrée Fortin et Duncan Sanderson[35], d'une étude sur l'identité éditoriale de sites web d'institutions bretonnes[36] et d'une étude sur la culture scientifique et technique sur le web[37]. Outre l'analyse topographique et sémiologique de l'interface web, nous avons développé une étude des liens hypertextes pour comprendre la topologie de ce corpus « web régional ».

Après un premier inventaire de 591 sites web, et le parcours pendant plus d'un an de sites web traitant de la thématique « Bretagne » ou étant réalisés en Bretagne, une sélection d'un corpus restreint a été entreprise pour définir précisément l'attachement territorial d'un site web. La première remarque est un déficit de sites web provenant du département du Morbihan. Les initiatives apparaissent moins nombreuses et les sites web moins originaux. Certains sites web ont été écartés au profit de sites web plus complets, comme le site de la ville de Vannes par rapport au site de la ville de Rennes qui apparaissait plus innovant. La présence de fonctionnalités originales (cartes interactives en 3D ou sonores, web TV) a permis de sélectionner les sites web de la ville de Rennes, du Conseil général des Côtes-d'Armor, des associations « Dastum » et « An Tour Tan ». Le site web *antourtan.org* a été sélectionné aussi pour sa définition en qualité de « serveur de la diaspora bretonne ». La vidéo, comme mise en son et en image du territoire a été reprise à travers des initiatives de

[33] Peter Stockinger, *Les sites web*, Paris, Éditions Lavoisier, 2005, 270 pages. Peter Stockinger, *Traitement et contrôle de l'information*, Paris, Hermès Science publications, 2001, 190 pages.

[34] Anne Cauquelin, *Petit traité du jardin ordinaire*, Paris, Payot, 2003, 171 pages.

[35] Andrée Fortin, Duncan Sanderson, *Espaces et Identités en construction*, Québec, Éditions Nota Bene, 2004, 155 pages.

[36] Bertrand Cabedoche, Florence Le Cam, Denis Ruellan, L'information de service public. Rapport mai 2006. Disponible sur <http://www.marsouin.org/article.php3?id_article=106>, consulté le 15/03/07.

[37] Dominique Boullier (sous la coord.), webCSTICulture scientifique et technique sur le web : mesures des usages et dynamique d'un champ, rapport final mars 2007, 227 pages.

télévision sur le web « Trégor Vidéo », ou de plateforme pour visionner des fichiers vidéos ou audios « Kaouenn Net ». L'intérêt s'est porté sur la démarche des acteurs, avec le site de la web TV « Armor TV », ou l'émission en breton « webnoz » et le site web associé « Brezhoweb ». Les éditeurs et leurs actions sur le web ont motivé le choix de sites qualifiés dans la catégorie « Autres », comme « Geobreizh ». Nous essayerons de comprendre comment cet acteur reprend à la fois la thématique de la Bretagne et inscrit ces actions dans la topologie du réseau. D'autres acteurs participent à travers leur site web à de nouvelles mises en scène du territoire de la Bretagne selon leur domaine d'activité tel qu'« À l'Aise Breizh ». La Bretagne étant une péninsule, il convenait de prendre un site web traitant de la thématique maritime, le choix s'est porté sur la société « Multiplast ». Au niveau de l'agronomie, les sites web de la coopérative laitière « Laïta » et de sa marque « Paysan Breton » offrent deux présentations visuellement originales. Enfin, les sites web du « Conseil Régional du Tourisme en Bretagne » et du « Conseil régional de Bretagne » ont été sélectionnés en tant qu'institution, et pour leur mise en scène de nombreux acteurs du territoire « physique ». La liste suivante présente le nom de l'éditeur, son département de provenance, l'adresse du site web[38] :

Institutionnels :

1. Ville de Rennes (département d'Ille-et-Vilaine, 35) : http://www.ville-rennes.fr, http://www.citevisions.rennes.fr et www.tictac.rennes.fr.
2. Comité Régional de Tourisme de Bretagne (CRTB), (département d'Ille-et-Vilaine, 35) : http://www.tourismebretagne.com.
3. Conseil Régional Bretagne (CR), (département d'Ille-et-Vilaine, 35): http://www.region-bretagne.fr, devenu à partir de 2009, http://www.bretagne.fr.

Professionnels :

4. Société « Multiplast » (département du Morbihan, 56): http://www.multiplast-yachts.com, devenu http://www.multiplast.eu.
5. Société « Laïta » (Département du Finistère, 29) : http://www.laita.fr, la marque http://www.paysanbreton.com et http://qualite.paysanbreton.com.
6. Société « À L'aise Breizh » (Département du Finistère, 29) : http://www.alaisebreizh.com.

Association :

7. Site web de l'association « Dastum » (département d'Ille-et-Vilaine, 35) : http://www.dastum.net et www.musiques-bretagne.com.

[38] La présentation de ce corpus restreint est située en annexes p. 412 . Chacun des sites web est présenté à partir d'une grille d'analyse sur le DVD joint à ce manuscrit, fichier « Grille d'analyse corpus restreint ».

8. Site web de l'association « an Tour Tan » qui propose un « Serveur de la diaspora bretonne » (département du Finsitère, 29) : http://www.antourtan.com.

Autre :

9. Site web « Géobreizh » (département du Finsitère, 29) : http://www.geobreizh.com.

webTV :

10. Site web de l'association : « Trégor Vidéo » (Département des Côtes d'Armor, 22) : http://www.tv-tregor.com/.
11. Institution « Conseil Général des Côtes d'Armor » (CG 22), (Département des Côtes d'Armor, 22) : http://www.cg22.fr/ ou www.cotesdarmor.fr.
12. Site web de la société « Vo Productions » qui gère les chaînes de télévision, (Département des Côtes d'Armor, 22) : http://www.armortv.fr/.
13. Site web du professionnel indépendant, Lionel Buannic qui anime l'émission « webnoz » disponible en ligne sur Armor tv et sur le site web (Département du Morbihan, 56) : http://www.brezhoweb.com.
14. Site web de l'association « Kaouenn.Net » (Département des Côtes d'Armor, 22) : www.kaouenn.net.

Le corpus restreint se compose au total de 14 sites web principaux et de cinq sous-sites web, qui sont des composantes du site web principal. Quand nous traiterons du corpus restreint avec des données quantitatives, nous ajouterons également le site web de l'association « Point Bzh », disponible sur http://www.pointbzh.com, soit un corpus restreint de 15 sites web.

Le corpus est composé d'un ensemble de sites web, avec deux niveaux :

1. Un ensemble de 591 sites web, ou de références web permettant une approche quantitative (présence/absence, par exemple la langue) et une visualisation de ce que serait un corpus « web régional breton » sous forme de graphes[39] ;
2. Un ensemble de 15 sites web définis comme des interfaces de mises en scène de signes en lien, ou non, avec un territoire « physique ».

Ce corpus n'est pas stable dans le temps, certains sites web peuvent ne plus être édités. Ainsi, en trois ans d'analyse, des sites web disparaissent tandis que d'autres viennent

[39] Le graphe est un ensemble de points, nommés sommets, reliés entre eux par des flèches, appelées arcs. Les graphes sont utilisés pour représenter graphiquement les sites web (points) et les relations hypertextuelles entre ces sites web (les arcs).

s'agréger au corpus. De plus, chacun des sites web de ce corpus a ses propriétés, mais il ne peut exister sur le web que par ces liaisons hypertextuelles avec d'autres sites web[40]. Chacune de ces approches méthodologiques n'est pas cloisonnée sur un terrain ou sur un corpus. Nous avons donc associé au final l'analyse sémiotique des interfaces web et l'analyse de graphes de liens hypertextuels. Les corpus, les méthodes sont poreux dans ce « web régional breton ».

Avec les liens hypertextes, nous essayerons de comprendre ce qui lie les sites web entre eux. Mais d'autres principes sont mis en place pour lier les sites web « bretons ». Ainsi, les porteurs du projet de nom de domaine .bzh essaient de définir une « communauté bretonne » sur le web. Ce projet n'étant pas abouti sur le web, le .bzh n'est pas accessible pour étudier les pratiques des acteurs. Nous présenterons donc quatre entretiens semi-directifs réalisés auprès des acteurs de ce projet (un assistant parlementaire de député, un président d'association et adjoint au maire, un éditeur de site web et un chargé de mission). Ces acteurs doivent définir une communauté bretonne pour le web, il était donc intéressant de confronter leur définition du projet. Ainsi, à partir de la rencontre de ces acteurs divers, de leur travail pour définir une communauté bretonne, nous nous intéresserons au thème des communautés sur le web et à la possible structuration de ces communautés par l'acteur politique. Car notre problématique est d'analyser la capacité de cette « fiction instituante » portée par l'acteur politique à institutionnaliser le web. Ainsi, notre intérêt s'est porté sur ce que font les acteurs sur le web. Ponctuellement, selon les terrains, nous avons réalisé des entretiens semi-directifs avec trois éditeurs de site web, l'annuaire de recherche « Breizhat », les sites web « Dastum » et « Géobreizh ». Nous reprenons également des documents édités par l'association « Point Bzh » et par le « Conseil régional de Bretagne ». Plutôt que des entretiens, nous avons appuyé notre démarche empirique sur ce que font les acteurs sur le web, ainsi pour les acteurs politiques, nous présenterons leurs discours à partir de vidéos disponibles sur le web, ou diffusées en ligne. L'intérêt des entretiens est de comprendre la généalogie des projets. Mais l'analyse de ce que font les acteurs et de la transposition de territoire « physique » en territoire « web » s'effectue à partir du web.

[40] En effet, le world wide web repose sur un protocole de communication entre un ordinateur client et un ordinateur serveur, le « protocole de transfert hypertexte », ou HyperText Transfer Protocol (HTTP). Nos corpus sont donc constitués à partir de l'ordinateur client. Les pages de sites web sont des documents écrits en HTML (Hypertext Markup Language) qui autorise des liaisons entre les pages web d'un même site web ou de plusieurs sites web. Ainsi, outre l'analyse de l'interface du site web, nous analyserons les liaisons entre les sites web à partir de graphes. Puis, nous associerons l'analyse sémiologique, à l'analyse des liens entre sites web.

Accompagner la circulation de signes sur le web

Dans la première partie, le territoire de la Bretagne et les réseaux de communication électroniques sont vus sous l'angle de la littérature scientifique et de quelques exemples de politiques publiques en Bretagne. Le rapport réseau-territoire dépend du point de vue adopté par les auteurs, et nous essayerons de dresser un panorama pour préciser notre approche. Entre la fluidité du réseau et la stabilité du territoire existe-t-il un juste milieu ? Ne faudrait-il pas inverser cette vision où les réseaux assurent la fluidité et dans lesquels les acteurs projettent un territoire ? En ce sens, le site web serait le double du lieu « physique » sur le web. Pourtant, en allant voir qui sont les acteurs présents sur le web, en décrivant ces sites web, ce dédoublement se fissure.

Ainsi nous développerons une première méthode pour analyser la présence du territoire au sein du web. Elle consistera à s'intéresser à un attachement territorial à partir de formes et de concepts, autrement dit de signes. Du rapport réseau-terrritoire, nous retenons les signes. Comment faut-il procéder précisément pour les analyser ? Le signe seul ou le contexte jouent-ils un rôle ? Du signe du web au signe attaché territorialement, un aller et retour est-il envisageable par le signe ? Et, quelles sont les propriétés de ces signes ?

Du rapport entre réseau et territoire initialement posé, nous discuterons plus précisément du web et de l'attachement territorial, à travers la médiation des signes. Depuis les premières acceptions du rapport entre réseau et territoire, le territoire s'est chargé d'autres sens, pour ne plus être un donné mais un construit. Le territoire est politiquement construit. Il est associé à des identités collectives définissant des nations, ou des « communautés imaginées ». Comment toutes ces dimensions sont-elles imbriquées ? Peuvent-elles être dissociées dans le cadre de l'analyse ? Quelle est la participation du web à cette construction ou cette composition d'un territoire sur le web ? À partir d'un rapport technique et conceptuel, un attachement effleurant le symbolique semble apparaître. Le quatrième chapitre conduira donc à questionner le rôle de l'acteur politique majeur à un niveau régional, qu'est le « Conseil régional de Bretagne » dans la mise en place d'un attachement territorial sur le web. Mais l'acteur politique est-il l'unique acteur capable de mettre en place cette (re)composition territoriale ?

La deuxième partie s'appuiera sur l'analyse des pratiques de tous les acteurs pour démontrer que si le lieu « physique » ne se dédouble pas sur le web, il existe néanmoins des médiations à partir des pratiques des acteurs entre le territoire « physique » et le web. Cette

seconde partie analyse ce que font les acteurs sur le web pour faire advenir un « web régional breton ». En effet, quels sont les points communs entre un lien hypertexte entre deux pages web ou deux sites web, un annuaire ou un moteur de recherche créé par une association, une carte mise en ligne sur un site web avec des adhérents géolocalisés, une adresse Uniform Research Locator (URL) et des professionnels du web ? Ils participeraient tous à rendre cohérent un « web régional ». Cette seconde partie s'intéressera aux attachements entre le web et le territoire mis en place par les acteurs que sont :

- Les moteurs et les annuaires de recherche,
- Les professionnels comme médiateurs et fabricants du web,
- Les adresses URL,
- La carte,
- Les liens hypertextes.

Ces liens hypertextes assurent une transition vers la thèse défendue qu'est la « fiction circulante ». Les liens hypertextes deviennent des liens moins attachés à la lecture et à l'écriture d'un document numérique, qu'à l'action du site web sur le web et en même temps, en lien avec un territoire « physique ». En ce sens, le dernier chapitre de cette deuxième partie se voudra être une première confrontation entre le territoire et le web à partir de ce que font les acteurs sur le web. L'analyse de sites web statiques laissera place à une analyse de liens hypertextes entre sites web. Pour sortir de la complexité, l'analyse a cherché à trouver des attributs partagés entre différents sites web, à rendre ce corpus statique. Puis l'analyse finit par reprendre en considération ce qui est en mouvement, la topologie du web. Comment les acteurs se rapprochent-ils sur le web ? Quels sont les modèles d'affinités entre les acteurs à travers les liens hypertextes ? Cette transition assurera le passage entre ce qui attache et ce qui circule. En effet, les signes présents sur les sites web ne sont pas uniquement attachés à un territoire, ils circulent sur le web. Nous tenterons de comprendre cette circulation.

La troisième partie 3 proposera donc un modèle de relations entre un attachement territorial et une dynamique du web. Une fois cet attachement territorial démontré, il faut encore le qualifier. En effet, les acteurs, les signes ne semblent pas attachés de façon identique à un territoire « physique ». Mais comment qualifier et expliquer ces variations dans l'attachement des signes à un territoire ? Au fur et à mesure de l'analyse, les signes qui passent du territoire au web et inversement prennent en charge une dimension temporelle liée au territoire « physique ». Mais le contexte de production de ces signes dans le territoire « physique » et leur utilisation sur le web sont-ils identiques ? Si le web ne duplique pas le territoire « physique », que fait le web ? Il s'avère être utilisé par les acteurs en qualité de

média et en qualité de mémoire en lien avec le territoire « physique ». Pourquoi les acteurs l'utilisent-ils en ce sens ? Quelles sont les possibilités offertes par ce support en tant que média et en tant que mémoire ? Le web, en amplifiant certaines pratiques des acteurs, présente un attachement territorial, permettant de définir un « web régional ». Cependant, chaque site web développe sa propre dynamique sur le web.

Le rapport réseau et territoire se construit par la médiation des signes et de la dynamique des liens hypertextes dans le corpus « web régional ». Ces relations peuvent être formalisées en quatre types. Toutefois, nous nous interrogerons sur la capacité d'un type de relations qui participe le mieux à la dynamique, voire à la lisibilité et à la visibilité d'un « web régional breton » ? L'analyse de ce type de relations entre attachement territorial et dynamique du web repose la question initiale de la capacité de structuration d'un territoire par l'acteur politique sur le web ? Malgré les multiples acteurs, pratiques, attachements territoriaux, le web peut-il être institué comme un territoire ? Ou, convient-il de revoir le paradigme de l'institutionnalisation avec cet artefact ? Nous tenterons de trouver un équilibre entre web et territoire « physique », *i.e.* ne pas évacuer le territoire « physique » et la dynamique du web.

En vue d'analyser cette éventuelle institutionnalisation du web à partir d'une fiction, nous nous intéresserons à un signe composé de trois lettres B, Z, H. Ces trois lettres en changeant de support doivent définir, sans l'appui d'aucun code, d'aucun standard international, une « communauté bretonne web » auprès d'interlocuteurs internationaux. Qui porte la légitimité de cette définition ? Comment les acteurs (politiques ou non) qui participent à cette définition s'accordent-ils ? Ces trois lettres soulignent l'importance que peuvent prendre certains signes dans le rapport web et territoire « physique ». Ces signes changent de support et en adoptent les propriétés de fonctionnement tout en demeurant attachés à un territoire : nous les qualifions de « signes transposables ». Les acteurs, comme le musicien, jouent avec un nouvel instrument, les notes, les signes sont-ils inaltérables ? Ces signes transposables permettent de circuler entre réseaux et territoires à partir des pratiques des acteurs sur le web. Ils permettent de circuler d'un niveau macro à un niveau micro, d'un signe à sa signification dans le contexte d'un site web à un ensemble de sites web. En prenant en compte les propriétés de ces signes, et en redéfinissant le rôle de l'acteur politique, institutionnel sur le web, la thèse défendue est celle d'une « fiction circulante ». La « fiction circulante » propose d'accompagner la multiplicité des signes sur le web. La « fiction circulante » ne cherche pas à unifier, mais à accompagner la circulation de ces signes.

PARTIE I.

Le « territoire » de la Bretagne sur le web : construction politique et multiplicité des acteurs

En mettant en relation le terme internet et le terme territoire «physique », nous avons relevé différentes acceptions du rapport internet et territoire. Dans les premières acceptions de ce rapport, le territoire devient fluide grâce aux réseaux mis en place, ce qui permet de se détacher du territoire, de l'évacuer avec ses contraintes. Pourtant quand les territoires sont introduits dans les réseaux, c'est-à-dire quand ils ne servent pas uniquement de support en vue du déploiement de réseaux techniques dans l'espace, les territoires sont sources de services facilités par les réseaux. Les qualités, les caractéristiques du réseau, la topologie du réseau ne sont alors pas prises en compte par les acteurs en charge d'un territoire. La difficulté est de trouver un équilibre entre les qualités du réseau et la logique de gestion d'un territoire.

En s'intéressant à la généalogie du terme territoire, à sa construction, une autre variable entre en scène qui est le temps. La clé qui nous a permis d'avancer dans ce rapport réseau et territoire est de considérer qu'ils sont liés par l'espace et par un processus temporel, un temps. Ce temps permet aux acteurs de se positionner, de créer des liaisons, des liens, de composer entre web et territoires. Le web à la différence d'un réseau routier a une dimension temporelle, que nous chercherons à décrire. Le territoire n'est pas un donné, c'est-à-dire qu'il est construit dans l'intention de devenir cet espace borné, administré, délimité qu'il est aujourd'hui. Or, l'absence de cohésion et de structuration au sein du web est frappante. La fragmentation paraît dominer. Les catégories se défilent, les rapports hiérarchiques du territoire « physique » se délitent. Le territoire comme temps pourrait rendre cohésif à une échelle régionale un ensemble de sites web. Car les disparités à une moindre échelle sont telles, que les catégories, les hiérarchies sont inopérantes. Seuls quelques fragments partagés rendent cohésifs des sous-groupes.

Le territoire et le réseau ne sont donc pas uniques mais multiples. Et, les liaisons temporelles entre les réseaux et les territoires se retrouvent au sein des sites web créés par les acteurs. Ces liaisons temporelles sont prises en charge sur les sites web par des signes. Ces signes ne sont pas de la pure signalétique, des signes fonctionnalistes pour des lieux standardisés de transit, de gestion des flux. Ces signes ne sont pas des symboles, ils n'ont pas été définis comme tels par une autorité. Cependant, nous tenterons de démontrer que ces signes prennent en charge une part du territoire « physique » de référence, la Bretagne. Ces signes portent parfois l'enjeu de la définition d'une communauté bretonne sur le web, comme la graphie « BZH ». Ce signe n'est composé que de trois lettres qui signifient Breizh, littéralement Bretagne. Ces trois lettres signifient la Bretagne hors de tout code de type ISO et confèrent une légitimité suffisante à quelques acteurs pour qu'ils décident de déposer un dossier auprès d'un organisme international de gestion de l'internet afin que ce signe soit la référence d'une communauté bretonne sur le web. Cette légitimité, substance du politique,

conférée par le droit peut-elle encore être la substance de l'action politique sur le web ? La légitimité dans le rapport territoire et réseau pourrait donc être portée non par un acteur politique mais des styles de « communauté imaginée », notion définie par Benedict Anderson[41].

Dans notre démarche d'inventaire, puis d'analyse sémiotique, il est arrivé une chose imprévue, la prédominance du drapeau breton, du Gwenn-ha-du. En ce sens, cette dimension temporelle du territoire semble ainsi présente également dans le web à travers l'histoire, la mémoire, le patrimoine, la fiction ou le déroulement chronologique et, elle circule sur le web. Nous avions choisi de ne pas traiter de l'identité sur le web, seulement, cette dimension du territoire nous rattrape au fil de l'analyse. Nous n'étudierons pas comme tel cette idéntité, mais comme la possibilité de créer une « communauté imaginée ». Cette cohésion perceptible au sein du web formerait un « web régional », voire un « territoire web », c'est-à-dire une fiction et une adhésion à cette fiction qui structure les actants au sein du web, malgré la fragmentation apparente lors de l'analyse. Mais par rapport au territoire « physique », l'acteur institutionnel est-il unique ? L'acteur politique qu'est un « Conseil régional de Bretagne » peut-il prédominer ? Signes du territoire, sites web, acteurs composent la fiction, toutefois, existe-t-il un acteur politique qui pourrait mettre en scène une fiction commune et instituante ? Le territoire ne repose pas tant dans sa dimension spatiale que dans une composition culturelle et historique.

[41] Benedict Anderson, *L'imaginaire national*, Paris, La découverte, 2002, 212 pages.

1 - Chapitre 1 –

Les différentes acceptions de la dialectique réseaux-territoires

Essayer de comprendre le rapport réseau et territoire en reprenant des discours théoriques et des discours empiriques d'acteurs du territoire conduit à penser soit du côté d'une logique de réseau, soit du côté d'une logique de territoire. Pouvons-nous dépasser cette apparente contradiction entre réseau et territoire, souvent caractérisée par une opposition entre flux et fixité ? Nous essayerons de présenter une progression depuis un modèle technique qui accompagne une politique de réseaux vers un modèle technique qui accompagne une politique territoriale. Nous tenterons de définir des acceptions du terme « réseau » puis « internet » dans sa rencontre avec le territoire, avant de confronter ces acceptions au territoire et aux actions menées par les acteurs, pour un territoire « physique » précis, la Bretagne.

1 - 1 - Le désenclavement par les réseaux

Avant le réseau internet, d'autres réseaux techniques ont été mis en place sur les territoires, comme les réseaux ferroviaires, les réseaux routiers. L'analogie entre un réseau routier et un réseau numérique est aisée : assurer la fluidité et réduire les distances. Là est bien l'une des composantes du terme territoire, la question de la distance, et de sa réduction. « *L'espace des sociétés exprime la réponse des hommes à un problème, la distance.*[42] » La fluidité, appliquée à l'internet, se retrouve dans l'expression d'« inforoute » ou d'« autoroute de l'information ». Cette expression d'Al Gore (Vice Président des États-Unis entre 1993 et 2001), autorise la comparaison entre l'internet, sur lequel ou dans lequel les données circulent dans des tuyaux, et une route, sur laquelle des voitures circulent. Or, comment ces réseaux se sont-ils retrouvés liés au territoire ?

De l'origine et de l'usage du terme réseau dans la Grèce Antique découle une lente formation de la notion de réseau[43]. Au XVIIIe siècle, à la confluence de plusieurs disciplines dont la médecine et la science des ingénieurs, le réseau devient concept formalisé par Claude Henri de Saint-Simon (1760-1825). Le réseau se lie au territoire. « *De Saint-Simon et des saint-simoniens à Proudhon et Kropotkine, soit en un siècle durant lequel se développent les réseaux de chemins de fer, de télégraphie et d'électricité, la notion moderne de réseau est*

[42] Jacques, Lévy, A-t-on (vraiment) besoin du territoire ? *EspacesTemps*, 1991, 51/52, p. 106.

[43] Pierre Musso, *Critique des réseaux*, Paris, PUF, 2003, 375 pages.

déployée dans toute sa complexité comme concept, comme mythe et comme matrice technique territoriale. [44]» Selon Pierre Musso, derrière la formalisation du concept, les saint-simoniens vont développer une image, une opération symbolique. De ce fait, le réseau se définit toujours entre un réseau technique et un imaginaire du réseau et de la technique, c'est-à-dire une représentation et un discours porté par des acteurs. « *D'une part, le concept de réseau investi par les images de sa vulgarisation, se dégrade en une « technologie de l'esprit », et d'autre part, le mythe moderne de la transformation opérée par le réseau technique, voire dans son architecture, s'impose et se répète à l'occasion de l'émergence de chaque innovation réticulaire. Ce mythe moderne fonctionnant à la récurrence, permet d'annoncer une nouvelle révolution sociale et économique avec la naissance de l'électricité, du téléphone, de l'ordinateur, de la télématique, du câble, du satellite ou d'internet.* [45]» La notion de « technologie de l'esprit » est empruntée à Lucien Sfez. La dégradation du concept de réseau engendrée par les disciples de Saint-Simon devient de nos jours cette notion omnipotente et omniprésente selon Pierre Musso. Dans un premier temps, les réseaux et les territoires sont associés par des ingénieurs. Dans un second temps, les réseaux et le politique sont associés par les saint-simoniens.

Ainsi, jusqu'au début du XIXe siècle, en France, on pense en axe et non en réseau, par exemple, le télégraphe optique de Chappe. Puis, avec Saint-Simon, le réseau sort du concept qui le lie au corps humain en médecine pour devenir un artefact et être construit. Par conséquent, du donné, il devient un construit, du naturel, il devient artificiel, de l'outil, il devient machine[46]. Parallèlement, au cours du XIXe siècle, le maillage territorial par les infrastructures de réseaux se met en place. Les ingénieurs les utilisent afin d'industrialiser les territoires et les industries durant la révolution industrielle. *« Saint-Simon a été le grand médiateur entre deux visions du réseau: il produit le concept de réseau pour passer du réseau donné au réseau construit. Les Saints Simoniens font le chemin inverse: partis de la symbolique du réseau, ils réalisent les infrastructures techniques et les fétichisent. Saint-Simon arrache aux médecins les outils d'observation du corps humain pour forger un concept nécessaire à la pensée du changement social. Les Saints Simoniens restituent aux ingénieurs un outil technique pour agir sur le corps social. Saint-Simon extrait un concept, les saints simoniens le réifient et forgent une image symbolique*[47] *».* L'opération symbolique réalisée par les Saints Simoniens se passe en deux temps. Dans un premier temps, les saint-simoniens

[44] Pierre Musso, *Critique des réseaux*, Paris, PUF, 2003, p. 232.

[45] Pierre Musso, *op. cit.*, p. 233.

[46] Pierre Musso, *op. cit.*, p. 145.

[47] Pierre Musso, *op. cit.*, p. 223.

assuraient le changement social par le réseau technique. En ce sens, le chemin de fer devenait avec le saint-simonien Michel Chevalier, le symbole de « l'association universelle ». Michel Chevalier opère alors une fétichisation, il confond la partie (le réseau) et le tout (la société). Dans un second temps, afin de rétablir le rôle politique dans la régulation des réseaux, Proudhon fait correspondre choix politiques et architectures de réseaux : un réseau centralisé pour une société centralisée. *« Avec le Saint Simonisme, le réseau entre dans la société et se socialise. Avec Proudhon, c'est la société qui entre dans le réseau*[48]*».* En ce sens, l'association universelle de Michel Chevalier se réalise par la couverture planétaire des réseaux. Dans cette association universelle du XXIe siècle, les réseaux et les territoires se rencontrent. *« Le rapport au territoire est modifié. Temps plus court, distance réduite, grande vitesse: le réseau "rapproche" et modifie, voire supprime, le territoire. Le réseau devient un outil pour aménager le territoire, à commencer par l'espace urbain.*[49] *»* De ce fait, les réseaux et les territoires deviennent liés par les ingénieurs au XIXe siècle, et permettent de pallier cette distance. Les réseaux techniques apportent le changement social. Et, les réseaux techniques sont liés à l'espace des sociétés comme réponse des hommes à la distance, si nous reprenons la proposition de Jacques Lévy[50].

Il existe *quatre valeurs repères de la distance* selon Jacques Lévy[51]. Avec les réseaux techniques, la distance paraît changer de valeur, passant de l'enclavement à l'ubiquité. Nous devons préalablement définir les notions de spatialité et d'interaction. « *Si le concept d'espace pousse à réfléchir, de façon théorique, aux caractères et aux attributs (échelle, métrique, substance) de l'espace des sociétés, aux grands types qui peuvent être incriminés (le lieu, le territoire, le réseau), celui de la spatialité permet de prendre en compte les actions spatiales des opérateurs, leurs technologies, les instruments et leurs effets dans et sur l'espace.* [52]» L'interaction peut concerner les lieux (interaction spatiale) ou les opérateurs (interaction sociale). Quand la distance est égale à l'infini ($d = \infty$), la spatialité prend la forme de l'enclavement. Par exemple, la caractéristique géographique de la Bretagne, territoire à la base du corpus construit et présenté, est d'être une péninsule, une région périphérique de l'Europe, et le réseau vient pallier la « périphicité » de ce territoire[53]. Le réseau vient

[48] Pierre Musso, *Critique des réseaux*, Paris, PUF, 2003, p. 225.

[49] Pierre Musso, *op. cit.*, p. 247.

[50] Jacques, Lévy, A-t-on (vraiment) besoin du territoire ? *EspacesTemps*, 1991, 51/52, p. 106.

[51] Jacques Lévy, *L'espace légitime*, Paris, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, 1994, p. 68.

[52] Jacques Lévy, Spatialité, in Jacques Lévy, Michel Lussault (sous la dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Éditions Belin, 2003, p. 866.

[53] Jean-Yves Le Drian, président du Conseil régional de Bretagne, 2005-2010, conférence pour l'inauguration de l'arrivée du Très Haut Débit au pôle d'excellence rural de l'Institut de Locarn, le 26 septembre 2008. Sur le site web bretagne.fr, une vidéo intitulée « Bretagne 2.0: une région pilote dans les nouvelles technologies », où est

désenclaver le territoire. Depuis la création à Quimper, le 22 juillet 1950, du Comité d'études et de Liaisons des Intérêts Bretons (CELIB), les élus du territoire passent d'un discours sur la survie démographique et économique de leur région au défi de l'innovation et de la connaissance grâce aux réseaux, en 2010, au sein d'une nouvelle institution, le « Conseil Régional de Bretagne ». En 1968, le désenclavement était routier, en 2000, le désenclavement était numérique. Changeant de technique, le réseau demeure un élément de réduction des distances d'un territoire au regard d'un autre, dans le cas de la Bretagne, d'une périphérie au regard d'un centre, la capitale française[54]. La distance est réduite grâce aux réseaux. Les deux types d'interaction sont l'« aliquité » ou l'« ubiquité ». Dans l'« aliquité », l'interaction oblige à la mobilité (d = n) ou à la co-présence, des acteurs par exemple (d = 0). L'ubiquité est la valeur associée à une distance nulle (d Ø). Avec les réseaux de communications électroniques, l'ubiquité peut être à la fois logique et absolue, selon Michel Volle[55]. L'ubiquité physique ne circonscrit plus les signaux à un lieu, ce que M. Volle nomme l'ubiquité logique et absolue d'internet. Toutefois l'auteur relève que c'est le codage de la forme géométrique d'un objet technique et non l'objet technique lui-même qui est transmis. Ces quatre valeurs de la distance énoncées par Jacques Lévy expliquent une première acception entre réseaux et territoires, qui est une réduction des distances grâce aux réseaux, le désenclavement d'un territoire où la distance n'est plus infinie.

« Le territoire, notion qui émerge au XVIIe siècle, est aussitôt géométrisé et cartographié, c'est-à-dire rationalisé par les ingénieurs du siècle des Lumières. Avec la révolution industrielle, il est réticulé et maillé par des réseaux artificiels dont les chemins de fer, l'électricité ou les réseaux énergétiques. Les industriels et les ingénieurs violentent le territoire et l'anamorphosent en le technicisant toujours plus. Mais avec les réseaux de télécommunications, de télé-informatique et internet, la problématique est totalement renouvelée. En effet, les réseaux techniques territoriaux issus de la révolution industrielle – transport et énergie pour l'essentiel – induisent une logique assez nette de polarisation et d'échanges, renforçant les polarités urbaines, elles-mêmes redéfinies comme nœuds ou des hubs, alors que les réseaux de la téléinformatique issus de la révolution post-industrielle, soulèvent des questions nouvelles et plus complexes. [56] » Le rapport réseaux et territoires

présent Marc Labbey Vice-président en charge du développement économique et de l'emploi, a été utilisée pour appuyer le discours politique. Cf. Annexes DVD, Grille d'analyse > conseilregionalbretagne.

[54] Mariannig Le Béchec, La politique des réseaux dans le discours des élites bretonnes, in Pierre-Noël Favennec (sous la coord.), *Communications et territoires*, Paris, Éditions Hermès/Lavoisier, 2006, pp. 187-198.

[55] Michel Volle, Explorer l'espace logique, [en ligne], Disponible sur <http://www.volle.com/travaux/espacelogique.htm>, consulté le 30/09/2006.

[56] Pierre Musso, Critique de la notion de « territoires numériques ». Actes du Colloque Les entretiens de la Cité des Territoires, Territoires, territorialité, territorialisation : et après ?, Grenoble, 7-8 juin 2007, p. 103.

passe ainsi du couple énergie-fixité dans lequel l'énergie est apportée dans un lieu à celui de fixité-dynamisme dans lequel une dynamique du lieu est assurée sur les réseaux. En ce sens, les réseaux n'amènent plus l'énergie au lieu, c'est le lieu qui intègre les réseaux, notamment avec les réseaux électroniques de communication. La première acception est donc une réduction des distances grâce au réseau technique, le territoire n'est plus une contrainte.

1 - 2 - La fracture numérique

Une analogie entre l'enclavement et la fracture pourrait être repérée. L'internet comme réseau serait en ce sens un tuyau qui assurerait la circulation au même titre qu'un réseau routier. En l'absence de ce réseau, la fracture numérique se développerait. Il conviendrait donc de lutter contre[57].

Cette expression de fracture numérique (digital divide en anglais) provient d'Al Gore suite à la dérégulation des télécommunications aux États-Unis, et est largement usitée dans le domaine politique[58]. Antérieurement, l'expression se rapporte en 1980, aux États-Unis, à la question des « have » et « have-nots », c'est-à-dire de l'accès ou du non-accès, de la diffusion et de la pénétration de l'innovation. En France, la délégation à l'aménagement du territoire et à l'action régionale (DATAR) et l'observatoire régional des télécommunications (ORTEL) ont effectué en 2003 des zonages selon les territoires, mettant en avant une fracture entre villes et campagnes[59]. La fracture serait donc territoriale. Le capital culturel des utilisateurs serait aussi une des différenciations sociales importantes. Selon Gabriel Dupuy, il existerait un partage dans l'entourage familial, amical des avantages du média. La fracture correspondrait en ce sens à un isolement social puisque pour les usagers, la possession d'un téléphone portable et d'un ordinateur deviendrait la norme, en référence à un entourage. Mais si la fracture est une expression selon G. Dupuy, il existe des « *risques d'amplification de disparités préexistantes (emploi, culture) à cause d'effets cumulatifs, de cercles vicieux. […] Les gaps sociaux, générationnels, sont tels que des usages comme la consultation de sites en langues étrangères, le courrier électronique ou même les traitements électroniques des photos numériques restent hors de portée.* [60]» Gabriel Dupuy montre que la fracture générationnelle, peut être prise en compte tout comme les différences de taux de pénétration, ou d'accès aux informations dans des espaces géographiques restreints tels que l'échelle

[57] FRANCE. Loi relative à la lutte contre la fracture numérique. Article 24 de la loi n°2009-1572 du 17 décembre 2009 relative à la lutte contre la fracture numérique.

[58] Gabriel Dupuy, *La fracture numérique*, Paris, Ellipses, 2007, p. 92.

[59] DATAR/ORTEL, « L'état des régions dans la société de l'information », 19 juin 2003, disponible sur <http://www.datar.gouv.fr/datar_site/datar_framedef.nsf/webmaster/actu_numerique_vf?opendocument>.

[60] Gabriel Dupuy, *op. cit.*, p.95.

d'une région métropolitaine (Ile de France, Paris-banlieues). En 2009, 59 % des foyers bretons accédaient à l'internet, avec neuf connexions sur dix par l'ADSL[61]. Le panorama sur les « Usages des Technologies de l'information et de la communication en Bretagne » rapporte l'usage des TIC à la vie sociale, « 90 % des personnes ayant un indice de vie sociale très élevé sont des internautes réguliers »[62]. En ce sens, la fracture numérique se situe dans l'inégalité d'appropriation de l'équipement informatique et non uniquement dans la non-couverture du territoire en haut-débit.

Le désenclavement et la fracture numérique ont des points de concordance, comme la fracture économique. Le président du Conseil Régional de Bretagne, Jean-Yves Le Drian, introduit le panorama sur les « Usages des Technologies de l'information et de la communication en Bretagne » en liant les réseaux à la société de la connaissance, à l'économie et à la présence de la Bretagne à une échelle mondiale. Passant de la « périphicité »[63] vis-à-vis d'un centre national, à une périphicité à une échelle mondiale, l'internet comme tuyau va réduire les distances avec le monde. *« Le déploiement des espaces numériques de travail pour les lycéens et les étudiants, la mise en œuvre du campus numérique pour ne citer que ces deux importants chantiers soutenus et voulus par la Région doivent préparer les jeunes bretons aux défis de la société de la connaissance. Il faudra être en mesure d'évaluer l'apport de ces politiques publiques à la réduction de la fracture numérique et au développement d'une économie numérique qui place la Bretagne en bonne position pour ses entreprises et ses emplois. La présence en Bretagne d'un pôle de compétitivité à vocation mondiale, « Images & Réseaux », doit être une exigence de plus pour que ses entreprises trouvent en région toutes les ressources pour expérimenter de nouveaux usages.* [64]» Dans ce déploiement, l'internet demeure un réseau technique, un tuyau qui assure la circulation voire l'attractivité d'un territoire. À travers ce discours politique, l'accessibilité à la société de la connaissance reste dans une vision technique, stratégique et de compétitivité des territoires grâce à ces technologies numériques. Dans un autre discours, elles deviennent des « nouvelles technologies » qui représentent autant l'internet que le TGV[65]. L'internet assure ainsi le

[61] Conseil Régional de Bretagne, Usages des Technologies de l'information et de la communication en Bretagne – Panorama 2009 -, [en ligne], septembre 2009, 24 pages, disponible sur <http://www.bretagne20.fr/?q=taxonomy/term/58>, consulté le 25/02/2010.

[62] Région Bretagne, Usages des Technologies de l'information et de la communication en Bretagne – Panorama 2009 -, [en ligne], *op. cit.*, p.7.

[63] Jean-Yves Le Drian, président du Conseil régional de Bretagne, 2005-2010, conférence pour l'inauguration de l'arrivée du Très Haut Débit au pôle d'excellence rural de l'Institut de Locarn, le 26 septembre 2008.

[64] Région Bretagne, Usages des Technologies de l'information et de la communication en Bretagne – Panorama 2009 -, [en ligne], *op. cit.*, p.1.

[65] Jean-Yves Le Drian, président du Conseil régional de Bretagne, 2005-2010, conférence pour l'inauguration de l'arrivée du Très Haut Débit au pôle d'excellence rural de l'Institut de Locarn, le 26 septembre 2008.

désenclavement, le développement économique (attractivité et compétitivité du territoire) et permet l'accès à la société de la connaissance[66].

Ces discours sur les usages paraissent identiques aux discours sur les effets structurants des réseaux routiers, que Jean-Marc Offner qualifie de « mythe politique opératoire[67] ». Parallèlement aux discours paradoxaux sur les effets structurants, *i.e.* un rôle des réseaux de communication électronique en matière de désenclavement, ces réseaux deviennent l'instrument de déterritorialisation, chaque lieu étant équivalent à un autre. En ce sens, J-M. Offner s'interroge sur la fin des territoires. Il pose les questions de l'universalisme des réseaux et de la possibilité de remplacer les relations de proximité spatiale par des relations de connexité de réseau. Selon l'auteur, les lieux interconnectés font territoire. « *Autrement dit, c'est par les réseaux que les territoires « font système »* [68]». Le maillage fin du territoire renforce le sentiment d'appartenance, les systèmes techniques peuvent sceller un destin commun. Nous reprendrons ici l'hypothèse de P. Musso. *« C'est ce que nous pouvons appeler le Réseau-technologie, c'est-à-dire une représentation de discours et d'images supportés par les réseaux techniques. Le Réseau-technologie est aujourd'hui un mixte de pensée conceptuelle dégradée et d'images dispersées, reliquats d'une théorie et d'une opération symbolique produite au début du XIXe siècle par la philosophie saint-simonienne. [69]»* Le réseau internet permet d'affirmer l'entrée dans la société de la connaissance. Le tuyau internet sert pour le désenclavement, contre la fracture et pourrait parallèlement sceller un destin commun, un accès à la société de la connaissance dans le discours politique. Ainsi, l'internet serait un tuyau :

- qui assurerait la circulation en réduisant les distances quand il est présent,
- ou, qui provoquerait la fracture numérique quand il est absent,
- et, qui scellerait un destin commun.

Sans les réseaux, le territoire ne semble pas pouvoir exister. Les réseaux deviennent vitaux, et avec J-M. Offner les territoires en sont dépendants. Derrière la réduction de la fracture numérique, les réseaux assurent selon le discours politique la vitalité d'un territoire. Mais que devient un territoire en réseaux ?

---

[66] La société de la connaissance est issue de la « Stratégie de Lisbonne », décidée au Conseil Européen en mars 2000. Cette société de la connaissance est associée à la croissance et à la création d'emploi.

[67] Jean-Marc Offner, Un mythe politique opératoire, *Problèmes politiques et sociaux*, 2 décembre 1994, n°740, p. 41-43.

[68] Jean-Marc Offner, Pour une géographie des interdépendances, in Jacques Lévy, Michel Lussault, (sous la dir.), *Logiques de l'espace, esprit des lieux,* Paris, Éditions Belin, 2000, p. 225.

[69] Pierre Musso, *Critique des réseaux*, p. 10.

1 - 3 - La fluidité des données et la banalisation des territoires

En tant que réseau technique, l'internet assure la circulation. En tant que réseau à une échelle mondiale, cette circulation dépasse les limites « physiques » d'un territoire. Pourtant, le terme territoire renvoie à la figure de l'État, comme référent stable face à la multiplicité et au mouvement qui parcourent le collectif au sein de l'espace. Le territoire est l'unité, le lien reposant sur des frontières fixes et formalisées. La notion de territoire s'inscrit communément dans une relation de proximité et de lien au temps passé, à l'histoire. Le territoire était figé sur une carte, un fond de carte en géographie. L'histoire l'étudiait selon une logique consumériste des populations vis-à-vis de ressources naturelles. Selon Pierre Veltz, le réseau internet est un système technique qui modifie les rapports au territoire par une dilatation de l'espace et une contraction du temps. *« Aux yeux de nombreux observateurs la globalisation, portée par le développement spectaculaire de techniques qui compriment le temps et abolissent (presque) la distance, conduit tout droit vers une économie détachée des territoires concrets, ou du moins les réduisant à quelques éléments échangeables dans un jeu d'équivalences lointain et cruel.*[70] *»* Cette dilatation de l'espace pourrait être en lien avec les valeurs de la distance. Mais surtout, détachés de l'espace concret, les territoires deviendraient équivalents, les éléments deviennent interchangeables. Les TIC produisent de multiples données. Les éléments du territoire, devenus données, se mettent à circuler, à dépasser ses frontières. Ce territoire semble se liquéfier en données « pures », en data selon le terme anglais. Quelle différence entre les territoires puisque les éléments du territoire deviendraient interchangeables ?

1) Métrique topographique et topologique

Cette notion de territoire s'est construite dans le temps en référence à un territoire « physique », à un espace « concret », avec une métrique de type géométrie euclidienne. Mais avec le terme internet, c'est moins le territoire que le cyberespace qui est convoqué. Or la dimension de cet espace ne semble pas finie. Désormais, il semble qu'une métrique différente vienne qualifier le cyberespace. *« Il existe deux grands types de métriques : topographiques (territoires) et topologiques (réseaux). L'opposition entre topographie et topologie offre un principe de différenciation économique puisque simple et efficace. Soit la métrique est continue et ce qui compte est la mesure, comme pour un objet dénombrable, de la distance entre deux points ; soit elle est discontinue, et l'important est le nombre d'unités de distance discrétisée qui séparent deux points. Dans un cas, on valorise l'imputation de la valeur du trajet ; dans l'autre le poids des viscosités ponctuelles et des ruptures de charges. Deux familles d'espaces découlent de ces deux métriques : les territoires et les réseaux. […] On en*

[70] Pierre Veltz, *Mondialisation, Villes et territoires*, Paris, PUF, 1996, p.9.

conclut que territoires et réseaux se partagent la spatialité contemporaine et qu'il faut prendre en compte leur diversité. [71]»

À partir de cette définition de Jacques Lévy, nous allons présenter une rencontre entre réseaux et territoires qui se fait dans un premier temps dans une métrique topographique et dans un second temps, dans une métrique topologique. Les politiques de réseaux des années 1970 apparaissaient dans la littérature anglaise et nord-américaine comme une volonté d'organiser et d'aménager le territoire, selon Emmanuel Eveno[72]. L'introduction des TIC dans les villes françaises entrait dans un processus de rationalisation et de modernisation des appareils politico-administratifs. En ce sens, les TIC seraient une réponse rationnelle aux changements de nature économique, organisationnelle, politique, sociale ou culturelle et « *participent à une recomposition des sociétés en relation avec leur territoire* »[73]. La métrique est topographique. Ces processus de rationalisation et de modernisation appliqués aux territoires créent de la donnée pure, par exemple des bases de données. L'internet permet la dématérialisation des données, par exemple les marchés publics, qui est l'un des objectifs de la Mission pour l'Electronique, l'Informatique, et les Télécommunications de l'Ouest (MEITO) créée en 1984, en Bretagne. Sur son site web, *meito.com*, il est mentionné: « *Savez-vous qu'il existe aujourd'hui en Bretagne et en Pays de la Loire plus de 1000 entreprises dans les secteurs de l'électronique, de l'informatique et des Télécommunications, employant près de 100 000 salariés dont plus de 43% de cadres! Ces informations sont extraites de la base de données mise à jour régulièrement par la Meito… Être présent dans la base de données de la MEITO, c'est augmenter ses chances d'être contacté !*» Ainsi, la question n'est pas celle de la distance à la donnée, une métrique topographique, mais celle d'une donnée, oubliant la distance pour devenir une donnée a-territoriale, fluide, entrant dans une métrique topologique.

La métrique au sein du cyberespace paraît se mesurer par des distances caractérisées par l'accès ou le non-accès et, la relation à l'autre, voire selon Michel Volle de l'intelligibilité de la ressource informationnelle et de l'intérêt porté à cette ressource par l'utilisateur[74]. Oublier le territoire, n'assure donc pas un accès égal même si « *l'internet est ambiant – nulle part en particulier et partout à la fois* [75] », comme le définit William J. Mitchell. L'auteur

[71] Jacques Lévy, *L'espace légitime*, p. 50.

[72] Emmanuel Eveno, *Les pouvoirs publics face aux technologies d'information et de communication*, Paris, Presses Universitaires de France, 1997, 127 pages.

[73] Emmanuel Eveno, *op. cit.,* p. 7.

[74] Michel Volle, Explorer l'espace logique, [en ligne], Disponible sur <http://www.volle.com/travaux/espacelogique.htm>, consulté le 30/09/2006.

[75] William J. Mitchell, *City of bits*, Cambridge, MIT Press, 2005, p. 8.

commence le récit de son ouvrage sur des ouvriers installant de la fibre optique, et il souligne en premier lieu le caractère invisible de cette technologie[76], autant que son accès inégal. L'auteur cherche dans un premier temps à démontrer les différences entre la structure de l'internet et les places traditionnelles de la ville, par exemple un bar. En ce sens, il énonce une suite d'oppositions ou de liens entre le spatial et le non-spatial, le corporel et l'incorporel, le « focused », littéralement la convergence, le concentré et le fragmenté, le synchrone et l'asynchrone, l'étroite bande et la large bande, le voyeurisme et l'engagement, le contigu et le connecté. Sur la dimension spatiale et non-spatiale de l'internet, W.J. Mitchell note que « *le net nie la géométrie*[77] », c'est-à-dire qu'il est difficile d'y retrouver des proportions, un ordre ou de décrire un parcours tout en y trouvant des choses sans savoir où elles sont. Il est ambiant. Cette perte des repères spatiaux dans l'internet se rapproche selon l'auteur aussi à une perte de ce qu'il nomme les dimensions traditionnelles de la lisibilité civique. Quand franchissons-nous une frontière, une barrière, hormis en introduisant un nom de compte et un mot de passe ? Il est parfois difficile de s'en rendre compte et pour certains internautes c'est un jeu, pour d'autres, un casse-tête puisqu'ils assurent la sécurité des sites web ou tentent de maintenir des frontières sur l'internet.

Cette question de l'accès, de la limite se retrouve aussi dans l'espace physique. Anne Cauquelin le développe dans son ouvrage *Petit traité du jardin ordinaire*[78]. Lors de la promenade, le point de vue découpe l'espace. « *L'espace est découpé en morceaux, qui se suivent ou s'emboîtent.*[79] » Cet espace se lie au récit, à la croyance, tels qu'ils peuvent apparaître dans un conte. À ce titre l'auteur raconte l'anecdote du mur de son jardin qui est tombé. Est-ce le sien ou celui du voisin s'interroge-t-elle alors ? Quel est le rôle de cette clôture ? La clôture est nécessaire pour l'interprétation car elle touche au récit. Sa matérialisation repose sur des allées et des bordures qui s'opposent à la lisière, qui, elle, « joue l'autonomie »[80]. Pourtant, quand les données sont dématérialisées, fluides, juste des données « pures », portent-elles encore une marque de clôture ? Comment pourrions-nous découper sur le web ? Est-ce vraiment envisageable ?

Ces deux auteurs mettent en scène leur découverte d'un type d'espace, le cyberespace selon W. J. Mitchell et le jardin selon Anne Cauquelin, à travers le récit, celui de la découverte de cet espace, de ses fonctions, de ses habillages, de son décor. Cette dimension

[76] William J. Mitchell*, City of bits,* p. 1.

[77] William J. Mitchell, *op. cit.,* p. 8.

[78] Anne Cauquelin, *Petit traité du jardin ordinaire*, Paris, Éditions Payot, 2003, 171 pages.

[79] Anne Cauquelin, *op. cit.*, p. 21.

[80] Anne Cauquelin, *op. cit.*, p. 30.

du récit et du regard apparaît comme une entrée importante dans l'appréhension de ce projet de recherche, qui s'intéresse à la possibilité de construire une sorte de territoire sur le web. Cependant, l'espace ne serait plus le même selon W. J. Mitchell. Les voyages physiques deviennent des liens logiques. Les places, les lieux deviennent un ensemble de données dans une structure abstraite. La réalité, la proximité laissent place à un accès électronique simultané à la même information, au même sens. Les lieux sont décrits avec les noms des lieux « physiques » (bars…), sortes de doubles. La sécurité se fait par un accès public ou privé. Le clic de la souris devient la promenade. Seul le cyborg, en tant qu'individu désincarné permettrait le lien entre l'espace physique et le cyberespace ; la matérialité du cyborg étant celle de son esprit[81]. Néanmoins, nous ne traitons pas des mondes virtuels, de métavers (méta-univers) ou autres jeux en ligne de type MMORPG. Finalement l'opposition réseaux et territoires laisse place à des liens entre ce spatial, le physique et cet apparent non-spatial, le réseau. La différence quand les éléments du territoire deviennent des données est donc l'accès à ces données. Derrière la métrique, topographique ou topologique, si les données semblent se détacher des territoires, certaines limites d'accès demeurent. Mais nous devons encore questionner ces éléments interchangeables.

2) La banalisation des territoires

Les territoires sont devenus des données dans le point précédent, des bases de données. Ces éléments du territoire peuvent donc circuler, voire devenir interchangeables. Quelle différence entre les territoires puisque les éléments du territoire deviendraient interchangeables ? Car l'une des acceptions que nous allons détailler est que les territoires deviennent des lieux mis en réseau. L'« […] *internet a sa propre géographie* [82]», c'est une liaison de lieux, nous indique Manuel Castells.

Manuel Castells prône des régions métropolitaines à l'ère d'internet, où « *[…] apparaît un espace hybride, fait de lieux et de flux : un espace de lieux mis en réseaux.*[83]» Il existe un espace des lieux qui créent et gèrent des flux d'informations, c'est-à-dire de la nodalité et un espace des flux, c'est-à-dire de la fluidité, dont l'unité réside dans le réseau. La liaison, ou l'être ensemble s'effectue par la connexion. Ainsi, le territoire qui pourrait être défini comme le support de ces réseaux apparaît nié. Le territoire est évacué, le réseau prédomine, et les données du territoire sont dématérialisées pour devenir a-territoriales et fluides, elles deviennent des données « pures ». Selon Manuel Castells, l'espace devient supérieur au temps

[81] Donna Haraway, *Le manifeste du cyborg et autres essais*, Paris, Exils éditions, 2007, pp. 19-105.

[82] Manuel Castells, *La galaxie internet*, Paris, Fayard, 2002, p. 255.

[83] Manuel Castells, *op. cit.,* p. 287.

dans les sociétés en réseaux qui se situent dans des logiques économiques et de développement urbain. « *Les métropoles tentaculaires* » réorganisent l'espace au niveau mondial. Comme le souligne l'auteur, nous tendons vers une « *concentration territoriale sans précédent de la population et des activités* » vers les métropoles où les services essentiels comme la santé et l'éducation se retrouvent à un niveau élevé et où l'innovation culturelle est la plus représentée en termes de loisirs[84].

Selon Saskia Sassen, plus de mondialisation équivaut à plus de concentration en un nombre restreint de villes et face à cette concentration, les télécommunications n'y changeront rien[85]. Saskia Sassen a étudié les villes globales et leur développement depuis les années 70. La « chaîne de montage mondiale » induit une complexité des systèmes de production, donc un besoin de centralité pour le contrôle. Les hauts salaires ont besoin du style de vie et des services disponibles dans les grands centres, qui sont les services et les finances de pointe et non les services en général souvent supérieurs dans le Produit National Brut. Même si les marchés financiers se sont agrandis dans des réseaux secondaires, la direction et le contrôle se sont centralisés en trois pôles principaux : New-York, Londres, Tokyo. Or, dans ce cas, les territoires deviennent éclatés par manque de contiguïté. La métrique n'est plus topographique mais topologique. Le temps et l'espace virtuel sont de la simultanéité et de l'intemporalité, ce qui évacue le contexte, le récit des acteurs, le coût, et l'accès. Ces données sont seulement de la pure donnée au sens de data sans attaches. L'humain et sa créativité dans le cadre de son environnement social, spatial sont évacués. Les réseaux et les territoires deviennent équivalents.

La dématérialisation et la déterritorialisation autoriseraient donc une fin des territoires. La dématérialisation doit être comprise ici comme de la donnée pure et la déterritorialisation comme la circulation de données interchangeables. La mise en réseau de ces données du territoire équivaudrait donc à une banalisation des territoires en réseaux. Derrière ces conceptions, il existe une substitution, en partant d'un lieu précis qui est la ville. Seule la ville pouvait rendre compte du territoire comme nœud ou hub à l'échelle mondiale. Pour se développer, la ville demande des réseaux (ferroviaires, routiers, électroniques). Ce type de territoire est créé par la technique et non par les usages. « *C'est la ville, plus que la région, qui apparaît comme à la pointe de la compétition pour capter les nouveaux flux d'hommes, d'activités et de communication.*[86]» Mais le territoire n'est pas uniquement fait de lieux visibles à une échelle mondiale. Cette définition du territoire comme espace et lieux a été la

[84] Manuel Castells, *La galaxie internet*, Paris, Fayard, 2002, p. 287.

[85] Saskia Sassen, *La ville globale*, Paris, Descartes & Cie, 1996, 530 pages.

[86] Henry Bakis, (sous la dir.), *Communications et territoires*, Paris, La documentation française, 1990, p. 26.

nôtre durant la première partie de cette recherche. Le site web était un lieu interconnecté avec d'autres lieux, dont le maillage fin grâce au web permettait d'analyser les caractéristiques d'un territoire sur le web. Si les technologies numériques permettent de dépasser les frontières et d'intègrer un espace global, le territoire n'est pas obligatoirement déterritorialisé. En effet, l'immatérialité des données, ou données pures, transmises par des réseaux invisibles qui traversent les territoires provoque une confusion entre dématérialiser et déterritorialiser.

Jacques Lévy réfute quant à lui une « banalisation », une « standardisation » des lieux[87]. Il existe un mouvement complexe où les acteurs du territoire ou hors du territoire, une diaspora par exemple, peuvent agir non dans un sens d'uniformatisation du monde mais de différenciation. « *La mondialisation du tourisme et du patrimoine, par exemple, produit une valorisation de la différence des lieux au point que le maintien de la chorodiversité est devenu un leitmotiv omniprésent.* [88]» En ce sens, les contenus mis en ligne par les acteurs peuvent être territorialisés dans un jeu de rapport au monde et non uniquement en rapport avec un territoire « physique » local. « *L'ouverture sur les réseaux et sur les flux pousse, dans l'ensemble, à considérer le reste du Monde comme un partenaire plutôt que comme un ennemi, ou pire, un inconnu. La diaspora indienne apporte à son pays d'origine des compétences, de l'argent, mais elle invite aussi l'Inde à regarder son environnement proche ou lointain avec une grille de lecture qui ne se réduise plus au vieux schéma obsessionnel de la géopolitique subcontinentale.* »[89] Ainsi, la fluidité des données n'équivaut pas à une banalisation des territoires. De plus, la banalisation des territoires et la fluidité des données engendreraient une équivalence des sites web en lien avec un territoire à une échelle mondiale. Ils seraient interchangeables. Dans ce cas, le sujet de cette thèse n'aurait pas lieu d'être. Nous allons donc essayer de comprendre dans le point suivant, comment les acteurs politiques réintroduisent le territoire dans le réseau ? Comment le territoire « fluide » devient rugueux ?

[87] Jacques, Lévy, Le monde, entre réseaux et territoires, in Bernard, Jouve, Yann, Roche (sous la dir.), *Des flux et des territoires, vers un monde sans États ?* Québec, Éditions Presses de l'Université du Québec, 2006, p. 364.

[88] Jacques, Lévy, Le monde, entre réseaux et territoires, in Bernard, Jouve, Yann, Roche (sous la dir.), *op.cit.,* p. 364.

[89] Jacques, Lévy, Le monde, entre réseaux et territoires, in Bernard, Jouve, Yann, Roche (sous la dir.), *op.cit.,* p. 366.

1 - 4 - La rugosité d'un territoire dans les politiques régionales

Précédemment, nous n'avons pas présenté l'ensemble des imaginaires qui accompagnent la technologie de l'internet. Les termes sont multiples, issus du genre littéraire, science-fiction avec par exemple, le cyberspace de William Gibson. D'autres termes viennent qualifier cet espace en ligne : la « noosphère » de Teilhard de Chardin, ou « l'intelligence collective » de Pierre Lévy. La dimension spirituelle de l'ordre cyberspatial évacue le corps chez ces auteurs et la rugosité des territoires rattachée aux lieux, à l'histoire en opposition à la fluidité des réseaux, selon Pierre Musso[90]. Or, les acteurs politiques, ou d'un territoire utilisent les réseaux dans un territoire. Le territoire peut être évacué afin de ne fournir que des données devenant a-territoriales, toutefois, pour les acteurs politiques, le territoire est rugueux, attaché aux lieux[91]. La circulation, la fluidité des réseaux doivent laisser place alors au territoire.

Il existe des visions utopiques dans le rapport cyberespace et espace physique[92]. Pourtant la conception politique du réseau internet repose sur les services en raison de l'irréductibilité des territoires de compétence pour un « Conseil régional » par exemple. Ces services sont souvent de l'e-administration, ou des services administratifs en ligne. *« Les programmes d'administration électronique tendent à généraliser les formalités administratives en ligne (pour les impôts, les déclarations fiscales…) et les dispositifs d'identification et d'authentification (contrôle de la légalité, des appels d'offres). Ces services qui permettent de faciliter les contacts avec les administrés sont encore peu développés dans les communes bretonnes.* [93]*»* Avant ces services en ligne, les élus et les acteurs sociaux bretons se sont mobilisés depuis près de soixante ans pour l'acquisition d'infrastructures de réseaux (férroviaires, routiers, de télécommuncations). Le discours des élus au cours des années 1960-1970 portait sur le rattrapage « économique » grâce à ces réseaux et le désenclavement par un rapprochement de Paris. Le territoire est celui de la Bretagne, les acteurs se situent dans la proximité spatiale. Les politiques publiques agissent dans ce territoire.

---

[90] Pierre Musso, Le cyberespace, figure de l'utopie technologique réticulaire, *Sociologie et sociétés*, 2000, vol. 32, n°2, pp. 31-56

[91] *Ibid.*

[92] Robert Kling, Roberta Lamb, Morceaux de villes : Comment les visions utopiques structurent le pouvoir social dans l'espace physique et dans le cyberespace, in Emmanuel Eveno (sous la coord.), *Utopies urbaines*, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, 1998, pp. 211-232.

[93] Conseil Régional de Bretagne, Usages des Technologies de l'information et de la communication en Bretagne – Panorama 2009 -, [en ligne], op.cit., p.16.

En 1996, un réseau de services haut-débit, Mégalis a été mis en place pour des groupes fermés d'utilisateurs ainsi que 400 cybercommunes (espaces multimédias pour l'initiation des habitants aux TIC, politique lancée par le « Conseil Régional de Bretagne » en 1998). Or, les réseaux de télécommunications, et plus particulièrement l'internet, sont des réseaux dits invisibles transportant des flux dits immatériels quasi-instantanément à une échelle mondiale. En ce sens, le territoire comme référent stable se trouve confronté à des territoires « mis en mouvement » avec l'arrivée de ces réseaux de télécommunications et leur dimension mondiale[94]. Ces réseaux de télécommunications deviennent un « espace transactionnel », selon Jacques Beauchard. Face à une étendue sans bornes de l'espace en ligne, les frontières des « territoires patrimoniaux » apparaissent poreuses, selon Jacques Beauchard. Pourtant, les politiques publiques se situent dans des limites territoriales[95].

Lors du contrat de plan État-Région, Bretagne 2000-2006, le cinquième enjeu s'intitulait « Les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication : un atout majeur pour l'économie, la société et le territoire breton [96]». Outre l'enjeu économique, pour les entreprises, pour les relations entre les collectivités et le citoyen, pour l'aménagement du territoire, les TIC dans ce document renvoient à une réflexion sur l'accès au savoir, à la formation, à la culture. Le troisième point de cette réflexion traitant de l'accès à la culture mentionne *« le projet Dastum de numérisation des archives sonores de Bretagne pour la conservation et la valorisation du patrimoine oral et musical régional (chants, musiques, contes et récits de vie), en collaboration avec la Bibliothèque nationale de France et le Musée des arts et traditions populaires. »* Cinq autres projets constituent ces points d'accès à la culture : une « carte patrimoniale de Bretagne », un « catalogue des fonds anciens et régionaux des bibliothèques et services d'archives de Bretagne », une « mise en réseau des structures intervenant dans le domaine de la culture scientifique et technique », un « réseau des périodiques de Bretagne » et le « programme INA (Institut national de l'Audiovisuel/Délégation Atlantique) » sur la mémoire télévisuelle régionale. Trois objectifs découlent de cette réflexion sur l'accès au savoir, à la formation et à la culture par les TIC :

- « la création d'une mission régionale de coordination pour la numérisation des fonds iconographiques », « vu l'intérêt particulier que certaines collectivités et communautés d'intérêt portent à l'image »,

[94] Jacques Beauchard, *La bataille du territoire*, Paris, L'Harmattan, 2000, p.12.

[95] Les sources retenues sont principalement des documents officiels des « 3èmes assises régionales des territoires de Bretagne (8 décembre 2007) », les deux sites web édités par le conseil régional de Bretagne et consultés entre mars et avril 2008: www.bretagne20.fr et www.region-bretagne.fr, et les deux contrats de Plan Etat-Région, 2000-2006 et 2007-2013. L'intérêt est de comprendre quels sont les discours qui accompagnent ces politiques publiques et les moyens techniques et financiers retenus.

[96] France. Contrat de plan État-Région, Bretagne 2000-2006, pp. 83-95

- la mise « à disposition du public [d']un conservatoire du patrimoine breton »,

- la mise « en place [d']un observatoire régional des usages de l'internet et des NTIC auquel l'Université de Rennes 2, par exemple, pourrait être associée [97]».

1) De la technique aux contenus ?

Entre 1996 et 2006, la mise en place d'un réseau internet laissa place à une prise en compte des contenus liés à un territoire. Ces contenus sont associés à l'histoire, à la mémoire d'un territoire. Pourtant dans le Plan État-Région 2007-2013, cette dimension disparaît. La capitalisation lors du changement de majorité à la direction d'un « Conseil régional » semble faire défaut. La prise en main d'un sujet lié aux réseaux est d'abord technique pour les élus. Christian Paul, élu, évoque la désorientation des élus face à ce qu'il nomme l'« avalanche d'innovations » et « l'inflation des débits et les inégalités d'accès »[98]. Si les collectivités se sont d'abord intéressées aux infrastructures de réseaux, elles se dirigent aujourd'hui vers les usages selon leur domaine de compétences et leur relation à l'usager, c'est-à-dire le citoyen.

En décembre 2006[99], le « Conseil Régional de Bretagne » a lancé un programme intitulé « Bretagne 2.0. L'ambition pour une Bretagne numérique ». Ce programme a été précédé par le lancement d'une étude en juin 2005, intitulée « Schéma d'aménagement numérique de la Bretagne ». En un an, la terminologie passe de « l'aménagement numérique » au « web 2.0 ». Chacune de ces expressions semble induire une politique publique différente, la première dans le sens d'une réduction d'une fracture, d'un déploiement inégal d'une technologie sur un territoire, et la seconde dans le sens d'une place accrue de l'internaute dans la production de contenus. Mais la répartition des budgets entre infrastructures et usages dans le « programme 2.0 » pour la période 2007-2013 est inégale. Ils sont de quarante millions d'euros pour les usages et de cent cinquante-quatre millions d'euros pour les infrastructures, selon Dominique Boullier[100]. Le programme « Bretagne 2.0 » ne repose pas sur la constitution de base de données, ni sur les expériences d'utilisateurs alors même que la définition de Tim O'Reilly[101] du web dit « 2.0 » inclut ces deux dimensions et particulièrement, la production de contenus par les utilisateurs. Christian Paul souligne également une logique de diffusion de contenus et non une logique de production et de partage des contenus entre individus dans les politiques publiques. « *Même si le propos met toujours en avant des exemples sympathiques*

[97] France. Contrat de plan État-Région, Bretagne 2000-2006, p. 92.

[98] Christian Paul, *Le défi numérique des territoires*, Paris, Éditions Autrement, 2007, p. 6.

[99] Les élections régionales ont eu lieu en 2004 avec un changement de majorité.

[100] Dominique Boullier, « Bretagne 2.0, encore des tuyaux ? Anatomie d'un contre-sens persistant », [en ligne], Rennes, Séminaire MARSOUIN, 2007, disponible sur <http://www.marsouin.org/article.php3?id_article=141>.

[101] Tim O'Reilly, « What Is web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software », [en ligne], 09/20/2005, Disponible sur <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>.

d'« usages innovants », on en revient toujours à la diffusion, avec comme paradigme la télévision, en bouquet et maintenant en haute définition, comme si le réseau servait à descendre du débit et pas à en remonter.[102] »

Lier le web 2.0 à des infrastructures lourdes, ancrées dans le territoire dont le développement est pensé par des ingénieurs va à l'encontre, selon Dominique Boullier, des logiques de services et de production des contenus du web dit 2.0. L'une des tendances de ce programme du « web dit 2.0 » en Bretagne est l'ultra-haut débit, c'est-à-dire de la fibre optique dans chaque foyer breton. L'apparition de l'ultra-haut débit dans les grandes villes, conduit les politiques publiques à réduire la fracture numérique en investissant dans les zones rurales, considérées comme non rentables par les opérateurs[103], les Fournisseurs d'accès à Internet (FAI). Cette question de la fracture numérique est l'un des premiers discours. Pour Pierre Musso, le « territoire numérique » devient un emblème des politiques publiques territoriales, théâtralisés autour de la fracture numérique[104]. Le second est celui de l'image, un « marketing territorial », comme le nomme Dominique Boullier, qui se décline en termes de compétitivité et d'attractivité[105].

La compétitivité est notamment mise en avant par les élus par rapport aux mobilités économiques dont seraient victimes les territoires[106]. En France, les pôles de compétitivité ont pour principe de regrouper des industriels dans un domaine donné pour renforcer la compétitivité et développer l'emploi sur des territoires. La Région Bretagne a obtenu en juillet 2005 un pôle de compétitivité « Images et Réseaux » dans le domaine des télécommunications, qui compte cinquante mille emplois en Bretagne. Ce pôle de compétitivité s'est positionné sur les technologies numériques de l'image et les modes de diffusion comme la Télévision numérique Terrestre (TNT) ou la Télévision Haute Définition (TVHD). De ce fait, les propositions présentes dans le programme « Bretagne 2.0 » semblent orientées par cette logique de diffusion d'images sur la télévision. La culture est mentionnée dans ce programme sous deux appellations : la numérisation des fonds culturels et la diffusion d'images sur divers terminaux comme la télévision, l'internet et le mobile. Mais la liaison entre la numérisation des fonds culturels et la diffusion de ces fonds dans le cadre de ce

[102] Christian Paul, *Le défi numérique des territoires*, Paris, Éditions Autrement, 2007, p. 79.

[103] Jean-Yves Le Drian, président du Conseil régional de Bretagne, 2005-2010, conférence pour l'inauguration de l'arrivée du Très Haut Débit au pôle d'excellence rural de l'Institut de Locarn, le 26 septembre 2008.

[104] Pierre Musso, Critique de la notion de « territoires numériques », *Quaderni*, n°66, printemps 2008, p. 16.

[105] Dominique Boullier, « Bretagne 2.0, encore des tuyaux ? Anatomie d'un contre-sens persistant », [en ligne], Rennes, Séminaire MARSOUIN, 2007, disponible sur <http://www.marsouin.org/article.php3?id_article=141>.

[106] Christian Paul, *op.cit.*, p. 39.

programme « Bretagne 2.0 » n'est pas mentionnée[107], alors que dans le contrat de plan État-Région 2000-2006, la numérisation du patrimoine était présente.

Les acteurs politiques, et les autres acteurs (par exemple associatifs) d'un territoire développent des services en ligne en lien avec un territoire. Le numérique permet la dématérialisation des documents néanmoins l'internet n'autorise qu'une diffusion dans des lieux « physiques » et non sur le web. La fluidité des territoires en réseaux laisse place au statisme des territoires « physiques » équipés en réseaux. La dématérialisation devient attachement pur dans le territoire. La notion de territoire numérique correspond à un territoire statique et technologisé, c'est-à-dire équipé en réseau haut-débit pour assurer attractivité et modernité[108]. Nous soulignerons que c'est une vision stratégique et technique analogue aux discours tenus pour le réseau routier ou ferroviaire[109].

Si le territoire est rarement qualifié de « ferroviaire » ou de « routier », la notion de « territoire numérique » est employée. Elle est apparue à la fin de la décennie 1990 en raison de trois facteurs, selon Pierre Musso:

- la dérégulation du secteur des télécommunications (la fin du monopole public),
- le rôle conféré aux collectivités locales dans le secteur de la communication et des télécommunications,
- l'aménagement du territoire empreint de logique managériale et de compétitivité[110].

L'appellation « Bretagne 2.0 », par rapport au premier projet de réseau Mégalis, développé en 1996, crée une attente non en termes de réseaux techniques mais de services et d'usages voire de réseaux dits sociaux ou de sociabilité. Le réseau internet est un système technique qui modifie les rapports au territoire (nous avons explicité la question de la distance), et la notion de réseaux définit également des groupes, des communautés, aussi parle-t-on de « réseaux sociaux », de « sociabilité ». Le web peut également être un outil utilisé par un groupe d'internautes ayant un intérêt commun sur un thème donné, pouvant se référer peu ou prou à un territoire. L'expérience des usagers, leur création de sites web, de blog, de wikis est l'une des définitions vagues du web 2.0[111]. Or dans le cadre du programme « Bretagne 2.0 », les utilisateurs sont prédéfinis en catégories selon des domaines de

[107] Conseil régional de Bretagne, Bretagne 2.0 L'ambition pour une Bretagne numérique, Rennes, Conseil regional de Bretagne, 2007, pp. 9-10.

[108] Pierre Musso, Critique de la notion de « territoires numériques », *Quaderni*, n°66, printemps 2008, p. 19.

[109] Mariannig Le Béchec, La politique des réseaux dans le discours des élites bretonnes, in Pierre-Noêl Favennec (sous la coord.), *Communications et territoires*, Paris, Éditions Hermès/Lavoisier, 2006, pp. 187-198.

[110] Pierre Musso, Critique de la notion de « territoires numériques », *Quaderni*, n°66, printemps 2008, p. 16.

[111] Tim O'Reilly, « What Is web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software », [en ligne], 09/20/2005, Disponible sur <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>.

compétences des collectivités locales, que sont la santé, l'enseignement, la recherche, les établissements secondaires, et l'e-administration, comme en 1996, pour Mégalis, le réseau de services à haut débit. « *Ce réseau ne s'adresse qu'aux professionnels du secteur public, c'est-à-dire les établissements d'enseignement universitaire ou scolaire, les hôpitaux, les bibliothèques ou les mairies. Cela concerne les communautés d'intérêt qui ont besoin d'échanger régulièrement des quantités importantes de données (fichiers, vidéos, présentations, appplications...).* [112]» Or le parcours manuel du web sur la thématique Bretagne montre que ces catégories et ces domaines ne sont pas des portes d'entrée pertinentes sur le web, par exemple, les hôpitaux de Brest ne proposent aucun lien hypertexte[113] vers d'autres sites web sur leur propre site web[114]. Cette expression web 2.0 crée une attente en termes de circulation de contenus, cependant les politiques publiques se situent dans une logique de diffusion de contenus.

2) Une étude de cas : l'association « Dastum »

Cette logique de la diffusion est reprise par les acteurs dont l'opération de numérisation des contenus, de leurs archives est financée par le « Conseil régional de Bretagne » dans le cadre du CPER 2000-2006. Y aurait-il de nouveaux usages à envisager par la numérisation et la diffusion sur et par le web de la mémoire d'un territoire ? Il semble qu'avec internet les archives sonores du patrimoine régional puissent être consultées en ligne de par le monde. Ce son consultable contient les archives sonores du patrimoine oral de la Bretagne que l'association « Dastum », (littéralement en français « recueillir ») recueille auprès des « porteurs de mémoire » et qu'elle numérise depuis les années 2000. Pourtant un code d'accès limite cette accessibilité sur le web. En effet, le seul exemple faisant mention d'une consultation du site web depuis un pays étranger, repris de l'entretien avec la chargée de communication de l'association[115], est celui d'un musicien de Bretagne parti au Kurdistan, avec un instrument de musique et un « code secret ». Avec ce code, « *il pourra avoir accès simplement au son* » via une connexion à l'internet[116].

---

[112] Hélène Tattevin, Les beaux jours à venir du réseau de services haut-débit, et Jean-Yves Merrien et Jean-Yves Vern de la MEITO, Mission pour l'électronique, l'informatique et les Télécommunications de l'Ouest répondent à la question de la journaliste, « à qui est destiné ce réseau? », *Sciences Ouest*, n°172, décembre 2000.

[113] L'hypertexte a été conçu comme un principe d'écriture et de lecture non-linéaire, avant d'être utilisé avec le web sous la forme de lien hypertexte, de lien entre des pages web.

[114] Cf. Annexes DVD. Inventaire complet.

[115] Cf. Annexes DVD. Entretien avec Anna Jaouen, chargée de la communication de l'association « Dastum », le 2 novembre 2006.

[116] Cf. Annexes DVD. Entretien avec Anna Jaouen, chargée de la communication de l'association « Dastum » le 2 novembre 2006.

Les premiers collecteurs, que l'on pourrait dénommer des enregistreurs de mémoire des années 1970 utilisaient majoritairement le magnétophone, moyen technique de l'époque pour sauvegarder ce patrimoine oral. De l'entourage familial aux « porteurs de mémoire » d'un terroir à découvrir, ces collecteurs sillonnaient ou sillonnent la campagne bretonne à la recherche de chants, contes, récits qu'ils enregistrent. Cette collecte de la mémoire constitue le patrimoine oral, ou selon l'UNESCO, la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel, dont la convention établie en 2003 est entrée en vigueur en 2006[117]. Aujourd'hui, ce patrimoine redevient vivant par l'usage qu'en font les chanteurs, les musiciens, les conteurs à travers diverses manifestations culturelles.

Cette sauvegarde du collectage et cette numérisation du fond faites par l'association « Dastum » semblent pouvoir « traverser » le monde via l'internet. En même temps, cette transmission se place dans une réalité géographique. L'association multiplie les actions pour mettre à disposition ces archives dans ces pôles associés, des écoles de musique ayant un département de musique traditionnelle. L'association envisage aussi d'aller vers les lieux de conservation et de médiation que sont les bibliothèques municipales ou les archives départementales. Il apparaît que les points de consultation sont les seuls « lieux géographiques » de consultation. Ces points d'écoute et de diffusion renvoient au cœur de métier de l'association**,** qui est l'archive et l'accès à l'archive puisque l'association est un centre documentaire, un lieu « physique » de consultation de l'archive.

Le site web de l'association permet de multiplier les sites, les lieux « physiques » de consultation. En ce sens, l'association ne semble pas envisager une mise à disposition des archives en ligne et gratuite. Apparaît ainsi un principe de sauvegarde des archives face au « pillage » et à la copie. Est-ce un pillage ou un usage de l'outil et des contenus hors de la logique documentaire ou de diffusion ? Quelle différence entre un enregistrement à partir du site web ou un enregistrement dans les locaux de l'association où la copie est autorisée ? Finalement, les services et la mise en ligne de contenus et accessibles à tous sur le web demeurent dans une logique de diffusion unidirectionnelle et non de circulation.

L'internet comme tuyaux, comme données, comme services, et comme contenus a été illustré à travers des politiques publiques régionales et d'action associative. Dans ces acceptions, la rencontre entre réseaux et territoires se faisait à partir des infrastructures de réseaux techniques. La première acception donnée au terme d'internet est celui de tuyau qui pallie l'enclavement et la fracture d'un territoire. La deuxième acception est la rencontre entre

[117] Article 2 de la Conférence générale de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, Texte de la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel, 17 Octobre 2003, en ligne, disponible sur <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=00022&art=art34#art34>, consulté le 23/03/2010.

TIC et territoire qui produit des données pures devenant a-territoriales et une dématérialisation pouvant provoquer une banalisation des territoires. La troisième acception se heurte à la rugosité des territoires autour de la notion de services et la mise en place de ces services dans un territoire. De la sorte, la quatrième acception est celle de la mise en ligne de contenus du territoire sur le web sans circulation puisque leur diffusion demeure ancrée dans un territoire « physique ». Alors même que le territoire semblait disparaître dominé par des tuyaux ultra haut débit, des données dématérialisées, il oblige finalement à créer des services envers ses habitants dans le cadre des compétences des collectivités territoriales. Le territoire permet également à des acteurs de mettre en ligne des contenus, des contenus territorialisés puisque leur signification est associée à un territoire. Ces quatre acceptions reprennent l'étude morphologique d'un réseau en trois couches énoncée par Gabriel Dupuy :

- une couche infrastructure : une physique des réseaux et liaisons du réseau, transmission et distribution,

- une couche infostructure : protocoles de traitement et d'acheminement de l'information,

- une couche de services : différents produits pour le client[118].

Dans le dernier exemple, la numérisation de la mémoire du territoire ajoute une couche de contenus, et plus particulièrement de contenus territorialisés et non de données dématérialisées devenues a-territoriales, dont la seule caractéristique serait de circuler. Ainsi la rencontre entre réseaux et territoires ajoute une couche de contenus territorialisés disponibles sur le web au modèle en couches de Gabriel Dupuy. Autour du patrimoine oral et de sa numérisation, une logique de diffusion à destination d'un client (usager ou citoyen) est présente chez les acteurs du territoire « physique ». Ces contenus sont mis en ligne sur des sites web, même si leur accès peut être limité. Nous détaillerons l'ensemble formé par ces sites web de « web régional breton » dans une deuxième partie. Mais cet exemple de l'association « Dastum » montre que pour analyser cette couche de contenus, nous devrons nous intéresser à un niveau inférieur de l'internet, *i.e.* aux sites web ou à un « web régional ». Ainsi de la rencontre entre réseaux, ou infrastructures de réseaux et territoires, nous passons à la rencontre entre web régional et territoire.

Le territoire est la « *projection du double invisible d'une identité*[119]», selon Jacques Beauchard. Notre hypothèse est que les contenus résultant ou non de ce double invisible, circulent, et qu'en même temps, ils ne peuvent pas être arrachés à un territoire. Leur capacité à être en circulation et en même temps à rester attachés fait leur valeur sur le web. Le

[118] Gabriel Dupuy, *Internet, géographie d'un réseau*, Paris, Ellipses, 2002, p. 61.

[119] Jacques Beauchard, *La bataille du territoire*, Paris, Éditions L'Harmattan, 2000, p. 37.

territoire est rugueux, et il permet de produire des contenus mis en place sur les réseaux numériques selon les compétences des acteurs. Mais les acteurs paraissent vouloir maîtriser la dynamique de ces réseaux numériques, en dupliquant sur le web les principes de la diffusion appliquée dans le territoire « physique ». La dynamique des réseaux paraît réduite à un attachement pur, un ancrage dans le territoire. Le site web, de l'association « Dastum », est-il seulement un ancrage dans le territoire « physique » ou les contenus numérisés peuvent-ils circuler?

Dans la première approche de cette thèse (quelque peu naïve), nous étions dans une projection des lieux. Nous cherchions si les sites web étaient des miroirs, des reflets des lieux physiques ou issus de projets au sein du web. Nous demeurions ancrés dans le territoire. Les villes et leurs sites web seraient alors les éléments moteurs d'un web régional, et dans le cadre de la porosité entre web et territoire, elles en récolteraient les avantages dans le « physique ». Voire en maillant le territoire, les infrastructures de réseaux pourraient allier appartenance à un territoire et destin commun. Or les territoires ne s'équivalent pas sur le web. L'isomorphie entre web et territoire ne prévaut pas non plus, ce que nous tenterons de démontrer dans le chapitre suivant. *« Le fait de partir de la dualité des territoires physiques et du cyberespace a le mérite de se débarrasser des simplismes de la substitution du cyber au territoire, de la dématérialisation ou de l'indifférenciation spatiale, voire du déterminisme technique. La question principale devient alors : comment articuler les deux territoires ? Cette dualité relève de la superposition, du tissage et du nouage plus que de la « substitution ou de la dématérialisation ».* [120]*»* La circulation pure et la fluidité propre au réseau internet faisaient quelque peu disparaître le territoire. L'internet serait un tuyau où circulent les données pures. Face à la disparition des territoires ou à l'opposé, face à la rugosité des territoires, l'internet est également un tuyau de services. Au final, la dynamique du réseau laissait place à un attachement pur dans le territoire avec des contenus territorialisés numérisés mais diffusés dans le territoire « physique ». Or, où et quels sont les contenus qui pourraient nouer web et territoire ? Nous tenterons de répondre à cette question tout au long de cette thèse. Et en questionnant ce nouage, nous verrons que nous devrons descendre à un niveau inférieur du sites web que sont les signes présents sur les sites web.

[120] Pierre Musso, Introduction, in Pierre Musso, (sous la dir.), *Territoires et cyberespace en 2030*, Paris, Éditions La documentation Française-DIACT, 2008, p. 13.

2 - Chapitre 2 –

L'internet, une projection des lieux du territoire de la Bretagne ?

De la rencontre entre réseaux et territoires, nous reprenons un échelon inférieur qui est la rencontre entre le réseau (le web) et le territoire (la Bretagne). Précédemment, nous avons vu qu'entre le web et la Bretagne, les contenus attachés au territoire ou territorialisés étaient mis en ligne sur des sites web. Ainsi entre le web et la Bretagne, l'échelon intermédiaire serait le site web, sur lequel les contenus territorialisés sont mis en ligne. Or quelle est la définition d'un site web ? Le site web est-il seulement un lieu « physique » projeté au sein du web ? Par qui ce site web est-il édité ? Quels sont ces contenus mis en ligne ? Les représentations peuvent-elle permettre de questionner ce rapport réseau et territoire ou faut-il chercher des éléments plus précis capables à la fois d'attacher à un territoire de référence et de circuler au sein du web? Nous avons précédemment souligné que des contenus territorialisés avaient seulement la capacité d'ancrer les sites web dans le territoire selon une logique de diffusion chez les éditeurs. Mais est-ce la seule logique possible pour faire exister un territoire sur le web ?

2 - 1 - Le site web n'est pas une gare

En cherchant à définir le site web, en associant les termes réseaux et territoire, il semble qu'il faille mobiliser le terme lieu. Nous constatons que par glissements successifs, le site web n'est plus a-territorial, ou ancré dans le territoire et il finit par être une projection du lieu physique. D'après Manuel Castells, l'internet est fait de réseaux et de nœuds, ces derniers étant des lieux, plus précisément des villes qui créent et gèrent des flux d'informations[121]. Selon Jacques Beauchard, ces lieux sont des portes entre les transits de l'espace transactionnel et les lieux de l'espace patrimonial[122]. Or le site web peut-il avoir toutes les propriétés d'un lieu ? Le lieu « physique », par exemple une gare est un lieu, a ses propriétés. Or sont-elles identiques sur un site web, c'est-à-dire projetées à l'identique sur le web ? Pourtant, ces auteurs parlent de villes, de lieux de transits et non de sites web. Nous allons premièrement essayer de comprendre le site web par rapport à une étendue le web, puis nous essayerons de comprendre la relation entre le lieu « physique » et le site web.

[121] Manuel Castells, *La galaxie internet*, Paris, Fayard, 2002, p. 255.

[122] Jacques Beauchard, *La bataille du territoire*, Paris, Éditions L'Harmattan, 2000, p. 78.

En économie et en sciences politiques, le territoire devient synonyme de lieu, selon Jacques Lévy[123]. Le territoire sert à souligner la spécificité d'un espace dans un ensemble plus vaste, comme une région par rapport à un État, et dans un sens plus large qu'un lieu. Il permet de qualifier le local. Avec les espaces dits infranationaux, le terme territoire permet de se rapprocher de ressources pour le développement local: l'histoire et l'identité. Le territoire par rapport à l'étendue de l'espace dispose de bornes, d'un contrôle. Entre le territoire et l'espace, l'échelon intermédiaire serait donc le lieu. Jacques Lévy définit le lieu comme un chorotype au sein duquel le concept de distance n'est pas pertinent. *« Le lieu est une unité spatiale dans laquelle la distance peut être considérée comme nulle, ce qui signifie que, dans une métrique donnée, l'échelle est la plus petite possible.* [124]*»* Le chorotype se compose de trois attributs par rapport à un même objet spatial :

- l'échelle, renvoyant à la taille de l'espace,
- la métrique, comme manière de mesurer les distances au sein d'un espace concerné,
- la substance, comme la dimension non spatiale des objets sociaux[125] .

Le lieu est défini par une échelle, une métrique, une substance. L'échelle d'un site web est-elle pertinente car il n'existe aucune limite sur le web. Le site web se situe entre l'individu, le local, le mondial. Au niveau individuel, le nombre de pages d'un site web définit-il l'échelle d'un site web ? Que faire des liens hypertextes ?

En effet, initialement l'hypertexte est une technique qui permet de passer d'un document à un autre, dans une base documentaire par exemple. Avec le web, le lien hypertexte permet de passer d'une page web à une autre page web, que ces pages appartiennent ou non au même site web. En ce sens, la métrique euclidienne apparaît peu pertinente pour mesurer les distances sur le web, mais les liens hypertextes, l'accès ou le non-accès, l'intelligibilité de la ressource, la présence ou l'absence de lien hypertexte peuvent permettre de qualifier une métrique, entre réseaux et territoires. Ainsi, en essayant de définir un site web comme la projection d'un lieu « physique », l'un des premiers constats est que les attributs du lieu « physique » ne sont pas identiques sur le web. La substance, quant à elle, se situe entre le social et le sociétal. *« L'idée d'un objet social non spatial n'est pas un concept, c'est une abstraction.* [126] *»* La substance est difficile à appliquer, nous l'utiliserons plutôt pour définir le signe. La substance peut cependant permettre de comprendre un déplacement, une modification du contenu.

---

[123] Jacques Lévy, Territoire, in Jacques Lévy, Michel Lussault (sous la dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Éditions Belin, 2003, p. 907.

[124] Jacques Lévy, *L'espace légitime*, p. 52-53.

[125] Jacques, Lévy, A-t-on (vraiment) besoin du territoire ? *EspacesTemps*, 1991, 51/52, p. 109.

[126] Jacques, Lévy, A-t-on (vraiment) besoin du territoire ? *EspacesTemps*, 1991, 51/52, p. 110.

Pourtant, dans une perspective sociologique, que nous nommerons institutionnelle, le site web est défini *« comme un lieu ou un territoire tout à fait comparable à l'institution au sens social du terme »*[127]. Le site web devient la projection d'une institution. De ce fait, ce n'est plus le lieu mais l'entité qui le porte qui est projetée. Si le site « physique » renvoie à une organisation spatiale et perceptive, perceptive dans le sens où elle peut être évoquée dans le récit d'un paysage et par la parole selon Anne Cauquelin[128], le site web est un lieu où l'acteur agit selon les contraintes propres à ce lieu, selon P. Stockinger. *« Le lieu occupé par un site web ressemble ainsi à maints égards à ce que l'on appelle dans une terminologie sociologique une institution, qui répond d'une façon standardisée à un ensemble de problèmes se posant à une collectivité d'acteurs, un « instrument » afin de satisfaire certains types de besoins, d'intérêts ou de désirs.* [129]*»* En prenant l'exemple du site web de la compagnie aérienne française « Air France », P. Stockinger montre qu'il répond aux attentes d'un voyageur recherchant un vol, un internaute recherchant des informations sur la compagnie. Cependant l'internaute ne trouvera aucune information sur l'économie du trafic aérien.

Par conséquent, P. Stockinger propose de distinguer les sites web reproduisant le système organisationnel de référence sur le web, des sites web qui *« […] constituent des territoires propres qui incluent celui de leur institution de référence tout en le mettant dans un autre contexte culturel et économique »*[130]. En ce sens, un site web pourrait projeter le territoire de son organisation de référence tout en l'élargissant. *« En effet, tout site est composé, d'une part, d'un ensemble de lieux d'action et d'interaction plus spécifiques qui forment « son territoire » - lieux d'action et d'interaction plus spécialisés [qui] s'expriment sous forme de « rubriques » ou « pages » spécifiques du site ; et réfère d'autre part, au « territoire » du domaine, du monde qui préexiste et qu'il limite, par rapport auquel il se différencie, qu'il élargit, réinterprète, etc.* [131]*»* La compréhension du rapport entre le site web et l'organisation de référence révèlerait de nouveaux modèles culturels et économiques[132]. Ces définitions de P. Stockinger sont particulièrement utiles mais lorsque l'on souhaite les rendre opérationnelles, elles s'avèrent poser quelques problèmes. Elles nécessitent des affinements sur plusieurs plans.

---

[127] Peter Stockinger, *Les sites web*, Paris, Lavoisier, 2005, p.33.

[128] Anne Cauquelin, *L'invention du paysage*, Paris, PUF, 2000, 181 pages.

[129] Peter Stockinger, *Les sites web*, Lavoisier, 2005, p.24.

[130] Peter Stockinger, *op.cit,* p.27.

[131] Peter Stockinger, *op.cit,* pp.25-26.

[132] Peter Stockinger, *op.cit,* p.27.

Faire coïncider le territoire de l'institution de référence à un territoire sur le web (*i.e.* rattacher un site web à un lieu, un site, une institution « physique ») revient à dupliquer l'échelle et la métrique d'un territoire « physique » et à nier les propriétés hypertextuelles du web. En somme, c'est dupliquer un territoire borné, contrôlé en oubliant les spécificités techniques de l'ensemble plus vaste auquel il appartient, le web. Le site web n'est pas uniquement un accès contrôlé : un site web citant un autre site web par le biais d'un lien hypertexte ne correspond pas à un acte contrôlé de la part du site web cité. Dans le même temps un site web qui cite un autre site web par le biais d'un lien hypertexte inclu dans un signe verbal sort de ses propres pages web, d'un espace contrôlé. Il ne peut pas contrôler les contenus mis en ligne sur la page web à laquelle il est relié. En ce sens, le site web ne peut pas se définir par son exhaustivité interne et par ses frontières externes, ce qui compose une autre métrique. Dans le même temps, ce territoire pour devenir une institution bornée et contrôlée doit s'accompagner d'une fondation symbolique, d'une fiction instituante[133] capable de nouer, sur un site web, la technique et les acteurs.

De plus, le site web ne fait pas que répondre aux attentes des internautes. Les internautes ne trouvent pas uniquement des réponses à des besoins, des désirs, des intérêts, ils tâtonnent, ils cherchent l'information, ils butinent. Ces actions de recherche d'informations sur le web sont traduites dans la notion de « sérendipité ».

En revanche, il existe un point de repère stable dans la définition de site web. Le site web peut être défini comme une entité technique. P. Stockinger définit le site web comme un objet composé d'une entité technique, au sens d'une pile de fichiers (cluster) possédant une adresse URL qui permet d'accéder au fichier présent sur un serveur web et dont les liens entre clusters sont assurés par les liens hypertextes[134]. D'un point de vue technique étendu, le site web est aussi lié à des formats techniques pour la création des contenus[135].

Le site web est également une entité sémiotique, une unité d'information qui a des fonctions et des rôles dans un contexte d'usage. La description sémiotique du site web traite de la « prestation » et de la « mise en scène », car le site web est un lieu de prestations à destination d'un usager[136]. Nous ajouterons que cet usager peut parfois contribuer aux contenus mis en ligne par l'éditeur.

---

[133] Lucien Sfez, *Technique et idéologie*, Paris, Éditions du Seuil, 2002, p. 252.

[134] Peter Stockinger, *Les sites web*, p.21 et suiv.

[135] Les processus cognitifs liés aux formats techniques ne seront pas évoqués dans notre analyse.

[136] Peter Stockinger, *op.cit,* p.24.

Au final, nous retiendrons de cette discussion que le site web est un objet sémiotique, une unité d'information qui a des fonctions et des rôles dans un contexte d'usage. Toutefois, nous ne retiendrons pas la dimension de « double » standardisé, de construction d'un territoire au sens de projection d'une institution (*i.e.* bornée, avec des limites et contrôlée, par exemple dans son accès et son non-accès) dans le web.

Pour dépasser la projection d'un lieu borné, contrôlé, nous pouvons reprendre la définition proposée par Jacques Lévy d'« un espace à métrique topologique [137]», c'est-à-dire que les objets « physiques » à métrique continue s'opposent aux objets connexes c'est-à-dire à métrique non continue ou topologique, celle des réseaux. L'auteur souligne également qu'il n'est pas nécessaire de *« [...] multiplier les attributs: ceux qui concernent les limites (frontière, topologique, ou confins, topographique) relèvent d'un autre principe de classement: on peut trouver, tant dans les territoires que dans les réseaux, des espaces à limites floues ou nettes. D'où un croisement possible entre les critères que traduit le classement des métriques. [138] »* Dans le couple réseau et territoire, Jacques Lévy propose l'articulation suivante. *« Le couple réseau/territoire présente l'avantage de mettre sur le même plan, de comparer, d'articuler les termes, sans réduire les réseaux, comme on l'a longtemps fait, à des supports matériels, ou au contraire, à des abstractions détachées de la notion de distance. Les réseaux apparaissent de plus en plus aujourd'hui comme des espaces de « plein exercice », concurrents ou complémentaires des territoires, mais en tout cas comparables. Un phénomène comme la mondialisation devient plus lisible lorsque l'on compare les échelles respectives des territoires et des réseaux. Cette définition large mais précise du territoire permet enfin de donner à voir l'importance de la territorialité (sans confusion avec la notion d'identité spatiale) dans un certain nombre de processus, l'urbanité, la vie des États, mais aussi, d'une manière qui ne confond pas avec la précédente, la construction et la circulation des légitimités politiques. [139]»* Ainsi, dans ce couple réseau et territoire, la construction de la domination politique de la fiction instituante n'est pas uniquement statique, ancrée dans un lieu projeté sur le web, un site web, elle peut également être construite et circulée. Nous retiendrons que la territorialité pourrait se nouer avec les réseaux, et plus particulièrement le web. P. Stockinger et J. Lévy utilisent l'adjectif qualificatif « comparable », ce qui ne veut pas dire la projection ou la duplication *stricto sensu* du territoire sur les réseaux, du lieu sur le web.

---

[137] Jacques Lévy, Territoire, in Jacques Lévy, Michel Lussault (sous la dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés,* Paris, Éditions Belin, 2003, p. 907.

[138] Jacques Lévy, Territoire, in Jacques Lévy, Michel Lussault (sous la dir.), *op.cit,* p. 910.

[139] Jacques Lévy, Territoire, in Jacques Lévy, Michel Lussault (sous la dir.), *op.cit,* p. 910.

Un auteur, G. Dupuy, a lié la territorialité au réseau, sous le terme de « territorialité réticulaire ». Au XIXe siècle, le lieu n'a plus de sens en soi, mais devient dépendant de sa relation ou de sa mise en relation avec d'autres lieux. « *Un système d'interrelations se met en place dans le courant du XIXe siècle et tend, tout au long du XXe siècle, à constituer un nouveau territoire unique, tout différent des précédents.* [140]» Cette définition est intéressante, le site web devient également dépendant de ses relations. Le réseau-territoire se base sur une relation choisie dans la proximité et le voisinage. Les infrastructures permettent cette relation en permanence. La variable vient des relations établies dans un espace de réseau au fil du temps[141]. Les sociétaires du réseau créent le territoire. Le topographique laisse place au topologique. Le terme topologie issue de l'analyse leibnizienne traite des fonctions numériques afin de formaliser les notions de continuité et de limite[142]. Dans le sens où la territorialité repose sur la connexité, nous interrogerons la socio-logique plus que la topologique des acteurs au sein du web. La notion qui peut nous aider est donc la « territorialité réticulaire ». Elle est issue de la production de territoire par le réseau, face au principe d'espace aréolaire résultant de la production de territoire par le maillage. « *Cette territorialité réticulaire est complexe car constituée par une multitude d'acteurs rendus solidaires par des réseaux techniques infrastructurels, et « sociétaires » par leur appartenance à des systèmes de gestion des mises en relations dans le réseau. Elle n'en présente pas moins toutes les caractéristiques des territoires en termes de maîtrise, de pouvoir. Le sens des réseaux apparaît donc bien dans cette dimension territoriale.* [143]» Les réseaux techniques offrent alors aux sociétaires de réseau, ceux qui y accèdent, l'ubiquité, l'instantanéité, l'immédiateté et un pouvoir symbolique en ayant accès à un « réseau-territoire», nouvel espace topologique. Le « réseau-territoire » se base sur une relation choisie dans la proximité et le voisinage, et des infrastructures permettant une relation permanente.

Pour compléter la définition d'un territoire à métrique topologique, nous mobiliserons deux types de réseaux définis par Jacques Lévy[144]. Les « RAPT » sont des « Réseaux à Aménagement Partiellement Topographiques » et les « RET » sont des « Réseaux exclusivement Topologiques ». Dans les RAPT, la distance demeure. « L'espace-temps est contracté et les territoires sont réaménagés mais ils ne déménagent pas », les réseaux

[140] Gabriel Dupuy, *L'urbanisme des réseaux*, Paris, Armand Colin Éditeur, 1991, pp. 49-50.

[141] Gabriel Dupuy, *op.cit.,* p. 56.

[142] Serge Thibault, Topologie, in Jacques Lévy, Michel Lussault (sous la dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, p. 928.

[143] Gabriel Dupuy, *op. cit.,* p. 46 et suiv.

[144] Nous reprenons ici la présentation faite par Pierre Musso de Jacques Lévy, Le monde en Réseau chap. d'une étude pour la DATAR, 2002, de VillEurope et Jacques Lévy, « Jeux de cartes, nouvelle donne ».

maritimes, routiers, aériens « anamorphosent » seulement les territoires[145]. Avec les RET, la distance devient négligeable comme avec les réseaux de télécommunication et de téléinformatique. Si ces réseaux ne se substituent pas au territoire, selon Pierre Musso, ils l'augmentent « *pour l'enrichir et enrichir les actions et les rencontres entre acteurs. En ce sens, le RET forme un « hyperterritoire », double du territoire qui permet d'accroître les capacités d'actions et d'échanges. Avec le cyberespace entendu au sens large comme l'ensemble des systèmes d'information planétaires dont internet est l'espace public, se forme un deuxième monde parallèle articulé au territoire et très différent de lui, car il obéit à une tout autre logique. Dans l'espace, la rencontre des deux mondes ne s'opère que ponctuellement en certains nœuds de commutation, quand le site et le lieu se superposent, par exemple dans la représentation d'une ville et de son site web, mais le site ne donne alors qu'une image partielle du lieu et un outil d'accès à certains services qui s'y trouvent localisés.* [146]» Toutefois dans la superposition entre un lieu et son site web, dans la mise en ligne de contenus territorialisés ou en référence à un lieu « physique », le site web *rennes.fr* devient équivalent au site web *saint-etienne.fr*, ou *grenoble.fr*. Les services en ligne dupliquent les services d'une mairie, et chaque mairie en ligne équivaut à une autre mairie en ligne. La page web « e-services » est fournie par *service-public.fr*. Le site web ne peut pas se résumer uniquement à des acteurs, à de la technique, à des formats, à des conventions : sa dynamique et sa mise en scène sont également importantes.

Nous analyserons le site web comme une entité sémiotique et hypertextuelle et non comme une institution, une duplication. La description sémiotique d'un site web, présentée ultérieurement, prend en compte la signification, la production de cette signification, et la construction, la circulation des « objets » d'un territoire au web, ou sur le web uniquement. Cependant entre le territoire et le web, l'isomorphie n'existe pas. Les dynamiques sur le web dépassent la définition d'un site, d'un lieu, d'une institution *stricto sensu*. Anne Cauquelin propose de considérer un site web comme présent ni dans l'espace abstrait ni dans le lieu propre, sorte de *topos* dans une *aporia*, de « troisième espace » entre le territoire « virtuel » ou « en ligne » et le territoire « physique », inventé comme le fut en son temps le paysage. Le paysage est une « forme de perception particulière, issue d'une histoire, d'une culture, et qui fait implicitement référence à des strates de savoirs que nous ne savons pas savoir »[147]. Un site web comme le paysage pourrait évoquer « un ordre, une disposition particulière, ce que

[145] Pierre Musso, Critique de la notion de « territoires numériques », Actes du Colloque Les entretiens de la Cité des Territoires, Territoires, territorialité, territorialisation : et après ?, Grenoble, 7-8 juin 2007, p. 104.

[146] *Idem*.

[147] Anne Cauquelin, Le paysage et son dessein, in Antoine Bailly, Renato Scariati, *L'humanisme en géographie*, Paris, Anthropos, 1990, p. 103.

j'appelle une « forme ».[148] » L'origine du paysage se situe dans la perspective, celle de la peinture italienne de la Renaissance. L'« idée de paysage » est une convention, un artifice usant de technique et de savoir-faire, ce qui selon Anne Cauquelin appartient au domaine de la rhétorique, c'est-à-dire d'un art de persuader de la vérité du vraisemblable, en somme faire de l'image peinte, la réalité[149]. Le terme « site » pour site web autorise cette addition des usages, un passage d'un régime à l'autre, de la topographie à un lieu sans implantation concrète, « physique ». C'est une double définition entre un site « physique » intégrant les conceptions spatiales individuelles et un site web, lié à des activités de communication. En associant cette définition de « site web » à celle de paysage et en les mettant en relation avec le regard des professionnels et des amateurs, la question du statut du site web peut être reformulée : l'invention d'un « web régional » ne résulterait-elle pas d'une association entre usages, savoir-faire, prospect et perspect ? Cette proposition nous conduit à poser la question du rôle que pourrait jouer le site web dans nos conceptions spatiales. Anne Cauquelin fournit alors une réponse. *« Je dirais même que les traits qui apparaissent avec le site Internet sont des sortes de révélateurs des traits des sites traditionnels.[150] »* Ce n'est donc pas le lieu « physique » en tant que tel mais des traits qui sont présents sur le web. Le site web est en rapport avec le lieu et l'espace, entre la contiguïté du territoire « physique » et la connexité des réseaux. Il est hybride, il retient des traits des deux. Le conflit entre l'espace et le lieu trouve une résolution supérieure dans la « couture du site »[151]. Le conflit entre territoire et réseau trouverait-il une résolution supérieure dans la couture qu'opèrerait le site web entre ces deux entités ? Selon l'auteur, avec les TIC, les questions d'espace, de lieu, de position, de mémoire et de temps se posent sous un nouveau jour. En ce sens, les pages web peuvent être définies comme des « révélateurs des sites traditionnels » entendus comme sites géographiques, ou territoires « physiques ».

De ce fait dupliquer la définition d'un territoire borné et contrôlé, reprenant la métrique euclidienne d'un territoire administré et hiérarchisé, conduit à une isomorphie entre web et territoire mais ne rend pas compte de la métrique topologique des réseaux, voire à travers les liens hypertextes, par exemple, de la socio-logique du web. Nous avons montré que le site web ne reprend pas exactement les caractéristiques qui définissent le lieu géographique, « physique », ni une institution, dans le sens d'un acteur dominant dans une organisation sociale. Le site web n'est pas identique à un lieu dans le sens où la métrique et l'échelle sont

[148] Anne Cauquelin, Le paysage et son dessein, in Antoine Bailly, Renato Scariati, *L'humanisme en géographie*, Paris, Anthropos, 1990, p. 103.

[149] Anne Cauquelin, *op.cit*, p. 105.

[150] Anne Cauquelin, *Le site et le paysage*, Paris, PUF, 2002, p. 26.

[151] Anne Cauquelin, *op.cit,* p. 87.

différentes. Pourtant le site web opère une médiation entre un territoire « physique » et le web. Ainsi, il faudra questionner cette projection, cette duplication d'un lieu « physique » sur le web. La dimension topologique des réseaux oblige à prendre en compte la circulation dans le web, tandis que la dimension territoriale, la territorialité soulignée par Jacques Lévy oblige à prendre en compte en même temps l'attachement dans un territoire, ce que nous allons essayer de démontrer. Nous avons vu que la définition du site web doit prendre en compte la dimension technique du site web, les formats, les conventions et les acteurs. Quels sont les acteurs qui mettent en ligne ces sites web ? Quels contenus en référence à un même lieu sont mis en ligne ?

2 - 2 - La multiplicité des acteurs et des représentations d'un lieu

Dans le corpus web « régional », composé de 591 références web, la frontière d'un territoire régional devient poreuse et oblige à repenser les catégories pour définir un site web ou une référence web. Après la logique de tuyaux, d'infrastructure de réseau surimposée au territoire, l'immédiateté et la fluidité induites par ces réseaux, nous nous intéresserons aux pratiques des acteurs. Ces pratiques des acteurs se font selon d'autres temporalités et seraient peut-être le lien entre réseaux et territoires ? Ces pratiques ne donneraient-elles pas de l'épaisseur à l'infrastructure technique ? Il convient alors de rechercher les « effets d'adhérence », de rechercher la « territorialité des réseaux[152] ». Pour identifier ces acteurs, nous essayerons d'établir une typologie des éditeurs de sites web. Puis, nous essayerons d'analyser les contenus mis en ligne à partir de la notion de représentation.

1) La multiplicité des acteurs

La typologie des acteurs rencontrés sur le web du corpus régional, oblige à dépasser une définition bornée, administrée, contrôlée du site web. En effet, cette tentative de classement des 591 références web selon un type d'organisation pour les éditeurs de sites web nécessite quelques adaptations. Ainsi, lors de la constitution du corpus, dans un premier temps, nous avions préféré dans un souci de simplicité et de clarté éliminer les blogs, les pages personnelles ou les sites web n'ayant aucune identification claire. Dans un second temps, il s'est avéré que des sites web, ou pages, ou groupes de discussion cités par d'autres sites web avaient une certaine pertinence dans ce corpus, qui n'est pas statique mais dynamique.

[152] Martin Vanier, *Le pouvoir des territoires*, Paris, Éditions Economica, 2008, p. 29.

Le corpus se compose de huit types, dont les six premiers sont des éditeurs identifiables et les deux derniers sont des éditeurs peu ou non identifiables[153] :

1. Les sites web d'institutions comme les collectivités territoriales et locales, les services d'État ;
2. Les sites web d'entreprises et de sociétés coopératives de production (SCOP) ;
3. Les sites web ou blog ou pages web sur plateformes d'artistes en groupe ou d'artistes seuls ;
4. Les sites web personnels[154], blog ou pages web sur plateformes d'intellectuel, de chercheurs, de passionnés, ou autres ;
5. Les sites web d'associations (loi 1901), de fédérations ou d'Organisation Non Gouvernementales (ONG) ;
6. Les sites web de diocèses ;
7. Les sites web ou blog, ou groupe de discussions sur le mode du regroupement, *i.e.* qui regroupent des personnes sans structure avec statut juridique ;
8. et aucune référence à un acteur[155].

La non qualification ou « aucune référence à un acteur » concerne la référence intitulée « Bretagne et Droits de l'homme : Breizh ha Gwirioù an Den [156]». Aucun élément ne permet de qualifier si cette référence émane d'une personne ou de plusieurs personnes.

Le type « regroupement » prend en compte des groupes de personnes qui mènent des actions dans le territoire « physique » et/ou des groupes de personnes qui mènent le plus généralement des discussions, des échanges sur le web. Dans le territoire « physique », le regroupement « Aïta », par exemple, mène des actions pour l'usage et une signalétique en breton dans les gares ferroviaires. La « Coordination anti-répressive de Bretagne » (CARB) et la « Coordination de la Bretagne Indépendante et libertaire » (CBIL) sont des regroupements d'information et de soutien aux « prisonniers politiques » pour le premier, d'édition d'un journal *Le Huchoèr*, et d'information sur ses actions menées dans le territoire « physique » pour le second. Sur le web, des regroupements de type discussion existent comme le « forum des sonneurs » destiné aux musiciens de bagadoù, ou le forum « Barzhoniezh Nevez » destiné à la poésie en Bretagne ou les forums de discussion pour les bretonnants débutants comme « Petra nevez ? » ou pour les services religieux en breton comme « Brezhoneg en Iliz »

[153] Cf. Tableau 14. Répartition par type des « éditeurs » de références web du corpus web « régional », p. 451.

[154] Dans le type personnel, aucune référence ne traite de la vie personnelle d'une personne mais de thématiques diverses et variées.

[155] Les sites web d'entreprise, d'association ou de regroupements travaillant dans le domaine de la presse et de l'édition et, ou qui proposent une revue, un magazine disponible sur papier ou en ligne, des articles, ou de la vente en ligne ont été comptabilisés au nombre de treize mais cette catégorie n'apparaissait pas pertinente finalement dans le corpus web « régional ».

[156] « Bretagne et Droits de l'homme: Breizh ha Gwirioù an Den [156]» site web accessible à <http://gwiriouanden.bzh.bz/>

disponibles sur la plateforme *yahoo groupe*. Dans ce type « regroupement », un blog des entrepreneurs bretons (« Bretagneb2b ») et un blog sur la politique et la liberté en Bretagne (« Les bonnets rouges ») sont présents. « Bretons de Sydney » et « Bretons-Paris » sont des groupes d'expatriés disposant d'un blog ou d'un site web proposant des rencontres ou se voulant être un « serveur » au service des expatriés. Il existe des applications spécifiques mises à disposition via un site web à destination des expatriés, comme le réseau « Bzh-Network ». Le dernier site web répertorié dans ce type est *geobreizh.com*, cette géographie de la Bretagne est mise en ligne par trois personnes qui proposent des informations en breton, traduites en français. Sur le site web de « l'Agence Bretagne Presse », les articles sont mis en ligne par des personnes accréditées (entreprises, associations, syndicat, parti politique, collectivité territoriale, élu ou festival). Toutes ces personnes, soit un millier environ, peuvent mettre en ligne des articles en français, en breton, en gallo ou en anglais, sous couvert d'une signature contenant nom et prénom. Cette « agence d'actualités régionales » a été mise en ligne par Philippe Argouach en 2003, sans aucun statut d'entreprise de presse.

Cette typologie n'est pas déterminante, elles nous permettait face à un large corpus de dresser un aperçu, de comprendre en quoi le web n'est pas uniquement une projection des lieux, des acteurs.

2) Ce que montre cette typologie des acteurs

Sur un même territoire qui est le département des Côtes d'Armor, par exemple, il est possible de trouver en ligne différents sites web : un Conseil général, deux entreprises et deux associations. Les contenus mis en ligne font référence à un même territoire « physique », pourtant les dénominations de ce territoire en français et en breton varient entre le territoire administré, « Les Côtes d'Armor » qui est le nom du département, et le pays « Trégor », au sens de « bro », c'est-à-dire le terme féminin breton signifiant « pays » qui reprend les anciennes aires culturelles, ou les évêchés[157]. De même, il existe deux éditions pour le journal télévisé de « France 3 Ouest » qui reprennent les deux zones en Bretagne « Haute Bretagne » et « Basse Bretagne »[158]. Ces zones sont découpées en pays, littéralement « broioù » en breton, comme le Trégor. Dans ce cas, chaque contenu en ligne représente un même territoire « physique » quoique sous différentes appellations, ou dénominations, ce que nous qualifierons à ce stade de « représentations ».

[157] Il est à noter que ces pays « bro » participent encore aux représentations spatiales des individus. Les expressions « habiter le Trégor » ou « venir du Trégor » sont encore usitées dans le langage courant. Un pays peut être découpé en terroirs, par exemple « le bas Léon » et « le haut Léon ». Ces terroirs peuvent avoir leurs danses et leurs costumes propres comme le « Pays Pourlet » en Centre-Bretagne.

[158] « Haute Bretagne » et « Basse Bretagne »[158] dont les termes en breton sont « Breizh Uhel » et « Breizh Izel », qui distinguent également deux aires linguistiques, la langue « gallo » et la langue « breton ».

Les représentations d'un lieu peuvent donc être multiples. Et le web ne propose pas une unité quand les représentations du lieu sont mises en lignes. Après l'absence de limites, la seconde caractéristique du web est sa composition dans la multiplicité des acteurs et des représentations. Ce terme représentation est polysémique. Par exemple, la représentation peut être politique ou sociale. Dans le vote, l'équivalence entre le peuple et ses représentants est construite à partir d'un accord sur les procédures de contrôle de ce vote[159]. Jacques Lévy distingue deux couples et quatre aspects, celui de représentation/légitimation et celui d'action/discours[160] à partir de l'action des acteurs dans l'espace politique. Les représentations « sociales », quant à elles, *« nous guident dans la façon de nommer et définir ensemble les différents aspects de notre réalité de tous les jours, dans la façon de les interpréter, statuer sur eux et, le cas échéant, prendre une position à leur égard et la défendre. [161]»* Ce sont des « réalités mentales » et des objets « totalisants ». *« Elles circulent dans les discours, sont parfois portées par les mots, véhiculées dans les messages et les images médiatiques, cristallisées dans les conduites et les agencements matériels et spatiaux. [162]»* Malgré ces définitions multiples, la fécondité de la notion, la communauté scientifique selon Denise Jodelet s'accorde sur une caractérisation. *« C'est une forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social. [163]»* Notre difficulté est que ce terme apparaît dans le cadre de notre analyse trop vague pour rendre compte de la diversité et nous permettre de voir quels sont les éléments du territoire que les acteurs utilisent sur le web. De même, la construction d'une réalité commune sur le web n'est pas acquise. Voire, ce terme est-il encore pertinent dans le cadre de cette thèse ?

En effet, la décomposition territoriale selon Jacques Beauchard correspond à une perte de représentations et de patrimoine territorial pour les territoires qui intègrent des réseaux[164]. Les représentations territoriales et locales prennent deux directions. *« La première, liée à l'espace en ligne, mène à une recherche constante de déterritorialisation ; réduire les distances-temps revient à réduire l'épaisseur des lieux, à les dématérialiser. La nature locale du politique est dépassée au profit des horizons hors champ des réseaux. La seconde, au contraire, entraîne un surinvestissement de la terre d'origine et de l'identité, une*

[159] Nathalie Heinich, Représentations, in Lucien Sfez, *Dictionnaire critique de la communication*, Paris, PUF, 1993, tome 1, p. 466.

[160] Jacques Lévy, *L'espace légitime*, p. 106.

[161] Denise, Jodelet, Représentations sociales : un domaine en expansion, in Denise Jodelet (sous la dir.), *Les représentations sociales,* Paris, PUF, 1996, p. 47.

[162] Denise, Jodelet, *op.cit,* p. 48.

[163] Denise, Jodelet, *op.cit,* p. 53.

[164] Jacques Beauchard, *La mosaïque territoriale*, Paris, éditions de l'Aube, 2003, p. 12.

réinscription dans l'hexagone et la défense des frontières, une territorialisation forte et naturellement exclusive à l'œuvre, l'ordre de l'espace transactionnel (transit + marché) est nié. [165]*»* Jacques Beauchard résume ici l'opposition que nous avons décrite précédemment, entre la fluidité des données et la rugosité du territoire, entre la dématérialisation des données et le retour au territoire « physique ». La solution préconisée par l'auteur est la région-territoire, qui pourrait être l'échelle de réinvention des lieux. Pour l'auteur, certaines régions sont encore en cours d'identification, et ce territoire en émergence. L'essor des communications serait un enjeu de la gouvernance territoriale. Or, dans l'inventaire des types d'organisation présenté, il ne semble pas que l'action politique (type institution) soit seule à participer à la recomposition locale sur le web. Cette recomposition est multiforme et issue de multiples acteurs du local ou de l'extérieur, par exemple une diaspora. Le web offre la possibilité à de multiples acteurs, puisque nous avons établi huit types d'organisation pour les éditeurs, à mettre des contenus en ligne, à parler d'un même territoire selon divers noms, en français et en breton, par exemple. En ce sens, nous pourrions introduire le concept d'« interterritorialité » de Martin Vanier qui prend en compte la diversité des pratiques. La notion d'interterriorialité développée par Martin Vanier permet de prendre en charge et d'expliciter la multiplicité des acteurs sur le web et les multiples représentations. « La république des réseaux » selon Martin Vanier laisserait les divers acteurs s'exprimer pour gouverner l'« interterritorialité ». Dans son épistémologie de l' « entre », Martin Vanier introduit une utopie, selon ces propos, qui est l'« interterritorialité ».

« L'interterritorialité naît d'abord dans le grand laboratoire social. Elle se forge dans les pratiques individuelles et collectives qui trouvent elles-mêmes leurs ressorts dans des mutations sociétales fondamentales : individualisation, nouvelles temporalités, croissance de la mobilité, empire des réseaux. Il en découle une tout autre expérience de l'espace que celle que l'unicité territoriale favorise. Mais cette expérience, qu'on peut résumer par les figures de la centration, la combinaison et la connexion, n'a pas encore produit son expression politique, comme le montre l'analyse des grandes questions économiques qui traversent la société. [166]*»* Elle est également une « façon d'être au monde ». *« Car l'interterritorialité, c'est encore de la territorialité. Elle se dessine en pleins et en vides, en qualités et en apories. Du côté des pleins, ou des qualités, la centration, la combinaison, la connexion ; du côté des vides, ou des apories, l'ancrage, l'unicité, la proximité.*[167]*»* Dans cette définition, le territoire demeure l'espace légitime d'action d'un acteur politique. Pourtant, la territorialité selon Guy

[165] Jacques Beauchard, *La mosaïque territoriale*, p. 14.

[166] Martin Vanier, *Le pouvoir des territoires*, Paris, Éditions Economica, 2008, p. 11.

[167] Martin Vanier, *op.cit.,* p. 30.

Di Méo, se compose de plusieurs dimensions. La première dimension est politique, celle de l'existence d'une autorité. La seconde dimension se situe dans le rapport entre la société et un territoire. Ce rapport est multiple, tant dans le registre de valeurs culturelles, sociales, mémorielles ou symboliques d'un collectif que dans le vécu individuel. En ce sens, l'identité territoriale d'un individu ne serait pas plus topographique que topologique, c'est-à-dire non plus exclusivement territoriale[168].

L'interterritorialité se pose également par rapport au temps. *« On appellera ainsi toutes les pratiques sociales, toutes les organisations collectives et toutes les médiations politiques qui articulent les territoires existants, leur patrimoine et leur identité.* [169]*»* L'absence d'isomorphie entre web et territoire « physique » repose sur le fait que le territoire n'est pas uniquement un espace mais également un temps voulu, choisi reposant sur la sélection. Car le patrimoine, l'identité, la tradition résultent de la sélection. Les acteurs sélectionnent dans le passé leur tradition. Le territoire politique est également source de conflits, et la territorialité se situe au cœur des conflits[170]. En effet, *« La territorialité n'est-elle pas simultanément principe fondateur de l'unité politique et représentation de celle-ci ?[…] Interprétation politique de l'espace, la territorialité porte en elle l'inscription de l'État et neutralise, a priori, une variété de dissensions possibles.* [171]*»* C'est pourquoi l'auteur souligne son extrême ambivalence. *« Cette extrême ambivalence place a priori l'aménagement du territoire au centre de tous les enjeux, voire des jeux glissants de la territorialité, et lui donne aujourd'hui un caractère constitutionnel majeur ; encore faut-il discerner l'entremêlement des forces à l'œuvre.*[172] *»* La territorialité et l'interterritorialité permettent de rendre compte que l'acteur politique n'est pas uniquement le seul à définir « un territoire » sur le web. Chaque acteur devient producteur de contenus multiples. Ainsi après les acteurs, ce sont aux contenus que nous nous intéresserons.

2 - 3 - Le territoire moteur de la création et de la transposition de contenus sur le web

Les contenus en lien avec un territoire ont été qualifiés de territorialisés, c'est-à-dire que le territoire est une « source » pour les acteurs en vue de mettre des contenus en ligne. En

[168] Guy Di Méo, Territorialité, in Jacques Lévy, Michel Lussault (sous la dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, p. 919.

[169] Martin Vanier, L'invention des territoires : de la dispute au bien commun, in Jacques Beauchard, (sous la coord.), *La mosaïque territoriale*, pp. 123-135.

[170] Jacques Beauchard, *La bataille du territoire*, p. 127.

[171] Jacques Beauchard, *op.cit,* p. 127.

[172] Jacques Beauchard, *op.cit,* p. 128.

parlant des contenus en général, le terme représentation est adéquat. Mais les sites web, en tant qu'entité sémiotique mettent en scène également des signes. En effet, dans l'exemple du territoire des Côtes-d'Armor, ce sont les signes verbaux, « Les Côtes d'Armor », « Trégor », qui mettent en scène le territoire et permettent le lien entre territoire et web. Si les territoires ne sont pas projetés sur les réseaux à travers les sites web, alors le site web ne peut pas être un substitut du lieu « physique ». Les signes ne sont pas projetés, *i.e.* qu'entre le territoire et le web, il se passe quelque chose. Ainsi, ces signes reprennent des éléments du territoire et les adapteraient en fonction de l'outil web. Dans leur présentation même sur un site web, les contenus mis en ligne opèreraient un changement entre le territoire « physique » et le web. Nous traiterons donc dans cette partie de ce changement, nommé transposition.

Précédemment, nous avons questionné l'isomorphie entre un lieu, une institution et un site web, qui n'apparaît pas pertinente. En effet, les sites web ne renvoient pas uniquement à une institution, à un lieu du territoire « physique », sans être totalement hors du territoire. Si la superposition, le tissage, le nouage peuvent être des politiques d'articulation entre cyberespace et territoires selon P. Musso[173], nous développerons l'hypothèse d'une transposition assurant une circulation du territoire au web et inversement, et un attachement des contenus mis en ligne sur le web. En musique, on change d'instruments en gardant la valeur des notes. Nous gardons des signes du territoire transposables sur le web et du web au territoire. Ainsi, le sens olfactif n'est pas transposable, alors que le visuel l'est. Par exemple, un drapeau peut circuler sur le web en gardant un attachement à un territoire de référence. La question est alors de savoir si les signes gardent la même valeur dans cette transposition et comment ils sont utilisés par les acteurs sur le web. Comment ces signes peuvent-ils s'agréger en vue de composer une sorte de « territoire en ligne » ? Nous faisons l'hypothèse que le site web, au sens d'une unité sémiotique de signification, opère une sélection de signes au sein du web, mais que seulement quelques signes sont transposables. Ces signes transposables permettent d'attacher un site web présent dans les réseaux à un lieu dans le territoire « physique » et d'assurer leur circulation sur le web. Ces signes se couplent également à la dynamique du web, dont certains acteurs sur le web, comme nous le montrerons, ont compris les règles. En dépassant le statut de données « pures », les contenus se sont territorialisés, comme le patrimoine oral d'un territoire.

Notre hypothèse est que ces contenus peuvent dorénavant circuler par la fluidité des réseaux et dans le même temps, la valeur de ces contenus par leur attachement territorial leur

[173] Pierre Musso, Introduction, in Pierre Musso, (sous la dir.), *Territoires et cyberespace en 2030*, p. 13.

permet de circuler sur le web. Mais les termes de représentations et de contenus ne rendant pas compte de la définition du site web comme entité sémiotique, nous nous intéresserons donc plus précisément aux signes. En effet, ce n'est pas le lieu, les représentations du lieu, l'institution qui sont transposables sur le web, seuls quelques signes du territoire qui ont la capacité à la fois de circuler et de demeurer attachés. Nous retiendrons que la rencontre entre web et territoires ne correspond pas à une fin des territoires. Les territoires deviennent selon notre hypothèse, un label de production de contenus territorialisés dont les qualités propres ne sont pas détachables des territoires de référence « physique ». Or, ce label qui permet la circulation et ne semble pas résider uniquement dans le territoire comme espace. Ainsi, dans la suite de notre démonstration, nous serons amenés à définir en ce sens, le territoire comme un temps. En effet, le territoire n'est pas qu'espace, il résulte d'un processus de construction qui s'est déroulé et se déroule dans des temps longs. Considérons temporairement que cette construction est un récit fait par les acteurs.

Isaac Joseph, à partir des travaux de J.J. Gibson, souligne que l'espace n'est pas le vide mais le plein, le plein de ressources pour les activités à la fois d'adaptation et de coopération des individus et des collectifs. En adoptant le concept d'affordance de l'écologie de la perception de J.J. Gibson, alors toute activité humaine trouve des « prises » dans son environnement. L'acteur participe à l'espace quand il s'y trouve. La double dimension spatiale et temporelle qu'il donne au territoire confère au récit une importance[174]. Pour l'acteur, l'espace est un « espace construit, rêvé, approprié » alors que pour l'agent, il est « un espace donné et contraignant »[175]. Cependant, étudier un récit sur le web supposerait de pouvoir analyser sémantiquement une grande quantité de contenus, sur des documents plus ou moins structurés. Nous n'avons pas développé ces outils d'analyse du rapport fond et forme du récit. Nous avons privilégié d'analyser sur l'interface web les éléments saillants qui se détachent du fond, *i.e.* des signes. Ces signes deviennent donc des « prises » pour les acteurs dans un environnement entre web et territoire.

La relation entre web et territoire s'effectue, selon nous, par une transposition des signes du territoire « physique » de référence dans le web. Mais n'existe-t-il pas différents degrés de transposition ? En effet, nous devrons peut-être distinguer les signes transposés, qui restent ancrés dans le territoire de référence et qui ne circulent pas, des signes transposables du territoire au web et du web au territoire, qui ont la capacité à la fois de circuler et d'être attachés. En ce sens, le tableau suivant illustre les différents types de signes selon leur

[174] Joseph Issac, Décrire l'espace des interrelations, in Jacques Lévy, Michel Lussault, (sous la dir.), *Logiques de l'espace, esprit des lieux*, Paris, Éditions Belin, 2000, pp 49-72.

[175] Patrick Garcia, L'espace géographique et les historiens, in Jacques Lévy, Michel Lussault, (sous la dir.), *op.cit,* pp. 73-92.

capacité à circuler et à demeurer attachés. Nous n'avons pas qualifié le type qui n'attache pas et ne circule pas.

	Attachement à un territoire	**Circulation**
Signes transposés	OUI	NON
Signes transposables	OUI	OUI
Données pures ou signalétique	NON	OUI
?	NON	NON

Tableau 1. Qualification des signes en fonction de l'attachement et de la circulation

C'est en ce sens que les signes deviennent transposables du web au territoire. Ils demeurent attachés à un territoire « physique » et ils circulent sur le web. Transposés, les signes demeurent attachés au territoire dans une logique de diffusion soit sur le site web, soit dans le territoire physique. Transposables, les signes demeurent attachés tout en ayant la capacité à circuler sur le web et entre le web et le territoire, et inversement.

La transposition nous permet de dépasser la re-présentation, c'est-à-dire la différence entre ce qu'est la chose représentée et la chose originelle, et dans le même temps, l'imitation, pour entrer dans une logique de circulation des contenus et non de diffusion des contenus. Des sites web agrégés sur une thématique quelconque et renvoyant à une même zone géographique proposent-ils une même re-présentation du territoire, ou plus précisément mettent-ils en scène les mêmes signes ? Le web est-il vecteur de communication, *i.e.* que la signification des signes sur le web est équivalente à la signification dans le territoire ou opère-t-il une transformation des signes, une sélection des signes du territoire au web ? Le territoire « mis en ligne » est-il une unité de la diversité ? Quel type de proximité se dégage entre les sites web, est-ce de la contiguïté (être à côté de) ou de la connexité (être connecté avec)? Notre hypothèse est que des entités du territoire sont transposables sur le web, c'est-à-dire des entités à la fois circulantes et attachantes. Ces entités sont des signes que nous définirons. Nous avons souligné que ces signes par leur attachement s'appuyaient sur des « prises » dans un territoire. Cependant, nous avons, jusqu'à présent, défini le territoire comme un espace, en effleurant l'idée que le territoire est un temps. Nous allons donc développer cette définition du territoire comme temps, et comprendre le processsus de construction d'un territoire.

2 - 4 - Du concept de territoire « physique » à celui de « communauté imaginée »

Le terme territoire est une construction historique. Abstraction juridique, le territoire est également porté par plusieurs récits d'acteurs dès le XVIIIe siècle avant de devenir l'unité politique sous-entendue par sa définition actuelle. Mais ce territoire, voire la nation, ne sont-ils rendus cohérents que par leur définition politique ou une autre dimension participerait-elle à la cohésion ?

1) Retour sur la généalogie du terme « territoire »

Le territoire apparaît en 1278 avec *terretoire*[176]. En latin chrétien, le terme signifie « pays, paysage », « dérivé de terre dont la forme altérée a donné *terroir* [177]». Ce terme est issu du latin *territorium, terra* (terre) qui signifie jusqu'au XVIIIe siècle *« étendue de pays où vit une population*[178] *».* À partir de ce siècle, son usage se répand et à la dimension d'étendue est incluse une étendue où il existe une juridiction, selon Paul Alliès[179]. La définition devient celle d'une *« étendue de terre qui dépend d'un État, d'une province, d'une juridiction etc.*[180] *»* On parle alors de territoire français, de territoire d'une commune. Selon la thèse de Paul Alliès, il existe différentes conceptions du territoire :

- le territoire-objet, comme droit de l'État, droit de propriété ;
- le territoire-sujet comme passage d'avoir à être, la conception de la souveraineté, de l'idéologie nationale ;
- et le territoire-fonction qui est l'établissement du droit.

Le travail d'élaboration du territoire, de la formation de l'État français au XVIIIe siècle repose par exemple sur le recensement des forêts, des marais, des landes. « La limite est ainsi et d'abord symbole politico-religieux. [181] » En ce sens, le territoire devient un système général de représentations, avec une délimitation, une frontière liée à l'histoire de l'organisation sociale. Il est à noter que le travail de base de l'élaboration du territoire selon Paul Alliès est le recensement. Sans montrer le lien entre territoire et identité, l'une des méthodes utilisées dès le début du XIXe siècle pour élaborer les identités nationales en Europe selon Anne-Marie Thiesse est le recensement des légendes populaires et des idiomes par questionnaire, en

[176] Dictionnaire historique de la langue française, Le Robert, 1992, p. 2108.

[177] Ibid.

[178] Emmanuèle Baumgartner, Philippe Ménard, *Dictionnaire étymologique et historique de la langue française*, Paris, Le Livre de Poche, 1996, p. 776.

[179] Paul Alliès, *L'invention du territoire*, Grenoble, PUG, 1980, 184 pages.

[180] Dictionnaire Quillet de la langue française, Paris, Édition Quillet, 1993.

[181] Paul Alliès, *op.cit,* p. 42.

France[182]. En 1807, l'enquête de l' « Académie de Celtique » s'appuie sur la logistique étatique par l'envoi des questionnaires aux préfets à destination des érudits locaux sur le thème des origines. Cette enquête s'appuie également sur la statistique départementale développée par Napoléon avec une connaissance exhaustive à l'époque des réalités contemporaines. L'ambition d'exhaustivité s'appuie donc sur le réseau d'État pour connaître le territoire et ses origines.

La construction symbolique du territoire au niveau étatique portée par l'administration, et par des historiens, des ethnologues, des poètes s'appuie sur des réseaux adminsitratifs, logistiques dès le début du XIXe siècle. Dès l'amorce de cette construction du territoire plusieurs regards et plusieurs récits d'acteurs se sont rencontrés. L'identification des origines, la connaissance exhaustive permettant la maîtrise et l'établissement du pouvoir sur des territoires au XIXe siècle découlent du recensement. Nous verrons dans notre démarche empirique que le recensement est une démarche difficile à entreprendre sur le web. Or, comme le souligne Paul Alliès, cette connaissance du territoire, et plus largement sa délimitation dans l'espace et dans le temps induisent un système de représentations et d'attributs du territoire. Institutionnalisés au cours du XVIIIe siècle, les territoires deviennent stables, les frontières définies. Aujourd'hui, les territoires du XXIe siècle entrent en « mouvement ». *« Sur ces territoires physiques, se sont multipliés les réseaux techniques (transports, communication, énergie) qui anamorphosent ces territoires et contribuent à leur polarisation et leur fluidification.* [183]*»* Aux territoires « brouillés », des territoires virtuels, numériques sont ajoutés. Si la stabilité des territoires semblait acquise, cette conception peut changer. Aujourd'hui, la borne, la limite, la frontière ne sont plus des signes ordonnateurs du territoire et de la territorialité qui en dépendait[184]. Les réseaux techniques et leur corollaire imaginaire ont accompagné les politiques publiques dès le XIXe siècle. Aujourd'hui, la décentralisation a créé un mille-feuille face à l'État-Nation qui rencontre des réseaux assurant une ubiquité logique et absolue aux données et l'expression sur un même réseau de regards multiples posés par les acteurs sur un même territoire. La construction socio-politique et historique se trouve redoublée par la médiation des supports web puisque ces contenus sont mis en ligne par les acteurs.

Comme le souligne Isabelle Pailliart[185] à propos de la question du rapport entre le lien social, l'espace public, le pouvoir et l' « immatérialité » supposée du territoire due aux

[182] Anne-Marie Thiesse, *La création des identités nationales*, Paris, Éditions du Seuil, 1999, p. 57.

[183] Pierre Musso, Introduction, in Pierre Musso, (sous la dir.), *Territoires et cyberespace en 2030*, p. 12.

[184] Gabriel Dupuy, *L'urbanisme des réseaux,* Paris, Armand Colin Éditeur, 1991, 198 pages.

[185] Isabelle Pailliart, *Les territoires de la communication*, Grenoble, PUG, 1993, 276 pages.

« nouvelles technologies », le concept de territorialité semble demeurer sans définition. Publié avant la large diffusion du web dans l'espace public après 1994, l'ouvrage d'Isabelle Pailliart pose déjà la question de l'articulation de tous ces domaines à laquelle s'adjoint la question de l'identité. Si la territorialité diffère du lieu par le mouvement et le récit qui l'animent et de l'espace qu'il soit géographique ou anthropologique, elle intègre dans le cadre de la modernité le registre de la construction à la fois concrète et symbolique[186]. Selon Isabelle Pailliart[187], dans cette construction actuelle imprégnée de modernité, la territorialité se diversifie par l'action des médias et des TIC. Si l'extension des réseaux à l'échelle mondiale pouvait amener à une disparition de l'espace à travers des termes tels que « virtualité » ou « réalité désincarnée », Isabelle Pailliart propose, quant à elle, de considérer qu'elle conduit à une *« profusion [...] d'espaces et de lieux »*[188]. Ainsi les lieux représentés dans les réseaux électroniques, de par leur ancrage territorial supposé, amènent à reconsidérer l'histoire, l'identité et les relations liées à l'espace, et plus précisément à un territoire, que nous limitons, ici, à celui d'une Région aux limites poreuses ou variables.

Fernand Braudel ajoute à la variable « espace » du territoire, la variable « temps ». Selon Fernand Braudel[189], cité dans l'ouvrage d'Isabelle Pailliart, *a contrario* des évolutions rapides des technologies, les territoires seraient marqués par des mouvements plus lents que sont les jeux d'acteurs politiques et sociaux. Selon ces auteurs, le local dans sa construction intègre l'articulation entre la communication, le lien dit social et la territorialité. *« Entendons-nous : il n'y a pas un temps social d'une seule et simple coulée, mais un temps social à mille vitesses, à mille lenteurs qui n'ont presque rien à voir avec le temps journalistique de la chronique et de l'histoire traditionnelle. [...] D'ailleurs, il y a, plus lente encore que l'histoire des civilisations, presqu'immobile, une histoire des hommes dans leurs rapports serrés avec la terre qui les porte et les nourrit ; c'est un dialogue qui ne cesse de se répéter, qui se répète pour durer, qui peut changer et qui change en surface, mais se poursuit, tenace, comme s'il était hors de l'atteinte et de la mesure du temps. [190]»*

Ainsi le temps des hommes est différent du temps de la société. Or si le web n'est pas défini temporellement par le politique, ou par un artefact tel que le journal, c'est le bien le temps des acteurs qui fait exister un « web » régional. Et, Fernand Braudel ajoute également

[186] Marc Augé, *Non-lieux :introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris, Éditions du Seuil, 1992, 150 pages.

[187] Isabelle Pailliart, *Les territoires de la communication*, Grenoble, PUG, 1993, 276 pages.

[188] Isabelle Pailliart, *op.cit.,* p. 12.

[189] Fernand Braudel, *La dynamique du Capitalisme*, Flammarion, 1985, 121 pages.

[190] Fernand Braudel, *Écrits sur l'histoire,* tome1, Paris, Champs-Flammarion, 1984, p. 24.

le rythme de vie des sciences et des techniques[191]. Ainsi, le web par rapport à un territoire « physique » est à la fois un espace et un temps mobilisés, construits, composés et transposés entre territoire « physique » et web. Cette transposition résulte-t-elle d'une juxtaposition des temps des acteurs, ou existe-t-il une dynamique cohérente des acteurs sur le web ? Précédemment, les technologies d'information et de communication se liaient au destin commun dans les discours de politiques. Que faire quand ce destin commun ne résulte pas d'une vision politique et qu'il se compose dans la multiplicité des acteurs quand il s'agit du web ?

2) Des communautés imaginées en lien avec un territoire

Avant de parler des communautés en lien avec un territoire, nous prendrons l'exemple des diasporas, dans la corrélation entre lointain et proximité présentée par Martin Vanier. *« Mais la proximité n'est plus ce qu'elle était et ne saurait se réduire à la petite distance. C'est désormais un truisme que d'affirmer que les grands enjeux sont à la fois locaux et planétaires, ou locaux-planétaires, et que le lointain peut être proche, ou inversement. [192]»* Au cours du XVIIIe siècle, le rapport au lointain était celui des pratiques aristocratiques, élitistes. Puis au cours du XIXe siècle, avec les modes de transports de l'époque, ce sont les plus pauvres qui quittèrent leur territoire, créant les diasporas actuelles[193]. Martin Vanier étudie la mobilité (physique) sans parler de mobilité généralisée. Il propose d'étudier ce nouage entre des pratiques individuelles et des espace-temps multiples[194]. *« On voit bien que certains des individus les plus mobiles sont aussi des plus attachés à quelques lieux, ceux de leur patrimoine résidentiel par exemple. Est-ce parce que la société est moins mutable qu'elle est davantage mobile ? […] On dit parfois que la mutation contemporaine tient dans ce jeu croisé entre temps et espace, que la mobilité exerce : contraction du temps, dilatation de l'espace. Mais ces navetteurs longue distance multirésidents ne vivent-ils pas à leur façon, dans un espace plus contracté et un temps plus dilaté, ce que tous les migrants du monde ont toujours vécu depuis des siècles ? [195]»* Chez cet auteur, ce n'est pas la proximité spatiale qui fait les liens mais l'estimation de la distance selon les moyens de transport, ou selon nous, en fonction des outils de communication.

[191] Fernand Braudel, *Écrits sur l'histoire,* p. 49.

[192] Martin Vanier, *Le pouvoir des territoires*, Paris, Éditions Economica, 2008, p. 128.

[193] Martin Vanier, *op.cit.,* p. 131.

[194] Martin Vanier, *op.cit.,* p. 24.

[195] Martin Vanier, *op.cit.,* pp. 25-26.

De ce fait, une communauté en lien avec un territoire repose sur d'autres logiques que la proximité spatiale, la contiguïté. Benedict Anderson propose de la considérer comme une « communauté imaginée ».

Benedict Anderson montre que le nationalisme et l'État-Nation sont des « artefacts culturels d'un type particulier ». Il montre comment ils sont entrés dans l'histoire depuis la fin du XVIIIe siècle, comment ils ont subi des transformations et leur « légitimé émotionnelle » aujourd'hui[196]. Benedict Anderson conçoit le nationalisme « comme une manière d'être-au-monde à laquelle nous sommes tous soumis, plutôt que, simplement, l'idéologie politique de quelqu'un d'autre »[197]. Le nationalisme est de l'ordre de l'imagination, expliqué par la perte d'anciennes communautés, qui oblige à en imaginer, à en ré-imaginer d'autres.

« Il est trois paradoxes qui ont souvent dérouté, voire irrité les théoriciens du nationalisme :

1) la modernité objective des nations aux yeux des historiens par rapport à leur ancienneté subjective aux yeux des nationalistes ;

2) l'universalité formelle de la nationalité en tant que concept socio-culturel – dans le monde moderne, chacun « a », doit « avoir », « aura » une nationalité, de même qu'il ou elle « a » un genre, par rapport à l'irrémédiable singularité de ses manifestations concrètes : ainsi, par définition, la nationalité « grecque » est sui generis ;

3) la puissance « politique » des nationalistes par rapport à leur misère philosophique, voire leur incohérence. »

« Pourquoi ces artefacts culturels particuliers ont suscité de tels attachements», s'interroge B. Anderson. *« (...) Une communauté politique imaginaire, et imaginée comme intrinsèquement limitée et souveraine.[198]»* En ce sens, à partir du XVIIIe siècle, la communauté imaginée repose sur des techniques et des technologies d'information et de communication issues de l'imprimé (le roman, la presse, la carte), des institutions (l'administration, l'enseignement, le musée) et la langue. Elle dispose d'une faculté imaginante. *« Elle est imaginaire (imagined) parce que même les membres de la plus petite des nations ne connaîtront jamais la plupart de leurs concitoyens: jamais ils ne les croiseront ni n'entendront parler d'eux, bien que dans l'esprit de chacun vive l'image de leur communion. » (B. Anderson, Ibid.)* Cette vision de la communion est présente à travers l'outil qu'est internet pour imaginer des communautés dites virtuelles, selon Patrick Flichy. « *Deux*

[196] Benedict Anderson, *L'imaginaire national*, p. 18.

[197] Benedict Anderson, *op.cit,* p. 9.

[198] Benedict Anderson, *op.cit.,* p. 19.

autres notions permettent de préciser ce qu'est cette vie communautaire : celles d'échange de connaissances et de communion. [199]»

La création d'une communauté imaginée se fait avec des outils et dans un processus temporel, *i.e.* un temps long. Il ne s'agit pas de déterminer leur exactitude ou non. *« (...) Les communautés se distinguent, non par leur fausseté ou leur authenticité, mais par le style dans lequel elles sont imaginées*[200] *».* Il n'y a pas de vraies communautés. L'oubli est selon Ernest Renan l'un des fondements d'une nation. *« Or l'essence d'une nation est que tous les individus aient beaucoup de choses en commun, et aussi que tous aient oublié bien des choses.* [201]». Nous verrons que cette dimension de l'oubli est également présente dans le web, et dans le même temps mise à mal par la construction d'une communauté sur le web basée sur des principes de transparence, de partage, de dépôt de mémoire en ligne. Car si l'internet crée l'ubiquité logique et absolue de données du territoire, ou la circulation de contenus territorialisés, les « communautés imaginées » de Benedict Anderson ne disposaient pas des mêmes outils. En effet, cette visibilité accrue ne permet plus la sélection de quelques éléments par quelques individus, quelques élites. Il existe une prolifération et une conservation permanentes qui posent problème alors même que le web change tout le temps.

Les regards sur les lieux d'origine ont changé. En raison des vagues de migrations, des individus nés et résidant à l'étranger regardent différemment le pays de leurs aïeux. Pour Benedict Anderson, les nationalismes étaient alors d'Europe mais pas en Europe[202]. En premier lieu, le capitalisme déracinait les gens dans l'espace à partir de la fin du XVIe siècle. Outre les moyens de transport, selon Benedict Anderson, le capitalisme produit un autre mode de représentation du territoire qu'est la carte imprimée, « un produit de l'imagination », un outil. *« Vue, pour ainsi dire, sous l'angle de la vision céleste du Très-Haut, elle permit de représenter les nouvelles terres-nourrices sur la minuscule surface plane des timbres, des cartes postales, des manuels scolaires ou des affiches politiques.* [203]» En second lieu, le

---

[199] Patrice Flichy, *L'imaginaire d'internet*, Paris, Éditions La Découverte, 2001, p. 94.

[200] Benedict Anderson, *op.cit.,* p. 20.

[201] « « L'oubli, et je dirai même l'erreur historique, sont un facteur essentiel de la création d'une nation, et c'est ainsi que le progrès des études historiques est souvent pour la nationalité un danger. L'investigation historique, en effet, remet en lumière les faits de violence qui se sont passés à l'origine de toutes les formations politiques, même de celles dont les conséquences ont été le plus bienfaisantes. L'unité se fait toujours brutalement; la réunion de la France du Nord et de la France du Midi a été le résultat d'une extermination et d'une terreur continuée pendant près d'un siècle. Le roi de France, qui est, si j'ose le dire, le type idéal d'un cristallisateur séculaire; le roi de France, qui a fait la plus parfaite unité nationale qu'il y ait; le roi de France, vu de trop près, a perdu son prestige; la nation qu'il avait formée l'a maudit, et, aujourd'hui, il n'y a que les esprits cultivés qui sachent ce qu'il valait et ce qu'il a fait. » Ernest Renan, *Qu'est-ce qu'une nation ?*, discours à la Sorbonne, 1882, 13 pages, disponible sur <http://www.bmlisieux.com/archives/nation01.htm>.

[202] Benedict Anderson, *L'imaginaire national,* p. 10.

[203] Benedict Anderson, *op.cit.,* p. 10

capitalisme « déracinait » les gens dans le temps dès la fin du XVIIIe siècle. La production d'horloges, liée à l'apparition des horaires de chemin de fer, permit également la production de journaux. Chaque nation disposait de son temps et voyait son passé encadré. Cet encadrement du passé se retrouve dans la quête des ancêtres analysée par Anne-Marie Thiesse. Dans le religieux, les vitraux, les sermons donnaient une *« représentation de la réalité imaginée [...] visuelle et auditive »*[204]. Dans ce couple représentatif, le passé, le futur et le présent se retrouvaient simultanément, un temps « messianique » selon la définition reprise par Benedict Anderson à Walter Benjamin. En brisant cette simultanéité de temps différents, celui du monde singulier des pratiquants et du temps universel divin, l'horloge et le calendrier ont permis le passage vers des temps identiques.

« Si l'on veut comprendre l'importance de cette transformation pour la naissance de la communauté imaginée qu'est la nation, le mieux est de se pencher sur la structuration élémentaire de deux formes d'imaginaire qui commencèrent à fleurir en Europe au XVIIIe siècle : le roman et la presse. Car ces formes fournirent les moyens techniques de « re-présenter » le genre de communauté imaginée qu'est la nation. [205]*»*

Par l'absence de généalogie comme dans les chroniques antiques, les légendes ou les hagiographies, le roman présente un « temps vide et homogène (…) analogue de l'idée de nation, laquelle est également conçue comme une communauté solide qui s'élève (ou décline) régulièrement au fil de l'histoire »[206].

En résumé, trois changements se réalisent entre le XVI et le XVIIIe siècles, les conceptions de l'espace et du temps, la fin des anciennes communautés et un mouvement pour imaginer, ré-imaginer des communautés, en s'attachant notamment à des objets neufs issus de l'imagination. « *L'ambition de ce livre est d'essayer de changer notre approche du nationalisme en le concevant, dans un esprit anthropologique, comme une manière d'être-au-monde à laquelle nous sommes tous soumis, plutôt que simplement, l'idéologie politique de quelqu'un d'autre.* [207]» En ce sens, le web deviendrait-il un territoire différent, voire une communauté imaginée ? Il convient, selon nous de dépasser la vision politique du territoire et de sa définition au cours des siècles précédents. Institutionnalisés au XVIIIe siècle, les territoires deviennent stables et leurs frontières définies. Or les territoires contemporains sont entrés en mouvement. Les acteurs sont multiples et ils peuvent utiliser la carte, puisque leur carte, est une médiation entre web et territoire, selon nous. En effet, c'est l'une des

[204] Benedict Anderson, *op.cit.,* p. 35.

[205] Benedict Anderson, *op.cit.,* p. 37.

[206] Benedict Anderson, *op.cit.,* p. 38.

[207] Benedict Anderson, *op.cit,* p. 9.

différences majeures, les supports ne sont pas ceux de la presse, de systèmes techniques comme le chemin de fer qui imposaient un temps chronométré. Ce sont des contenus mis en ligne par les acteurs, qui reprennent des signes liés au territoire « physique » comme nous le démontrerons dans le chapitre suivant.

En recherchant un pont entre réseau et internet, que le site web serait, deux enjeux sont soulevés. Dans un premier temps, il a été montré que le site web en raison de la métrique et de l'échelle qui qualifient un lieu est difficilement définissable comme tel. Avec sa composante technique, le site web se définit selon des formats, des conventions de lecture et d'écriture d'un document, des liens hypertextes. Au final, nous avons retenu, la définition d'un site web comme une unité sémiotique. Le site web n'apparaît pas non plus comme la projection d'une institution. Certains éditeurs ne sont pas identifiables, alors qui domine cette institution mise en ligne ? Or, la domination est l'un des traits de l'institution selon Lucien Sfez[208]. Le site web ne fournit pas non plus de représentations unifiées du territoire. Ce territoire peut devenir un moteur de création de contenus sur le web. Mais analyser les contenus à partir des représentations ne permet pas d'analyser finement la circulation entre territoire et web. Le premier enjeu est donc de comprendre au sein de cette entité sémiotique, quelles sont les entités susceptibles de circuler sur le web et en même temps d'être attachées à un territoire ? Ces entités sont des signes que nous avons qualifiés de transposables.

Si le rapport réseau et territoire avait permis de questionner la métrique, une seconde dimension de la définition de territoire, qui est la variable temporelle nous conduit au second enjeu. Le territoire est construit juridiquement et administrativement[209], de même que la nation[210] ou les identités collectives[211]. Comme le territoire, la nation, le web peut-il connaître un processus d'institutionnalisation ?

[208] Lucien Sfez, *Technique et idéologie*, Paris, Éditions du Seuil, 2002, pp. 255-256.

[209] Paul Alliès, *L'invention du territoire*, Grenoble, PUG, 1980, 184 pages.

[210] Benedict Anderson, *L'imaginaire national*, Paris, La découverte, 2002, 212 pages.

[211] Anne-Marie Thiesse, *La création des identités nationales*, Paris, Éditions du Seuil, 1999, 307 pages.

3 - Chapitre 3 –

Méthode pour analyser la présence du territoire de la Bretagne sur le web

La multiplicité des acteurs et les multiples représentations d'un même territoire ont invalidé l'idée d'une isomorphie entre web et territoire. La méthode doit permettre de comprendre ce qu'il reste du territoire « physique » dans le web. L'analyse du site web comme une entité sémiotique doit reposer sur une sélection d'attributs révélateurs des formes d'attachement à un territoire. Les approches méthodologiques pour effectuer l'analyse d'un web en lien avec un territoire « physique » reposent principalement sur deux types :

- les approches quantitatives cherchant à fournir des indicateurs selon l'objet traité,
- et, les approches qualitatives proposant des monographies de sites web[212].

Cette partie méthodologique a dans l'intention de présenter la démarche progressive d'analyse qui va de l'ensemble des pages d'un site web aux signes[213]. Cherchant à comprendre comment et pourquoi les acteurs mettent en scène le territoire sur ces outils web, la méthode de description[214] passera donc de l'ensemble des pages web (un « site web ») à des signes présentant un attachement territorial.

3 - 1 - Une méthode de description de l'attachement territorial des sites web

L'observateur se retrouve confronté à trois problèmes dans la description sémiotique: la sélection d'un corpus, la représentativité, l'interprétation. Décrire l'ensemble des 591 références web (sites web et autres) qui forment le corpus « web régional » ne permettait pas de rendre compte des écarts différentiels dans l'usage de la thématique « Bretagne » fait par les acteurs sur le web. Ces acteurs offrent des disparités en termes d'objectifs et de profils d'utilisateurs dans leur présence sur le web. À ce stade, nous proposons une méthode de description et d'analyse de ces différences, de ces écarts. Nous faisons l'hypothèse que dans

[212] Éric Boutin, Guillaume Perrin, Représentations et analyse des interactions entre les acteurs du web régional en région PACA : un outil au service de l'intelligence territoriale, in 4e Tic & Territoire : quels développements ? île Rousse 2005, Journée sur les systèmes d'information élaborée, 2005, 17 pages, disponible sur <http://isdm.univ-tln.fr/PDF/isdm22/isdm22_perrin.pdf>.

[213] Afin de décrire ce qu'est un web « régional » nous avons traité des points communs et des éléments saillants à partir de monographies disponibles sur un DVD d'annexes.

[214] La version détaillée de la grille d'analyse est développée en annexes.

le cadre de cette analyse, limitée à un corpus restreint[215], émerge une mise en scène des composants « visuels » et « textuels », des signes qui attachent les acteurs à un même ensemble de pages web, que nous pourrons qualifier de « web régional ». Toutefois, les éditeurs de ces pages web représentent différents milieux culturels, sociaux, économiques ou systèmes organisationnels. Face à l'hétérogénéité des acteurs qui mettent en ligne ces pages web, aucun modèle-type n'a été défini ni *a priori* ni *a posteriori*, le but n'étant pas de faire une approche comparative.

Notre analyse repose sur un découpage en « pavés textuels » considérés comme unité de base de la description. Ce « pavé textuel » peut regrouper un logotype, une ou plusieurs images, des éléments graphiques et chromatiques. Il est utilisé par P. Stockinger[216] mais ce terme apparaît restreint face à la diversité des éléments présents sur une page web. Par exemple, dans l'enquête sur les conditions de lecture sur le web, Franck Ghitalla et Dominique Boullier s'intéressent aux cadres pour percevoir un document[217]. La lecture reposerait sur deux conditions, la maîtrise des formats et l'inscription de la lecture dans des conventions. Or dans le cadre du web, ces deux conditions sont incertaines. Le document comporte des propriétés héritées de l'imprimé et des caractéristiques du document numérique qu'est l'hypertexte. Les auteurs proposent le concept de format. *« Le terme de « format » […] renvoie non seulement à la dimension de l'activité chez l'usager mais aussi à la façon dont au cours de l'histoire cadres sémiotique et technique se sont conditionnés mutuellement et dont nous avons hérité de formes canoniques (le roman au format de poche, le slogan et l'affiche, titraisons et presse). [218]»* Or une des caractéristiques des pages web est d'intégrer une *« […] diversité à la fois sémiotique et technique […] : ces compositions peuvent intégrer des « pavés » de texte mais aussi des images (aux formats gif ou jpeg), des animations (type flash), des zones de saisie de requête et de restitution des résultats (moteurs internes, requêtes sur un serveur…), des « objets » interactifs (comme les menus déroulants). [219]»* Dans cette enquête sur la lecture, les formats, les propriétés matérielles de la page web sont prises en compte[220]. Cette diversité sémiotique et technique doit être prise en compte pour ne pas

[215] Un corpus restreint de quatorze sites web (et leurs sous-sites web) dits « bretons » sélectionnés pour leur représentativité et leur mise en scène, cf. Annexes DVD. Grille d'analyse des sites web.

[216] Peter Stockinger, *Les sites web*, Paris, Lavoisier, 2005, p. 22.

[217] Dominique Boullier, Franck Ghitalla, Le web ou l'utopie d'un espace documentaire, *Information, Interaction, Intelligence*, 2004, vol. 4, n°1, p. 175.

[218] Dominique Boullier, Franck Ghitalla, *op.cit.,* p. 175.

[219] Dominique Boullier, Franck Ghitalla, *op.cit.,* p. 181.

[220] Dans la description sémiotique présentée dans ces lignes, cette approche n'a pas été retenue. Les formats ont pu être relevés dans le cadre du recensement du web « breton », mais cette dimension technique des cadres sémiotiques n'a pas été traitée, ni la question de la surcharge cognitive ou de la désorientation de l'internaute.

limiter le signe au texte. *« On appellera signe typique le signe d'un système, dans la mesure où il est défini par sa substance : le signe verbal, le signe iconique, le signe gestuel sont autant de signes typiques. »* R. Barthes définit le « signe typique » en fonction de sa substance, ce qui nous permet de rendre compte de la diversité des signes sur une page web.[221] Nous ajouterons le signe sonore. Avec R. Barthes, la substance des signes est signifiante puisqu'il s'intéresse dans ses travaux au vêtement, à la nourriture[222]. Le signe n'est plus uniquement lié au langage. Ainsi les travaux de R. Barthes, nous sont apparus pertinents pour traiter de ces signes et la définition de signes typiques pour questionner le changement de substance, du territoire au web. Le signe n'est plus uniquement et isolément verbal, iconique, sonore, ces trois substances sont parfois réunies au sein d'une interface web. En tant qu'objet sémiotique, le site web se compose d'un système de signes. Car comme le définit P. Stockinger, le site web a deux niveaux, l'un technologique et informatique, l'autre sémiotique et symbolique. Il existe donc toujours deux entités, l'une physique, l'autre sémiotique[223]. La sémiologie est la « science extensive à tous les systèmes de signes [224]», selon Roland Barthes.

En affichant une page d'accueil d'un site web dans le navigateur l'internaute peut se retrouver face à un système de signes aux substances diverses. Cette diversité des substances et cette complexité sont présentées succinctement à travers la description des signes de la page d'accueil, http://www.petitnavire.fr[225].

[221] Roland Barthes, *Rhétorique de l'image*, Oeuvres complètes, Tome 2, Paris, Éditions du Seuil, 1993, p. 574.

[222] Roland Barthes, *Histoire et sociologie du vêtement*, Œuvres complètes, Tome 1, Paris, Éditions du Seuil, 1993, pp. 967- 975.

[223] Peter Stockinger, *Les sites web*, Paris, Lavoisier, 2005, pp. 20-24.

[224] Roland Barthes, *Éléments de sémiologie*, Oeuvres complètes, Tome 1, Paris, Éditions du Seuil, 1993, p. 1511.

[225] Les images des sites web étant généralement de basse définition (72 dpi), leur impression sur papier est de mauvaise qualité. Nous conseillons au lecteur de se rendre sur le site web www.petitnavire.fr pour voir les images animées, non visibles sur papier.

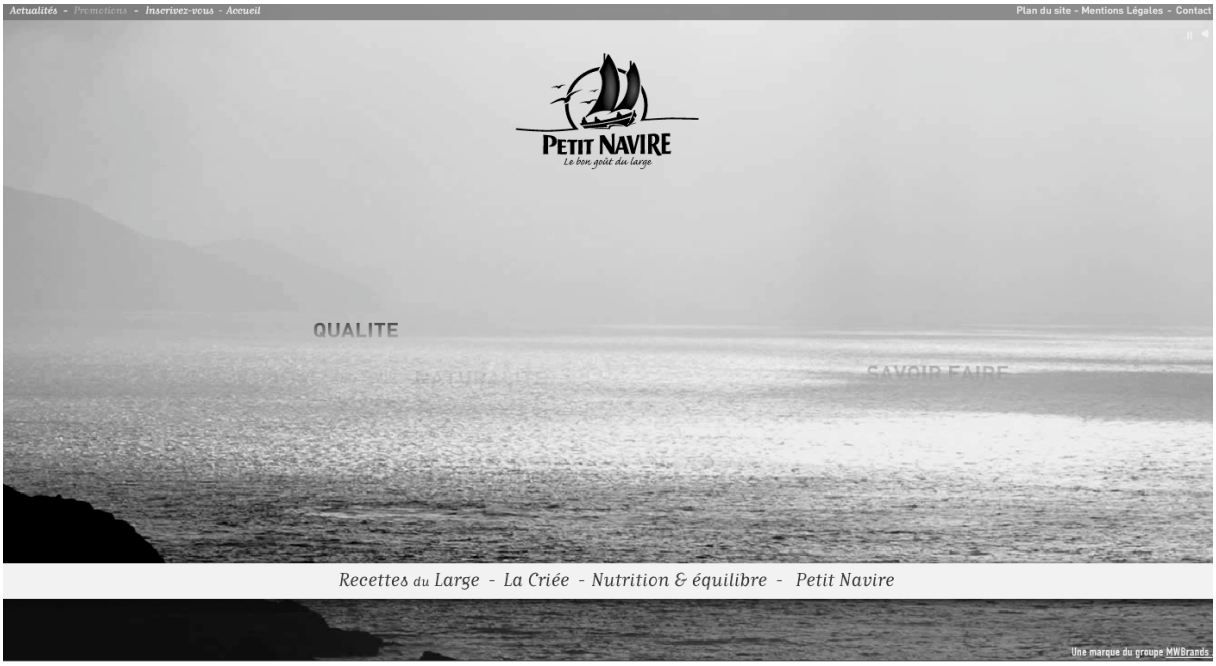


Figure 1 Capture d'écran de la page d'accueil du site web petitnavire.fr

Les signes de cette page d'accueil *petitnavire.fr* sont de diverses substances :

- les signes verbaux: /actualités/, /promotions/, /inscrivez-vous/, /accueil/, /plan du site/, /mentions légales/, /contact/, /Petit Navire/, /le bon goût du large/, /fraîcheur/, /authenticité/, /recettes du large/, /la criée/, /nutrition et équilibre/, /Petit Navire/, /une marque du groupe MW Brands/.

- les signes iconiques : le logotype (bateau et mouette dans un soleil), la photographie (paysage de bord de mer), mouettes, l'icône « haut-parleur ».

- les signes sonores : /vibrations évoquant le reflux des vagues/, /vibrations évoquant le battement des ailes d'un oiseau dans l'air/.

- les signes gestuels : /vol d'oiseau/, /battement d'ailes d'oiseau/.

Il convient de distinguer les signes permanents ou fixes, des signes intermittents ou animés. Dans la partie centrale de la page web, les neuf signes verbaux, dont /fraîcheur/, /authenticité/ qui sont présents sur la capture d'écran, apparaissent et disparaissent successivement sur une pulsation à huit temps. Ces signes intermittents sont non actionnés, c'est-à-dire que la pulsation ou le défilement se fait automatiquement (sans une action, un clic ou un suvol de souris de la part de l'internaute). Il en est de même pour le signe sonore /vibrations évoquant le reflux des vagues/. En revanche, le survol avec la « souris » par l'internaute du signe verbal /la criée/ déclenche un signe gestuel et sonore. Le signe gestuel et sonore /vibrations évoquant le battement des ailes d'un oiseau dans l'air/ est intermittent et limité dans le temps (environ trois secondes). À partir de cet actionnement, le signe verbal /la criée/ est accompagné d'une autre signe verbal /produits de la gamme/. Tous ces signes sont liés par une trame de fond : la structure chromatique qui repose sur le principe d'un « camaïeu de bleus ». Le « décor » de cette page d'accueil web se compose de signes verbaux, sonores,

iconiques, et gestuels qui forment une représentation de la marque « Petit Navire » (sens dénoté), et d'une « maritimité » (sens connoté).

La signification est l'acte qui unit par découpage le signifiant et le signifié. Cet acte d'union donne le signe[226]. *« On dira […] que le signal et l'indice forment un groupe de relata dépourvus de représentations psychiques, tandis que, dans le groupe adverse, symbole et signe, cette représentation existe ; qu'en outre le signal est immédiat et existentiel, face à l'indice qui ne l'est pas (il n'est qu'une trace) ; qu'enfin, dans le symbole, la représentation est analogique et inadéquate (le christianisme « déborde » la croix), face au signe, dans lequel la relation est immotivée et exacte (pas d'analogie entre le mot bœuf et l'image bœuf, qui est parfaitement recouverte par le relatum).* [227]» En linguistique, selon la définition saussurienne, le signe est biface. Il se compose d'un signifiant (phonème, ou image acoustique) et d'un signifié (concept). La signification se situe dans la relation arbitraire entre ces deux éléments. Pour expliquer la différence entre signification comme médiation et la valeur comme découpage, R. Barthes reprend l'image de la feuille de papier chez F. de Saussure. *« […] En la découpant, on obtient d'une part divers morceaux (A, B, C), dont chacun de ces morceaux a une valeur par rapport à ses voisins, et d'autre part chacun de ces morceaux a un recto et un verso, qui ont été découpés en même temps (A-A', B-B', C-C') : c'est la signification.* [228]» Le système de signification selon R. Barthes se compose de deux plans et d'une relation : - E : plan d'expression ; - C : plan de contenu ; - R : relation des deux plans.

ERC est donc un système de signification, et E R C élément d'un second système est extensif par rapport au premier ERC. Ces deux systèmes sont imbriqués mais séparés en même temps. Ainsi le premier système ERC est la dénotation et le second système E R C est la connotation. *« Un système connoté est un système dont le plan d'expression est constitué lui-même par un système de signification. »* Dans le cadre d'un méta-langage (une sémiotique d'une sémiotique par exemple), *« le premier système (ERC) devient, non le plan d'expression, comme la connotation, mais le plan de contenu ou signifié du second système.*[229] *»*

Il existe une mise en scène reposant sur des procédés rhétoriques (publicitaires) et graphiques à partir de *petitnavire.fr*. Cette mise en scène (en sons et en images) de la marque « Petit Navire » participe également à la mise en sons et en images du territoire de référence

[226] Roland Barthes, *Éléments de sémiologie*, Oeuvres complètes, Tome 1, Paris, Éditions du Seuil, 1993, p. 1492.

[227] Roland Barthes, *Éléments de sémiologie,* Oeuvres complètes, Tome 1, Paris, Éditions du Seuil, 2002, p. 657.

[228] Roland Barthes, *op.cit.,* p. 1496.

[229] Roland Barthes, *op.cit.,* p. 1517.

la Bretagne sur le web. La marque est localisée géographiquement en Bretagne (Douarnenez) et est membre de l'association « Produit en Bretagne ». Cette page d'accueil web reste une image publicitaire de la marque, mais évoque en même temps une dimension territoriale, ou plus exactement la mer dont les produits sont issus, selon le sens dénoté de la mise en scène. La mer devient un signe (sonore, iconique, chromatique, verbal) transposé du territoire « physique » au web. Les contenus sont territorialisés, même s'ils sont plus dans un contexte maritime que territorialement inscrits ou attachés au territoire « physique » de la Bretagne. En effet, ce paysage maritime peut évoquer n'importe quel paysage côtier dans le monde, c'est-à-dire hors de la Bretagne. En ce sens, le signe n'attache pas le contenu à la Bretagne. Le signe de la mer ne circule pas sur le web en portant sa valeur, il n'est pas transposable. Autrement dit, ce paysage maritime n'apparaît pas breton. La mer n'est pas un signe qui circule en portant l'attachement territorial à la Bretagne.

La description précédente de la page d'accueil *petitnavire.fr* demeure limitée à une page web et décrit chaque signe. Un site web peut donc être défini en fonction des éléments saillants d'une page web, comme un système de signes. La grille d'observation utilisée pour en rendre compte s'appuie sur la méthode développée par P. Stockinger. Des éléments ont été modifiés pour permettre d'analyser le corpus « web régional » que nous avons construit. À partir de l'ensemble des pages web, et du scénario qui fait « tenir » ensemble les pages web, l'intérêt se portera au fur et à mesure sur deux des signes marqueurs du territoire sur le web « régional », qui seront analysés plus en détails.

La seconde méthode, reprise à P. Stockinger, repose sur le découpage du site web (interface) en scènes, zones et régions d'édition, réunies dans un scénario. Pour prendre en compte l'ensemble des pages, la description passe par l'élaboration de scénario, se rapportant à l'organisation du contenu, à l'expression et à la « textualisation » du contenu. Le scénario est un *« modèle sous-jacent de l'objet à décrire*[230]*»*. La complexité de la description sémiotique d'une page web ou d'un ensemble de pages web formant un site web provient de *« l'absence d'un principe organisateur » et de sa « diversité, technique certes, mais aussi sociale et culturelle. À cet égard, le web est précisément un « milieu » où les acteurs doivent s'adapter aux contraintes multiples de l'environnement, et il est d'ailleurs souvent le territoire expérimental idéal pour toute une série d'innovations socio-techniques comme les web logs actuels. »*[231] Face à la diversité, l'approche de P. Stockinger est de dégager un scénario qui sous-tend la mise à disposition de l'information sur l'ensemble des pages du site

[230] Peter Stockinger, *Les sites web,* p. 33.

[231] Dominique Boullier, Franck Ghitalla, Le web ou l'utopie d'un espace documentaire, *Information, Interaction, Intelligence*, 2004, vol. 4, n°1, p. p. 181.

web. En partant du scénario de l'ensemble des pages d'un site web, nous avons pu déceler au fur et à mesure des régularités dans la présence de quelques signes. En reflétant l'organisation du contenu, le scénario le divise en scènes qui se réfèrent aux traditions, aux habitudes et aux expériences de l'organisation ou de la pratique sociale représentées en ligne, selon P. Stockinger. Une ou plusieurs scènes composent la structure du site web, mais il demeure toujours une scène principale comme nœud du scénario[232]. En découpant en unités élémentaires le site web à travers une composition structurale, il est envisageable de présenter une composition fonctionnelle, c'est-à-dire les parcours, les liens entre les scènes pour les intégrer dans une structure syntagmatique. À partir de scènes, l'unité de sens d'une page, de plusieurs pages ou d'un site web est dégagée. Ainsi le scénario permet de distinguer des scénarisations de sites web.

La description et l'analyse d'une prestation (d'information, de communication, de service, de divertissement, etc.) sur le web se font à partir de deux éléments du site web : la région d'édition qui est le lieu d'édition d'une scène « web », et, le regroupement de plusieurs régions d'édition qui forment l'interface, soit d'une page web, soit du site web dans sa globalité[233]. Les régions d'édition expriment des contenus et vont être qualifiées « de lieu de », par exemple de lieu d'accès aux prestations d'informations générales ou de lieu d'identification du site web. Dans l'exemple *petitnavire.fr*, ce lieu d'identification du site web est cette partie centrale occupée par le logotype de la marque (constitué d'un dessin de voilier, du nom de la marque et d'un slogan). Ces régions d'édition web sont alors définies selon leur rôle. Elles sont alors décrites selon quatre critères :

- la structure logique – textuelle – choisie pour communiquer une prestation, et les éléments d'expression du contenu de la prestation ;
- la forme eidétique[234] de la région d'édition (la configuration perceptive) ;
- la structure chromatique de la région d'édition ;
- la structure topographique entendue comme l'organisation des éléments les uns par rapport aux autres mais aussi au sein de toutes les pages du site web[235].

La distinction pour le chercheur, et peut-être l'usager, se fait donc entre le lieu d'édition de la scène, l'identité perceptive (eidétique, chromatique, topographique) et une unité signifiante pourvue d'un sens. La délimitation, l'organisation et la structuration de zones ou régions d'édition définissent la composition visuelle d'une prestation (région de titre, texte, trame de fond).

---

[232] Peter Stockinger, *op.cit.,* p. 58.

[233] Peter Stockinger, *op.cit.,* pp. 201-202.

[234] Selon la phénoménologie d'Husserl, abstraction faite à partir de la réalité sensible.

[235] Peter Stockinger, *op.cit.,* p. 210.

La topographie globale de l'interface d'un site web permet de définir trois zones différentes spatialement et fonctionnellement sur l'interface :

- une zone d'interface commune pour toutes les pages web,

- une zone d'interface propre à l'accueil et sur les différentes rubriques principales du site web,

- une zone d'interface propre aux pages web servant à la mise à disposition aux visiteurs d'une prestation précise.

Les scénarios à valeur fonctionnelle identifient[236]:

1) La « fonction hypertextuelle » qui permet de visualiser les possibilités d'accès et d'exploration et d'assimilation du contenu du site web. Nous ajouterons l'accès à l'expression du public (espaces de commentaires, forums en ligne, wiki), la syndication au contenu du site web (fil RSS, newsletter) ainsi que la visualisation et la nomination (représentation analogique du territoire fixe ou animée, cartes, plans,…) faisant référence au territoire « physique » ou en ligne quand ces prestations sont situées sur d'autres sites web.

2) La « fonction paratextuelle » permet de marquer les frontières et d'organiser l'identité du site web comme un cadre de référence. Elle est en rapport avec l'identité du site web et de sa délimitation.

3) La « fonction métatextuelle » aide à l'appropriation du contenu.

4) Les « fonctions épitextuelle et péritextuelle » confortent le positionnement du site web dans son contexte et son environnement avec des références web territoriales ou thématiques, selon une spécialité propre à l'éditeur ou au site web.

5) la « fonction textuelle » présente l'objet du site web, sa prestation sous forme de paragraphes, de ressources, de services comme un service de vente en ligne.

Ainsi, les éléments les plus saillants sur une page web sont décrits selon divers degrés de complexité avec des zones à valeur textuelle (mise à disposition d'une prestation d'information sur la qualité des produits, par exemple signes verbaux intermittents de la page d'accueil *petitnavire.fr*), des zones à valeur hypertextuelle (exploration des prestations de l'interface, par exemple le signe verbal /La criée/) et une zone à valeur paratextuelle (i.e. une zone d'identification du site web, de son identité, de sa marque distinctive, par exemple le logotype de la marque « Petit Navire »). Il existe un double rapport entre le fond (prégnance), la figure (saillance) et la topographie ou disposition des objets sur la page web. L'expression du contenu passe par la différence entre le texte (un scénario à fonction textuelle) et des discours (activité de communication paratextuelle et métatextuelle).

Ces fonctions permettent au site web de délimiter ses frontières et d'afficher les bases, les principes de son identité par rapport à d'autres sites web[237]. Leur positionnement *« se nourrit obligatoirement d'une tradition culturelle, il s'inscrit dans des pratiques sociales spécifiques, il interagit (d'une manière consensuelle ou polémique) avec ses coacteurs, qui*

[236] Peter Stockinger, *op.cit.,* p. 223 et suiv.

[237] Peter Stockinger, *op.cit.,* p. 122.

contribuent à former avec lui le milieu et, enfin, il contribue à l'évolution du milieu lui-même[238]*»*. Ainsi, l'analyse d'un site web sera toujours corrélée avec une analyse des signes et des liens hypertextes entre sites web (zone à valeur hypertextuelle).

Dans ce rapport de production et de réception d'une information, une variable entre en jeu : la compétence discursive, qui est la compétence à dégager une structure et à élaborer un discours à partir du signe, le savoir-faire pour la production et l'interprétation d'un signe.[239] Le texte s'inscrit dans une tradition (textes et modèles) possédant des thèmes, des genres, des « lieux communs ». Toute production se réfère à cette tradition, selon une norme répondant à la gestion de l'information d'un individu ou d'une institution. Comme nous l'avons souligné, l'internaute n'est pas pris en compte dans notre analyse. Il s'agit d'étudier la circulation des signes présents sur un site web et pouvant être présents sur d'autres sites web d'un même corpus, et pouvant le définir comme « web régional ». La compétence discursive est évacuée car nous ne traitons pas de la question des usages des internautes, mais des éditeurs, voire plus précisément des signes eux-mêmes.

La complexité et la diversité d'une page web obligent à prendre en compte à la fois le scénario du site web et la mise en scène d'éléments saillants que sont les signes, qu'ils soient verbaux, iconiques, sonores ou gestuels. Ces signes sont combinés sur une page web. Cette méthode permet d'analyser l'assimilation d'une page web en tenant compte du contexte socioculturel et organisationnel de création du document. La grille d'analyse que nous proposons reprend cette méthode tout en ayant pour but de décrire la mise en scène de l'attachement territorial au sein d'un site web. Le corpus présenté a été choisi pour les contenus et la mise en scène de la Bretagne sur l'interface après un parcours manuel du web. De ce fait, c'est moins le cadre sémiotique et technique du site web comme critère cognitif que le cadre sémiotique et technique comme mise en scène du territoire sur le web que les scénarios fonctionnels reflèteront.

3 - 2 - Les sept étapes pour analyser l'attachement territorial d'un site web

Dans le parcours d'un site web, le traitement cognitif de l'information repose sur des signes. La perception, la mémoire, la logique et l'activité visuelle participent à ce traitement cognitif. Dans la composition des régions d'édition d'une page web, il a été montré que les structures topographique, chromatique, eidétique ou textuelle participent aussi à ce traitement cognitif. Mais la logique topographique ou spatiale, ou la logique graphique en tant que mise

[238] Peter Stockinger, *op.cit.,* p. 143.

[239] Peter Stockinger, *Traitement et contrôle de l'information,* Paris, Hermès Science publications, 2001, p. 86.

en ordre, hiérarchisation et distinction des éléments d'un site web doivent définir plus finement les écarts différentiels dans la mise en scène de quelques signes. Pour ce faire sept étapes constituent la grille d'analyse de site web que nous avons élaborée, dont les principaux éléments sont résumés dans les lignes suivantes[240]. Cette grille d'analyse a pour but de décrire la mise en scène de l'attachement territorial au sein d'un site web. Les étapes ont pour but de passer de l'ensemble du contenu du site web à quelques éléments saillants, des signes transposés et transposables, comme indices de la présence de la Bretagne sur le web.

Étape 1 : Les procédés de nomination et de visualisation portent sur la page d'accueil web et les éléments les plus saillants des autres pages web. Premièrement, il s'agit de définir l'identité de l'éditeur du site web et les prestations du site web (sa singularité). Deuxièmement, la mise à disposition des éléments d'une page ou d'un site web et l'orientation proposée à l'internaute pour trouver ces éléments sont étudiées.

Les procédés de nomination et de visualisation sont deux termes repris à A. Cauquelin. Le travail de « nomination » dans le web participe à la naturalisation de cet espace, tout en renforçant l'identitaire, le lieu, la maison[241]. Le « lieu de visualisation » présenté dans la grille, reprend « la valeur de vérité » de l'image par rapport au texte[242]. « L'effort pour naturaliser et domestiquer l'espace virtuel passe alors non seulement par la figuration cartographique mais par la création d'un nom, et la recherche d'une identité qui a pour modèle la constitution identitaire que nous connaissons dans notre monde ordinaire.[243] ». La description de l'organisation globale de la page d'accueil web essaie de présenter les éléments de nomination et de la singularité du site web afin de comprendre la démarche des acteurs pour se qualifier au sein du web et montrer le « lieu de référence » que nous considérons attaché à un territoire « physique ». Par exemple[244], la comparaison entre deux pages d'accueil de sites web, l'un dédié à la présentation de l'entreprise « Coopérative Laïta » et l'autre à la marque de produits « Paysan Breton », montrera une divergence dans la convocation du « lieu de référence » et des composants utilisés pour exprimer la singularité du site web. L'entreprise se place dans une dimension mondiale avec des cartes des exportations, la marque dans une dimension locale avec des vidéos des lieux de production.

[240] La grille d'analyse présentée en annexes a pour base la méthode de P. Stockinger, complétée par d'autres auteurs. Le corpus présenté a été choisi pour les contenus et la mise en scène de la Bretagne sur l'interface après un relevé de 591 sites web.

[241] Anne Cauquelin, *Le site et le paysage*, Paris, PUF, 2002, pp. 94-103.

[242] Anne Cauquelin, *L'invention du paysage*, Paris, PUF, 2004, p. 81.

[243] Anne Cauquelin, *Le site et le paysage*, p.103.

[244] Cf. Figures 11, 12, 13, p. 226.

Étape 2 : Les composants sont réunis sous la qualification de « lieu de », *i.e.* de régions d'édition exprimant des contenus, des unités de sens. Ces lieux correspondent à l'orientation mise à disposition de l'internaute dans le contenu du site web par l'éditeur. Nous avons établi neuf « lieux de ». Seuls les trois lieux suivants participent à une véritable interprétation dans le cadre du corpus « web régional »[245] :

- lieu de nomination, comme lieu de l'identité du site web ;
- lieu de visualisation, comme lieu de présentation du territoire de référence sous forme statique (cartes, plan) ou multimédia ;
- Le lieu de la langue usitée, comme lieu du public cible mais également de la dimension régionale et culturelle du site web par la présence des langues régionales (breton, gallo).

L'analyse de ces « lieux de » pourrait permettre de définir des genres « numériques », même si comme le souligne Simone Bonnafous à propos de la presse écrite, ces typologies sont ponctuelles et limitées à une étude[246].

Étape 3 : Les scènes et leurs formes discursives. Cette étape décrit le contenu du site web à travers le scénario « sémantique ». La méthode repose sur la qualification de scènes, véhiculant du texte, un discours à « propos de » et « à destination de »[247]. Le but est de spécifier les prestations web sans détailler le destinataire (sauf exceptions), puisque nous nous intéressons à la présence d'un territoire physique sur le web et à ce qu'en font les acteurs. Ce scénario prend en compte l'ensemble du site web, à travers les rubriques mais en essayant d'y distinguer des unités de sens pouvant parcourir plusieurs rubriques avec des niveaux d'intégration, de différenciation entre scènes et des dimensions rhétoriques[248]. Ces dimensions rhétoriques sont au nombre de cinq: narrative, évaluative, injonctive, descriptive et argumentative. Les éléments et l'univers sémantique sont présentés dans un script. Il a pour but de distinguer dans une partie des « sous-univers » sémantiques et de spécifier leur contenu. En effet, le discours, modèle de traitement des thèmes par un auteur, s'accompagne d'une dimension rhétorique relevée dans le scénario. Ainsi, sur le site web *Dastum.net*, pour revaloriser la musique bretonne, des dessins sont accompagnés d'un texte visant à décrire et à

[245] Les six « lieux de » sont présentés dans la grille d'analise située en annexes.

[246] Simone Bonnafous, *L'immigration prise aux mots*, Paris, Éditions Kimé, 1991, p. 47.

[247] Peter Stockinger, *Les sites web,* p. 23.

[248] Définition des trois derniers critères : « l'unité de sens d'une partie d'un site web ou d'un site dans son ensemble doit être appréciée également en terme de leur place, de leur positionnement dans une configuration plus globale (c'est la fonction du critère *intégration sémantique*) et également en termes d'une configuration qui sélectionne et positionne des univers sémantiques plus spécifiques (c'est la fonction du critère *différenciation sémantique*). […]. Le discours [est …] une action ou interaction de communication qui s'appuie sur toutes sortes de signes sémiotiques (seulement verbaux) pour faire passer une information, un message à propos de son domaine de référence » in Peter Stockinger, *op. cit.*, pp. 46-47.

argumenter en faveur de cette musique[249]. Ces dimensions rhétoriques ont permis dans le cadre de l'analyse de mieux comprendre certaines mises en scène, comme le présente l'étape 4 et l'exemple de *dastum.net*, mais n'ont pas permis de trouver des régularités sur l'ensemble du corpus.

Étape 4 : le cœur de scénario, attachement thématique et/ou attachement territorial. Les parcours hypertextuels proposés aux internautes, repris dans un script schématique, dessinent le scénario structural. L'identification du cœur de scénario par le script va nous permettre de décomposer la mise en scène d'un territoire selon la logique de l'éditeur. Une scène est prise à titre d'exemple, de la partie pour le tout, afin d'essayer à travers le script de définir l'attachement territorial. Cette scène comporte un composant référentiel (des objets); un composant thématique (le point de vue qui accompagne la présentation) et un composant rhétorique ou discursif. L'attachement territorial est appréhendé à travers la scénarisation du territoire « physique » de référence à travers cette scène, et mis en évidence à partir de certains types de composants, particulièrement des signes saillants sur l'interface web.

Cette scénarisation peut renvoyer selon P. Stockinger au domaine de référence ou d'expertise d'un site web. Le domaine de référence qualifie le domaine de compétence des éditeurs, ou de l'organisme d'appartenance des éditeurs, nommé dans cette grille « attachement thématique ». Mais ce domaine de référence peut également être la Bretagne dans toutes ses composantes (économiques, environnementales, institutionnelles, culturelles, etc.), et être un « attachement territorial ». Il s'agit de distinguer la part accordée à ces deux types d'attachement et de déterminer les modes de relation de la partie au tout dans l'organisation globale du site web. Ces modes permettent de définir des scénarios pour mettre en scène des prestations pour des internautes. L'objectif est de déterminer s'il existe des mises en scène identiques de la Bretagne entre différents sites web. En effet, nous montrerons que sur différents sites web, le drapeau de la Bretagne est associé au thème de l'ouverture aux autres.

Étape 5 : l'attachement territorial par le positionnement dans un milieu « physique » et « virtuel ». Cette étape analyse les composants du site web se référant à milieu socio-culturel et permettra de questionner la présence d'une « doxa » sur ce corpus « web régional ». Le positionnement du site web dans le milieu, outre les composants du site web comme la publicité, les moteurs de recherche (positionnement exogène) ou les listes de liens hypertextes externes sur le site web (positionnement endogène), est appréciable à partir d'un parcours des liens hypertextes entre les sites web, en utilisant l'application *Navicrawler* dans le

[249] Cf. Figure 26, p. 293.

navigateur[250]. Ce traitement des liens hypertextes entre sites web a pour but de comprendre le positionnement dans un milieu comme acte social ou cognitif et particulièrement, entre un « attachement thématique » et, ou un « attachement territorial ».

Étape 6 : les composants de l'attachement territorial. Ils ont été relevés précédemment par exemple, comme lieu de visualisation du territoire « physique » et sont analysés à partir de cette étape en tant que mise en scène du territoire de référence. La carte web peut être définie comme un complément d'information du territoire d'une ville et analysée comme mise à disposition d'une information mais également, analysée selon le sens second véhiculé par la connotation, comme attachement à un territoire. Quelle est la différence ? La première place Nantes sur la carte de la Bretagne pour présenter les infrastructures de réseau, la seconde place Nantes en Bretagne, pour marquer son attachement à une Bretagne composée de cinq départements. La carte ne sert plus à visualiser où est situé l'éditeur, mais à marquer un « attachement territorial ». Le but est donc de catégoriser ces signes dans une échelle de l'attachement territorial. Le site web comme objet sémiotique est présenté dans l'analyse comme un scénario de l'attachement territorial en prenant en compte les objets (composants du site web), les acteurs (éditeurs du site web) et les co-acteurs (les sites web en liens hypertextes). De ce fait, au fur et à mesure de l'analyse de l'organisation globale des sites web, de la mise en scène globale, ce sont les composants les plus saillants qui permettent de rendre compte de l'attachement territorial.

Étape 7 : La topographie de la page web. La dernière étape consiste à définir et à délimiter des zones et des régions d'édition par une représentation schématique pour comparer la scénographie entre différents sites web (les règles de composition) à partir de la texture, de la forme et de la couleur de l'interface. Cette étape aide à simplifier le contenu de l'interface, sans être une étape pertinente dans l'analyse. Nous la laissons à titre indicatif.

En résumé, cette grille d'analyse permet dans un dernier temps de répondre aux questions suivantes :

1. les territoires physiques :

- Quel(s) est le territoire(s) de référence ? Est-il administratif, historique, culturel, autre ?

En effet, les limites territoriales diffèrent selon les acteurs ainsi que les dénominations d'un territoire sur le web, comme nous avons pu le souligner brièvement au sujet du département des Côtes d'Armor.

[250] L'utilisation de cette application est détaillée dans une seconde partie pour l'analyse de la morphologie et de la dynamique du corpus « web régional » que nous avons construit.

- Quelle(s) est la mise(s) en scène de ce territoire ? Quelles sont les dimensions discursives ?

Après le nom, et le territoire convoqué, la mise en scène autour des discours peut mettre en évidence des dimensions argumentatives pour la présentation d'un territoire ou d'un produit, alors que cette dimension argumentative peut être absente sur les sites web promoteurs d'une langue, le breton sur le web.

- Quels en sont les signes transposables, c'est-à-dire ayant la double capacité d'être attaché et de circuler sur le web ? Quels sont les signes de la Bretagne transposés, n'ayant pas la capacité de circuler, présents sur le web ?

Dans un premier temps, nous qualifions la carte de procédé de visualisation du territoire sur le web, et nous montrerons qu'il existe d'autres procédés, comme les signes iconiques, les signes sonores : les images, les vidéos, qui sont des contenus contextualisés ou attachés à un territoire « physique ». Dans un second temps, nous nous intéressons plus précisément aux signes attachés au territoire, à leur mise en scène sur les sites web et à leur capacité à circuler sur le web.

2. Les « territoires » sur le web :

- Quels sont les liens entre le territoire « physique » et le territoire « mis en ligne » ?

Si l'espace n'est pas l'unique point de repère, d'attache entre un territoire « physique » et ce qui pourrait être un territoire « en ligne », un web « régional », nous définirons par exemple les procédés de nomination, de visualisation, de mise en relation et d'attachement territorial entre web et territoire. Le lien peut reposer la dimension temporelle du territoire « physique ».

- Quelles sont les positions des acteurs dans leur milieu de référence ou territorial?

À partir des liens hypertextes, nous pourrons positionner les sites web les uns par rapport aux autres, selon différentes thématiques ou types organisationnels, différents signes, lieux « physiques » de référence.

3 - 3 - Une échelle de classement des signes du territoire transposables sur le web

Les sept étapes de la grille d'analyse d'un site web permettent d'aller progressivement de l'ensemble des pages web aux signes présents sur les pages web. Nous allons donc continuer à détailler l'étape 6, celle des composants de l'attachement territorial. En effet, comment classer ces signes transposés et transposables du territoire au web ?

1) Le signe transposable

Sur une page web, différents signes sont présents et tous ne font pas référence à un territoire « physique ». Nous retenons donc les signes qui attachent à un territoire de référence. En mobilisant un sens dénoté et connoté de la Bretagne, ces signes deviennent transposables du territoire au web et du web au territoire. Le drapeau breton, le Gwenn-ha-du est présent sur les sites web. Dans le même temps, il existe un site web ayant pour objectif de réaliser un tour du monde de ce drapeau, et les internautes se prennent en photographie avec un Gwenn-ha-du dans les quatre coins du monde avant de la poster sur le site web. Ce signe visuel est à la fois percept (plain d'hermines et bandes noires et blanches) et concept (Bretagne).

Le Groupe Mu s'intéresse à la forme, en raison de contraintes physiques et physiologiques dans la perception. *« Il n'y a donc de forme que lorsqu'une figure est décrétée semblable à d'autres figures perçues.* [251]*»* La figure se détache du fond par le contour. Pour que la figure devienne forme, il faut des « extracteurs », c'est-à-dire des contrastes de direction, tel que le vertical ou l'horizontal, et des extracteurs de motifs comme des points, des lignes, des fentes, des bords. Au niveau de la texture, « de manière plus analytique, on dira que la texture d'un spectacle visuel est sa microtopographie, constituée comme la répétition d'éléments », par exemple, grainé, lissé, hachuré, moiré, lustré[252]. La microtopographie en contraste donne la figure, et en continu, qualifie la texture sans être équivalente au fond. Si entre le fond et la figure, la granularité est identique, il n'y a pas de différence. La forme est un élément saillant sur une page web. En effet, la forme est perceptible à partir de contours identifiables qui se détachent d'un arrière-plan. Cet arrière-plan est dénommé le champ, la trame de fond de la page web[253]. Le drapeau breton est saillant, il se détache par rapport à l'arrière-plan, la prégnance. En ce sens, nous avons repris la saillance et non la prégnance, comme le détachement du Gwenn-ha-du, du drapeau breton sur une trame de fond d'une page web.

[251] Groupe Mu, *Traité du signe visuel*, Paris, éditions du Seuil, 1992, p. 68.

[252] Groupe Mu, *op.cit.,* p. 71.

[253] Nous développerons ultérieurement l'historique de ce drapeau.

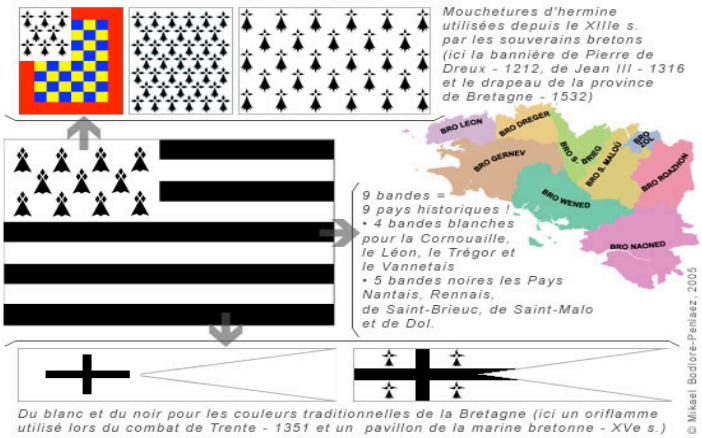


Figure 2. geobreizh.com, capture d'écran de présentation du drapeau breton, Gwenn-ha-du[254]

Le signe est donc un percept mais il serait également un concept. Ce concept participe à l'attachement territorial et nous verrons dans l'échelle qu'il existe différents degrés pour qualifier l'attachement territorial. Ainsi, le concept Bretagne derrière le drapeau breton n'est pas équivalent sur l'ensemble des sites web où il est présent.

Le site web comme objet sémiotique serait un système de signes mis en ordre, hiérarchisés et distingués dans leur substance par un destinateur (émetteur, producteur) et décodés par un destinataire. Ce décodage se fait par l'intégration d'un percept et d'un concept, selon un percept (composé de la sensation de texture, de forme et de couleur) dans lequel intervient un concept comme répertoire d'objets, qui par comparaison avec la sensation, permet le décodage visuel de l'objet[255]. Le modèle global du décodage visuel proposé par le Groupe Mu intègre à la fois des processus perceptifs et des processus conceptuels qui opèrent des feed-backs (rétroactions) dans la sensation de perception. La perception de la forme est un *« phénomène mémoriel […] Car dans la perception et la reconnaissance des formes, les processus cognitifs interviennent beaucoup plus qu'on ne le pensait.*[256]*»* Précisons que la question du décodage et de l'appropriation par un internaute n'est pas le cœur de notre problématique. Mais cette approche nous permet de vérifier que les signes attachés territorialement ne sont pas des occurrences non dénommables, aux propriétés visuelles ne faisant que se détacher du fond par un contour et une limite identifiables[257]. Ils doivent faire référence à la Bretagne. Le type dénommable provient des propriétés visuelles et des propriétés non visuelles, comme l'activité de mémoire et se nomme alors objet. En ce sens, les signes ne sont attachés territorialement que par leur capacité à mobiliser un

[254] Disponible à l'adresse URL <http://www.geobreizh.com/breizh/fra/drapeaux-gwennhadu.asp>

[255] Groupe Mu *Traité du signe visuel*, Paris, éditions du Seuil, 1992, p. 91.

[256] Groupe Mu, *op.cit.,* p. 70.

[257] Groupe Mu, *op.cit.,* p. 82.

répertoire d'objets et à devenir objets eux-mêmes. Ce répertoire d'objets peut être pour nous autant un objet concret, physique qu'un concept.

L'analyse sémiotique essaie le plus généralement de définir un code. La sémiotique est la correspondance entre deux plans, celui de l'expression (stimulus) et du contenu (univers sémantique) ayant leurs règles. Mais les équivalences entre les unités n'existent pas, en effet le rouge du code de la route est l'interdiction, et dans le couple /rouge/ vs /vert/, le système équivaut à « interdit » vs « permis ». L'équivalence dans les relations produit le code. « Ces systèmes permettent au code d'exister et, en retour, se constituent grâce au code (la mise en relation des couples ci-dessus élimine comme non pertinent le grenat, le carmin, le garance sur le plan de l'expression, la supplication, la colère, la tristesse sur le plan du contenu). Ce sont donc des codes qui, en imposant leur forme à la substance (par exemple, la substance des perceptions visuelles), créent le système.[258] » Mais notre but n'est pas de définir un code, au sens linguistique ou sémiologique, mais d'étudier ces signes dans leurs mises en scène sur le web, selon un contexte et selon leur circulation sur le web. Dans le même temps, les signes transposés sur le web peuvent permettre de réaffirmer un territoire « physique ». En ce sens, un genre et une doxa peuvent accompagner la création d'une image de la Bretagne sur le web en mobilisant certains signes. La question est de savoir comment ces signes sont partagés au sein du web, c'est-à-dire comment sont-ils liés au sein du web ? Dans notre approche, le signe (la relation entre signifié et signifiant, entre percept et concept), est défini comme du sens partagé pour l'action. La question dans le cadre de cette thèse est de comprendre comment ces signes à caractère territorial agrègent les traits culturels, patrimoniaux, identitaires, linguistiques du territoire au sein du web, *i.e.* un attachement territorial et ont la capacité de circuler sur le web. Pour analyser ces signes, nous créons une échelle avec différents degrés pour classer les signes et qualifier l'attachement territorial de ces signes.

2) Une échelle des différents degrés de l'attachement territorial des signes

La définition de l'attachement territorial n'est pas unidirectionnelle. Il ne s'agit pas d'ancrer ces signes, les sites web dans le territoire. *« L'attachement désigne à la fois ce qui émeut, ce qui met en mouvement, et l'impossibilité de définir ce faire-faire par l'ancien couplage de la détermination et de la liberté.*[259]*»* Cette proposition permet de critiquer les grandes catégories comme le militantisme pour en faire une forme, ou selon la terminologie de Bruno Latour un type d'attachement, un « faire-agir ». En effet, présenter un drapeau

[258] Groupe Mu, *Traité du signe visuel*, Paris, éditions du Seuil, 1992, p. 46.

[259] Bruno Latour, Factures/fractures : de la notion de réseau à celle d'attachement, in André Micoud, Michel Péroni, *Ce qui nous relie*, Paris, Éditions de l'Aube, 2000, p. 204.

breton n'équivaut pas obligatoirement à être un militant pour. Comprenons que dans le couple réseau et territoire, on pourrait opposer le passage (substance du réseau selon Pierre Musso[260]) et la borne ou la limite (substance du territoire), et comme nous l'avons souligné une logique des flux opposée à celle des lieux (M. Castells[261]), un espace transactionnel à un espace patrimonial (J. Beauchard[262]) ou les nomades aux sédentaires (J. Viard[263]). L'attachement selon Bruno Latour va permettre de dépasser ces grandes oppositions. Les sites web présentant des signes attachés territorialement ne sont pas obligatoirement des signes mis en ligne par des sédentaires refusant de participer à un espace transactionnel ou de flux. Il convient donc de trouver des subtilités face à cette opposition.

Après avoir dépassé la notion d'émancipation, liée à la conscience et à la bataille entre progressiste et réactionnaire, Bruno Latour amène à s'intéresser aux attachements, et selon toute dialectique, aux détachements. Le dépassement de cette opposition ouvre une perspective. *« La question ne se pose plus de savoir si l'on doit être libre ou rattaché, mais si l'on est bien ou mal attaché.[264]»* Toutefois, cette proposition de Bruno Latour ne doit pas être prise comme une évaluation des bons ou des mauvais attachements, ni faire reposer l'attachement sur l'émancipation, sur les choix du sujet, ou sur un jugement de valeurs porté par l'observateur. Ne pas se détacher et garder les mêmes attachements (réactionnaires) ou détacher des mauvais liens sans créer de nouveaux liens d'attachements (progressistes), dans le refus du passé et dans l'abandon de l'avenir, ces deux positions sont aussi limitées l'une que l'autre, selon Bruno Latour.

« Seuls m'intéressent et me rassurent ceux qui parlent de substituer des attaches à d'autres, et qui, lorsqu'ils prétendent défaire les liens morbides, me montrent les nouveaux liens salvateurs, sans jamais attirer l'attention sur le sujet maître de soi, maintenant sans objet. […] Devant le drapeau toujours levé de la liberté guidant le peuple, il convient de sélectionner avec attention dans les choses attachantes elles-mêmes celles qui procurent de bons et de durables liens. Les tenants des faitiches – les tenus par les faitiches, les permis par les faitiches – refuseront désormais d'associer, par un réflexe pavlovien, l'émancipation avec le souverain bien : tout idéal de liberté se déploiera maintenant sous bénéfice

[260] « Le réseau est l'intermédiaire, son être est le transitoire, sa substance est le passage. Il se présente comme le passage entre deux figures opposées qu'il instaure et dépasse. Il affirme une contradiction, puis la retourne en son contraire, sous la forme de l'association ou de la relation rétablie. » Pierre Musso, *Critique des réseaux*, p. 347.

[261] Manuel Castells, *La galaxie internet*, Paris, Fayard, 2002, 365 pages.

[262] Jacques Beauchard, *La bataille du territoire*, Paris, Éditions L'Harmattan, 2000, 143 pages.

[263] Jean Viard, *La société d'archipel ou les territoires du village global*, Paris, Éditions de l'Aube, 1994, 127 pages.

[264] Bruno Latour, *op.cit.,* p. 192.

d'inventaire. [265]» Le critère de qualité de l'attachement selon Bruno Latour est une chose avec de bons et durables (*i.e.* stables) liens. En effet, l'expression faitiche provient de l'association de fait et de fétiche, deux éléments fabriqués. Le fait est un « discours positif de vérification », et le fétiche « un discours critique de dénonciation »[266]. Mais les sujets et les objets ne sont pas ni cause, ni conséquence, mais ils transforment l'action. Ainsi, les faitiches n'amènent pas dans le premier cas, à un « sujet-maître » ou un « objet-causal », ni dans le second cas, à un « objet outil » ou à un « sujet réifié ». L'objet, le sujet, le fabriquant, le fabriqué, l'agissant et l'agi deviennent dans le cadre de ces faitiches des « figures obsolètes », c'est-à-dire non pertinentes, donc à ignorer. Il convient, de même, d'évacuer le « faire-faire » au profit d'un « faire-agir », comme dans l'exemple pris par Bruno Latour sur la cigarette, le fumeur et sa fille. Fumer une cigarette n'est ni un contrôle de l'action par le fumeur sur la cigarette, « liberté de », ni un contrôle de la cigarette sur le fumeur, « aliénation de ». En somme, dans la faitiche, la maîtrise comme l'émancipation sont évacuées[267]. La faitiche laisse place au « faire-agir » qui permet de sortir des grandes catégories issues des oppositions pour essayer de comprendre en quoi ces signes peuvent produire de bons et durables liens.

Nous avons essayé de développer une échelle[268] pour classer les signes transposés et transposables qui qualifient un attachement territorial qui se compose de plusieurs degrés.

Degrés / Accessoires	**Revendication**	**Bricolages**	**Convocation /présence**	**Absence**	**Objections/ Rejet**
Signes verbaux					
Signes iconiques					
Signes sonores					

Tableau 2. Échelle de l'attachement territorial des signes transposables

Ce tableau permet de présenter en ligne les accessoires, et en colonne de graduer des accessoires entre un attachement ou non avec le territoire, selon divers degrés que sont la revendication, le bricolage, la convocation au sens de présence, l'absence et l'objection au

[265] Bruno Latour, Factures/fractures : de la notion de réseau à celle d'attachement, in André Micoud, Michel Péroni, *Ce qui nous relie*, Paris, Éditions de l'Aube, 2000, p. 193.

[266] Bruno Latour, *op. cit.*, p. 191.

[267] Bruno Latour, *op. cit.,* pp. 191-192.

[268] Il existe d'autres systèmes de classement, du figuratif à l'abstrait, dans l'échelle d'iconicité décroissante (ou d'abstraction croissante) relative aux objets d'A. Moles (Abraham Moles, *Art et ordinateur*, Paris, Blusson, 1990 p. 243.). Dans cette échelle, le monde des images va de l'objet lui-même à la description en mots normalisés ou en formules algébriques, afin de décrire la crédibilité imaginale. Nous avons essayé de reprendre cette échelle en la simplifiant entre abstrait et figuratif ou de l'individuel au collectif comme une possible structuration des signes sur le web, mais sans succès. De plus il apparaissait difficile de distinguer une photographie retouchée d'une photographie non retouchée numériquement.

sens de rejet. Ce tableau ne se veut pas exhaustif, et reprend les éléments les plus significatifs, en vue d'établir une échelle de l'attachement territorial.

Pour les degrés, l'échelle a été construite à partir de plusieurs références:

- Revendication : Nous reprenons ce terme revendication à l'étude des mouvements sociaux d'Érik Neveu[269]. La revendication vient définir l'action collective en faveur d'une cause, qu'il nomme des mouvements sociaux. Qu'est-ce qu'une action collective ? *« Il s'agit d'un agir-ensemble intentionnel, marqué par le projet explicite des protagonistes de se mobiliser de concert. Cet agir-ensemble se développe dans une logique de revendication, de défense d'un intérêt matériel ou d'une « cause ». [270]»* Cette revendication peut prendre la forme d'une pétition, telle que la pétition en ligne pour le projet de nom de domaine « bzh ».

- Bricolages : Ce degré reprend la notion de bricolage chez Michel de Certeau[271]. Des éléments hétérogènes sont rendus homogènes sur l'interface du site web par la mise en scène. Ainsi, les territoires et les réseaux, la tradition et la technologie sont associés. Le bricolage est la ruse au sens de *métis*, celle qui permet d'occuper le terrain du plus fort, et ici l'association entre la tradition et la technologie web. Par exemple, face à l'absence de nom de domaine en .bzh, il existe des noms de domaine en .bzh.bz.

- Convocation (présence) : Ce sont des signes neutres où le territoire est convoqué. Une carte peut simplement représenter les infrastructures routières du territoire.

- Absence : L'absence est plus difficile à relever, par exemple, l'absence d'un historique d'une association sur son site web. Ce degré reprend l'absence, comme évolution dans la disparition ou le rejet dans différents lieux et dans des temps différents. *« Il ne faut donc pas seulement considérer les changements dans l'espace, mais aussi les changements dans le temps. Pourquoi des sociétés (ou des rituels) passent-elles de formes culturelles « épaisses » à des formes « maigres », rejetant ainsi ce qui était jadis central pour toute leur existence ? [272]»*.

Objections (rejet) : Pour Jack Goody, c'est « le problème de l'intentionnalité, des objections délibérées », comme la « représentation fautive ou inappropriée » de Dieu[273]. Dans les exemples rencontrés sur les sites web, le rejet est celui de la méconnaissance ou de la violence. Sur le site web *dastum.net* et sa rubrique intitulée « Stéréo…types » reprend sur le

[269] Érik Neveu, *La sociologie des mouvements sociaux*, Paris, Éditions La Découverte, 2005, p. 9.

[270] Érik Neveu, *La sociologie des mouvements sociaux*, p. 9.

[271] Michel De Certeau, *L'invention du quotidien*, tome 1, Paris, Gallimard, 1990, « Introduction » et p. 162.

[272] Jack Goody, *La peur des représentations,* Paris, Éditions La Découverte, 2006, p. 17.

[273] Jack Goody, *op.cit.,* p. 22.

ton de l'humour les « stéréotypes » de la musique bretonne et s'explique par une évolution dans le temps l'écoute de la musique bretonne. Elle explique ce rejet par la méconnaissance.

Le terme accessoire est repris à Anne Cauquelin. Comme l'auteur qui entreprend une description du jardin dans son essai *Petit traité du jardin ordinaire*, ce travail de traitement des sites web pourrait être un travail laborieux. Comment rendre compte de l'ensemble de ce qui est présent sur la toile ? Anne Cauquelin relève les accessoires les plus courants des jardins : les fleurs, les pièces d'eau, les rochers, les rocailles, les cabanes, les parasols, les animaux, les clôtures, les plans, les plantes … « *Cependant si je les nomme « accessoires », ces éléments qui font le charme des jardins sont tout à fait indispensables. Ils permettent des variations quasi infinies à l'intérieur de la forme primitive que j'ai tenté de décrire.*[274]» Les jardins contemporains résultent d'une exposition, installation, ce qui suppose une intervention humaine. Ces accessoires mais aussi l'étude de la perception des jardiniers lui permettent de qualifier les jardins : les jardins nomades, les jardins d'artistes, les jardins sur commande, les jardins en mouvement. Sur ce modèle, nous essayerons d'établir une typologie de sites web.

Nous avons relevé sur ce principe les accessoires, ou plus précisément les signes saillants sur les pages d'accueil des 591 sites web. Au total, 995 accessoires ont été relevés, que nous avons regroupés parfois en thématique comme le « maritime », que nous avons qualifiée d'« armor ». L'antinomie entre l'Armor et l'Argoat est pleine d'imaginaires, littéralement « contre la mer » et « contre le bois », *grosso modo*, le littoral et la terre. Avec 2730 kilomètres de côtes, la Bretagne possède une « Ceinture Dorée[275] » regroupant les villes du littoral, considérées comme plus riches et une Bretagne intérieure, déjà considérée comme « pauvre » et « déclinante » au XVIIIe siècle[276]. Cet emboîtement devient opposition suite à l'urbanisation de la Bretagne. Dans le cadre des images usitées sur les sites web, l'armor et l'argoat sont deux grandes catégories qui ont été chacune subdivisée. L'armor se décline en différentes sous-catégories que sont l'océan, au sein duquel sont regroupés la pêche, la plaisance, le trafic maritime, les îles et le littoral, redécouvert par les loisirs nautiques, le tourisme, la plage. L'argoat a été marqué au cours du XXe siècle par une agriculture performante et une modification des paysages plus particulièrement le bocage. Ces deux catégories armor et argoat se rapprochent également de thèmes que sont la protection de

[274] Anne Cauquelin, *Petit traité du jardin ordinaire*, Paris, Payot, 2003, p. 49.

[275] Jean-Jacques Monnier, Jean-Christophe Cassard, *Toute l'histoire de la Bretagne,* Morlaix, Skol Vreizh, 1999, p. 353.

[276] Jean-Jacques Monnier, Jean-Christophe Cassard, *op. cit.,* p. 353.

l'environnement et des paysages. Toutes ces catégories sont issues d'un champ thématique que nous avons établi suite à la lecture d'ouvrages ayant pour sujet la Bretagne[277].

Pour mesurer le degré d'attachement territorial de ces accessoires de sites web, il sera nécessaire de faire de nombreux allers et retours entre leur signification sur le web et leur signification dans le territoire « physique ». Le corpus « web régional » de 591 sites web, que nous avons établi à partir de ce que font les acteurs sur le web, propose 227 accessoires différents sur un total de 995 accessoires relevés. On dénombre 61 Gwenn-ha-du sous la forme de drapeau[278], quatre sous la forme d'icône pour la traduction de la page web, que nous nommons icône-langue et un logotype. Le second signe est la moucheture d'hermine ou hermine ducale, au nombre de 50 occurrences et le triskèle au nombre de 30 occurrences [279]. Arrondie au pourcentage près, la proportion de ces trois signes est de 15 % sur un nombre total de 995 accessoires. Ces signes territorialisés participent à l'attachement des sites web au territoire de référence qu'est la Bretagne.

Comme sur le territoire « physique », le web rend compte d'une évolution des signes. La signification de ces signes n'est pas stable. De nouvelles catégories apparaissent sur le web comme la « modernité » ou le « tourisme ». Cette catégorie du « tourisme » apparaît dans les liens hypertextes et dans les annuaires en tant que thématique territoriale. La « modernité » rejoint la catégorie de « l'innovation » mais aussi celles de « l'unité, des valeurs et de la singularité ». En effet, l'image des fruits et légumes, domaine de l'agriculture représente également la modernisation de l'agriculture bretonne et par sous-entendu, son unité et son auto-organisation puisque le Coopérative des producteurs légumiers du Léon est à l'origine de la création de la compagnie de transport maritime, « Brittany Ferries ». Se basant sur le travail de la coopérative, c'est la solidarité de ces acteurs qui ont permis de créer une singularité et une unicité pour porter ces projets commerciaux. Le passage par le champ sémantique de la Bretagne dans des lectures scientifiques ou non permet donc de comprendre la mobilisation d'un champ sémiotique à travers le corpus. De ce fait, le macareux moine peut signifier un attachement à la faune ou une volonté de protection de l'environnement.

Mais une question demeure : ces signes et ces degrés peuvent-ils être partagés ? Ne sommes-nous pas face à un inventaire de signes mobilisés sur un seul site web ? Par exemple, le découpage des Régions Programmes en 1956, a fait une Région administrative de Bretagne

[277] Cf. Annexes DVD. «Champ Thématique de la Bretagne » où chacune des catégories est expliquée en référence à des auteurs.

[278] Le favicon (ou favorite icône) est un pictogramme au sens informatique, de 16 × 16 ou 32 × 32 pixels, donc de taille réduite, présent dans la barre d'adresse du navigateur web comme nous le montrerons dans la suite de notre analyse, dans la barre de titre, dans les favoris, dans les onglets et les autres raccourcis.

[279] Tableau 15. Répertoire non-exhaustif des accessoires du web « régional » breton, p. 455.

à quatre départements. Or, pour des acteurs au sein du web ou dans le territoire « physique », le département de la Loire-Atlantique fait partie de la Bretagne, faisant une Bretagne à cinq départements. De ce fait, le signe (une carte avec une Bretagne à cinq départements) est-il partagé ? Comment ce signe d'une Bretagne à cinq départements devient-il la première carte dans les images accessibles par un moteur de recherche? Peter Stockinger présente le rôle des liens hypertextuels externes (partenariat, dépendances institutionnelles, de mécènes et sponsors, de groupes, de sociétés d'amis etc.) vers d'autres sites web, mais aussi des régions de prestations plus élaborées comme des commentaires, des évaluations, des expertises explicites d'autres sites, de services, de ressources « composant le milieu pertinent d'un site donné »[280]. L'introduction de hiérarchies, de préférences entre sites web à travers des liens hypertextes supposés sélectifs compose un milieu socio-culturel qui permet « de mieux expliciter les croyances et les convictions partagées par tel ou tel milieu (c'est-à-dire sa doxa) »[281]. Les signes et leur circulation seront analysés en relation avec les liens hypertextes entre les sites web. En effet, le degré de partage se mesure aussi à travers les liens hypertextes.

L'attachement territorial repose sur une composition entre différentes zones fonctionnelles du site web, les signes, leur mise en scène et les liens hypertextes entre sites web. Nous avons repris les éléments les plus saillants des pages web après une prise en compte du contexte, de la mise en scène dans un scénario[282]. Ensuite, nous avons classé les signes selon une échelle de l'attachement territorial composée de cinq degrés. L'attachement territorial se situe entre le site web et le signe. Le signe[283] est, selon R. Barthes, pris dans un système et sa substance le définit, ainsi il peut être verbal, iconique, sonore. En effet, le signe se définit par sa substance et par son système de signification[284], que nous cherchons à définir dans sa capacité à être attaché à un territoire comme la Bretagne. Ultérieurement, nous nous intéresserons à la circulation de ces signes sur le web à l'aide de liens hypertextes et entre le territoire et le web. Ces deux capacités à circuler et à être attaché définissent le signe transposable. L'analyse du contexte et de la mise en scène doit prendre en compte parfois l'histoire de ces signes comme dans le chapitre suivant.

[280] Peter Stockinger, *Les sites web*, Paris, Lavoisier, 2005, p. 77.

[281] Peter Stockinger, *op.cit.,* p. 144.

[282] Peter Stockinger, *op.cit.*, p. 11.

[283] Roland Barthes, *Rhétorique de l'image*, Œuvres complètes, Tome 2, Paris, Éditions du Seuil, 1993, p. 574.

[284] Roland Barthes, *Éléments de sémiologie*, Paris, Éditions du Seuil, 1993, p. 1517.

4 - Chapitre 4 –

Une composition de multiples acteurs et de multiples signes ?

« Le territoire résiste. Mais la territorialité se transforme en profondeur. »

P. Veltz [285]

En tant qu'objet sémiotique composé de signes, le site web ne se définit plus comme une projection d'un lieu « physique » sur le web, d'une institution sur le web. Le signe transposable du territoire au web s'accompagne d'un type d'attachement au territoire. L'échelle des signes transposables du territoire au web permet de repérer les degrés d'attachement. En introduction, nous avions souligné à partir de Pierre Musso, que de « nouvelles formes de spatialité et de temporalité [286]» se mettaient en place dans le rapport territoire et réseau. Ainsi, le territoire n'est pas qu'espace, il est également temps. En prenant en compte cette dimension temporelle des territoires, l'intérêt se porte désormais sur le processus de construction, de composition ou de recomposition d'un territoire sur le web. Relever des signes d'un territoire et les classer dans une échelle de l'attachement territorial aboutissent à un travail d'inventaire de signes juxtaposés et établissent le tableau général d'une imagerie bretonne sur le web. Mais cette approche demeure marquée par la juxtaposition, par la contiguïté propre au territoire. Il nous faut aussi penser la connexité, propre au réseau, entre toutes ces entités, capables de s'agréger entre signes, sites web et acteurs pour composer un web « régional ». Qu'est-ce qui permet de faire tenir ensemble ces multiples entités ? La création d'une imagerie bretonne dynamique au sein du web est-elle envisageable ? En effet, la multiplication des acteurs, la diversité des signes, la juxtaposition apparente des sites web, ne participent-elles pas à une composition d'un territoire en ligne?

4 - 1 - Un territoire patrimonial, transactionnel ou imaginé sur le web ?

La composition d'un territoire ou de communautés en lien avec un territoire ne repose pas uniquement sur la limite du territoire, sa borne mais également sur les principes développés par Benedict Anderson d'un « être-au-monde », d'un partage, ou selon Bruno Latour de réseau d'attachements.

[285] Pierre Veltz, *Des lieux et des liens*, Paris, Éditions de l'Aube, 2002, p. 143.

[286] Pierre Musso, (sous la dir.), *Le territoire aménagé par les réseaux*, Paris, DATAR/Éditions de l'Aube, 2002, 275 pages.

La territorialité, terme juridique au XIXe siècle est aussi un terme d'éthologie qui inclut une relation entre l'animal et son territoire. Au cours du XXe siècle, en éthologie, le territoire désigne la défense d'une portion de terrain par un animal[287]. Ce sens est utilisé par analogie pour les humains, et correspond au *domaine* en sciences et philosophie[288]. Si le territoire est unité du multiple, il est aussi composé et construit dans la diversité, c'est cette diversité que nous convoquons ici. Le territoire serait complexe par la multiplicité qui le compose et par les différentes matérialités, représentations qui sont convoquées par les acteurs sur les sites web. La critique dénonce un retour de la communauté issue du social et non du politique[289], provoquant ainsi des réactions qualifiées d'identitaires, ou des analyses éprises de fétichisme spatial[290]. À la différence de ces approches, nous parlerons de « communauté imaginée », que nous essayerons de définir autour d'un projet de « communauté bretonne imaginée » sur le web.

Jacques Beauchard relève dans son ouvrage *La bataille du territoire*, un affaiblissement des représentations territoriales et donc finalement de l'unité politique. La question induite face à cet affaiblissement est celle d'un renouveau de l'action politique intégrant la diversité et portant une nouvelle territorialité. Le lien s'établit donc entre identité, politique, défense et stabilité. En ce sens, Jacques Beauchard rapproche deux espaces, qu'il qualifie, d'espace transactionnel et d'espace patrimonial. Pour l'auteur, les flux immatériels conduisent le territoire à devenir « un lieu de passage » alors que la transformation de l'espace en territoire repose sur un « espace patrimonial » comme « aire de l'existence voire de la perdurance » en opposition au mouvement, au passage, à l'immédiat de l'espace transactionnel[291]. L'ancrage dans un lieu a un rapport avec l'identité et les ressources naturelles ont un aspect vital. Une « affirmation positive de l'identité » peut conduire à travers des mouvements communautaires à une « quête de permanence et d'identification »[292]. En ce sens, le territoire est le *« lieu de la présence et de la maintenance d'une société et bien sûr le garant de l'unité politique »*[293]. L'auteur s'interroge : comment accorder, assurer le maintien ensemble de l'espace transactionnel et de l'espace patrimonial, comment maintenir ensemble un espace en mouvement, et un espace ancré, patrimonial au sein d'un même territoire ?

---

[287] Dictionnaire Quillet de la langue française, Paris, Edition Quillet, 1993.

[288] Dictionnaire historique de la langue française, Le Robert, 1992, p. 2108.

[289] Jacques Beauchard, *La bataille du territoire,* Paris, Éditions L'Harmattan, 2000, p. 128-130.

[290] Jean-Marc Offner, Denis Pumain, (sous la dir.), *Réseaux et territoires,* Paris, Éditions de l'Aube 1996, p. 151.

[291] Jacques Beauchard, *La bataille du territoire*, Paris, Éditions L'Harmattan, 2000, p. 12.

[292] Jacques Beauchard*, op. cit.,* p. 12.

[293] Jacques Beauchard, *op. cit.,* p. 12.

L'intérêt de Jacques Beauchard se porte sur la possibilité d'attractivité d'un terroir et son intégration dans les flux mondiaux sous couvert d'une intervention du politique au niveau local. Dans un premier temps, il apparaît que l'obtention d'infrastructures de réseau par les élus locaux se fait en termes d'accessibilité et de désenclavement sans prise en considération de l'apport pour le patrimoine territorial. Dans un second temps, Jacques Beauchard propose donc un « réenchantement des représentations », basé sur le patrimoine territorial, source indispensable de l'être collectif. Le réenchantement se situerait selon l'auteur dans des réactions identitaires non-extrémistes, faites de bricolages entre « une puissance d'image et une unité virtuelle » ce qu'il a abordé à travers des travaux sur la ville-pays[294]. Mais si l'auteur récuse les conceptions politiques et des communicants à travers les sites web mis en place par rapport à un territoire, comme le site web d'une ville[295], les initiatives des éditeurs non politiques ou non « institutionnels » ne sont pas présentées dans son analyse. Si *« [l]oin de produire une destruction radicale de l'espace et du temps, le virtuel devient alors gage d'identité[296] »*, il conviendrait selon nous de prendre en compte la conception de l'espace et du temps produites par les acteurs du territoire et non en charge du territoire qui se placeraient non pas dans le virtuel mais sur des sites web. Notre travail permet de dépasser l'opposition que présente Jacques Beauchard entre deux espaces en introduisant le travail des acteurs, des éditeurs de sites web. Ces acteurs constituent un collectif de fait, sans pour autant avoir les prérogatives des institutions territoriales.

Si la problématique posée dans le cadre de ce projet est une action du « Conseil Régional de Bretagne » dans la création et la structuration des contenus, il n'apparaît pas non plus comme un acteur unique. La stabilité et l'unité politiques ne peuvent être une entrée unique de compréhension d'une composition des territoires sur le web. Cette composition semble certes demeurer au stade de la juxtaposition, or la structuration ne peut advenir qu'à l'aide d'une fiction qui structure la multiplicité. De plus, si Jacques Beauchard essaie d'accorder l'espace patrimonial et l'espace transactionnel, son ouvrage traite plus généralement de l'intégration ou de la pénétration de l'espace patrimonial dans l'espace transactionnel. Il cherche à voir l'internet et les sites web comme des outils de développement local, et à voir la projection des lieux « physiques » comme l'unique définition d'un web « régional ». Or, il semblerait que le territoire, ou les lieux ne se projettent pas. Il existe d'autres formes de médiation entre le territoire et le web que nous définirons. Au lieu de prendre en compte des entités stables, il convient de décrire des entités qui peuvent circuler

[294] Jacques Beauchard, *op. cit.,* p. 56.

[295] Jacques Beauchard, *op. cit.,* p. 57.

[296] Jacques Beauchard, *op. cit.,* p. 57.

entre le territoire et le web et inversement, sans asymétrie, sans prédominance du web ou du territoire pour comprendre la recomposition en cours.

Pour comprendre sa fabrication et sa composition comme « faire-agir »[297], dans l'espace et dans le temps, nous cherchons à savoir si ce territoire sort des représentations techniques et politiques. Anne-Marie Thiesse date le début de la construction des identités nationales au XVIIIe siècle or comme elle le souligne, cette construction perdure encore aujourd'hui[298]. Dans le processus de création, les différences ne s'expliquent pas uniquement par l'époque, par la multiplication des créations individuelles mais également par les techniques de transmission qui règlent la composition et la création. *« La chanson médiévale n'est pas seulement une création individuelle, c'est une création individuelle destinée à une transmission orale ; la technique de la transmission la soumet à une composition et une création continues et détermine par là même certaines des caractéristiques qu'on attribuait jadis au mystérieux processus d'une invention collective. [299]»* La création se lie aux procédés techniques de composition. Ainsi sans l'écriture, le roman et la symphonie comme mode d'expression n'existeraient pas selon J. Goody. Cette proposition nous amène à une remarque. En liant le processus de création individuelle à la question de la transmission, J. Goody considère ces modes d'expression comme moyen de communication d'individu à individu, mais ils peuvent également être des moyens de diffusion, comme la diffusion médiatique, de un à plusieurs. De ce fait, l'invention collective viendrait de la diffusion de l'œuvre, de sa présence redondante dans une société donnée ou un territoire. Ces deux auteurs nous permettent de considérer le territoire comme toujours en construction. Et cette construction se lie à la fois aux techniques de composition et de transmission de la création individuelle et collective. Or nous avons déjà souligné que ces techniques changeaient avec le numérique. Nous allons donc voir comment avec le numérique, et précisément un projet web, ce qui change dans la composition d'un nouveau territoire. La composition au lieu de la construction car l'institution n'est plus l'unique constructeur de ce territoire.

[297] Bruno Latour, Factures/fractures : de la notion de réseau à celle d'attachement, in André Micoud, Michel Péroni, *Ce qui nous relie*, Paris, Éditions de l'Aube, 2000, p. 191.

[298] Anne-Marie Thiesse, *La création des identités nationales*, pp. 12-13.

[299] Jack Goody, *La raison graphique*, p. 72.

4 - 2 - La rencontre des communautés imaginées autour d'un projet web .bzh

Le projet web est un projet d'extension pour les adresses internet en .bzh. La paternité du projet .bzh a été discutée mais elle revient finalement à un acteur politique, qui est un député UMP, maire de Châteauneuf-du-Faou (département 29), Christian Ménard. Cette première phase du projet .bzh a débuté entre 2004 et 2005. Cette demande d'un « Point bzh » demeure à ce stade confidentielle : discussions entre acteurs politiques et organismes officiels de gestion du nom de domaine de la France, l'Association Française pour le Nommage Internet en Coopération (AFNIC)[300]. Hors de ces échanges formels, la médiatisation se fait par l'initiative personnelle d'un acteur sur le web, c'est la deuxième phase de la naissance du projet en 2006. Puis, l'appui politique est demandé en 2006 auprès du « Conseil Régional de Bretagne ». Le projet obtient un statut, des financements, c'est la troisième phase du projet .bzh depuis 2007.

1) Signe transposable et communauté

Certains signes circulent, d'autres unifient, cordonnent et font exister une communauté. Ces signes sont-ils les mêmes ? La langue a été unifiée par une orthographe afin d'être reconnue. La « communauté bretonne » sur le web reprend la graphie issue de l'unification afin d'être reconnue. Le signe concerné pour traiter de cette communauté imaginée bretonne sur le web n'est pas un signe iconique mais un signe verbal « BZH».

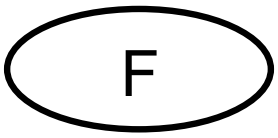
Quelle est l'origine de ce signe verbal « BZH » ? « *La querelle de l'orthographe résolue ? L'opposition gouvernementale à un enseignement du breton tire son argument de l'absence d'orthographe unifiée pour une langue réduite à l'état de dialectes. En fait, dès 1908, l'orthographe dite KLT (Kerne, Leon, Treguer) permettait la diffusion d'œuvres écrites et lisibles par tous les bretonnants, à l'exception de ceux du Vannetais. En 1941, des linguistes tombèrent d'accord sur de nouvelles règles tenant compte du vannetais ; l'aspect le plus connu de cette réforme est le célèbre zh, Breiz s'écrivant désormais Breizh puisque le son h correspond en gros, en vannetais au son z dans les autres dialectes.* [301]» En résumé, il existe quatre aires linguistiques du breton, Kerne (Cornouaille), Leon (Léon), Treguer (Trégor) et Gwened (Vannetais) qui sont unifiées à partir de 1941, ce qui donne la graphie « Breizh », ou son abréviation « BZH ». Cette orthographe unifiée permet une langue écrite,

[300] En France, l'AFNIC (Association Française pour le Nommage Internet en Coopération), appelée registre ou registry gère les noms de domaine .fr et .re de l'île de la Réunion. Cette association a été créée en 1997 par l'état et l'INRIA (Institut National de Recherches en Informatique et Automatique) qui gérait depuis 1986 le .fr.

[301] Jean-Jacques Monnier, Jean-Christophe Cassard, *Toute l'histoire de la Bretagne*, p. 690.

c'est-à-dire sa reconnaissance par le gouvernement français et donc la possibilité de son enseignement à l'école, selon les auteurs. La graphie « BZH » sert à unifier graphiquement et politiquement la langue.

Parmi les linguistes de cette unification orthographique de la Bretagne figurait Roparz Hemon. Son nom d'état civil était Louis Paul Némo, bretonnisé en Roparz Hemon. À la fin de la guerre, il perdait son statut d'enseignant de la fonction publique pour cause de collaboration. Il mourut à Dublin en 1978. Sans entrer dans les détails de la vie de chacun des acteurs, cette unification sous l'occupation et l'action de certains des protagonistes de l'unification orthographique durant la seconde Guerre Mondiale pourrait expliquer le rejet de cette orthographe à la fin de la guerre, et de la graphie « Bzh ». *« Jusque dans le milieu des années 1960, la police de la route arrêtait tout automobiliste dont la voiture portait l'autocollant « BZH » et/ou un Gwenn-ha-Du, et le sommait de s'en débarrasser. Petit à petit toutefois, ce drapeau sortit de son ghetto pour devenir le drapeau de tous les Bretons.* [302]*»* Dans les années 1960, le macaron ou autocollant « Bzh » pour Bretagne imitait le macaron « F » pour France placé à l'arrière des automobiles. Ce macaron qui indiquait le pays avant la réforme des plaques d'immatriculation de 2009 a été interdit par l'État français dans les années 1960.



Ce macaron, cet autocollant « Bzh » montre comment cette graphie peut imiter la graphie d'une reconnaissance d'un pays, en occupant le terrain de l'autorité. Cet autocollant est un exemple de « bricolage » dans les degrés d'attachement que nous avons définis. Car malgré les interdits, il se propagea et circula sur les routes. Cette graphie est parfois définie par les acteurs comme « emblèmes ou symboles », au même titre que le drapeau Gwenn-ha-du, présent dans la page « Bretagne » de l'encyclopédie en ligne *Wikipédia.* Les acteurs se sont emparés de ce macaron pour identifier la Bretagne sur leur voiture au même titre que le macaron F pour la France. Sans disposer de données chiffrées, mais par une observation visuelle personnelle, il apparaît qu'aujourd'hui, ce macaron est supplanté sur les automobiles par un autocollant de la marque « À l'aise Breizh ». Il se compose d'un personnage avec une coiffe, un composant du costume du pays bigouden, dans le sud Finistère (département 29). La graphie imitant la reconnaissance officielle d'un pays, « Bzh » au lieu de « F », est supplantée par un procédé de « marketing territorial » détournant un élément de costume traditionnel, la coiffe du pays bigouden dans un graphisme humoristique.

[302] Philippe Rault, *Les drapeaux bretons des origines à nos jours*, Spézet, Coop Breizh, 2006, p. 45.

Figure 3. alaisebreizh.com, capture d'écran de l'autocollant de la marque

Cette graphie n'est plus la trace du geste, ni la trace de l'écriture sur le support[303], mais un signe faisant sens pour unifier une orthographe à un instant T de sa production, puis pour unifier et définir une « communauté bretonne » sur le web depuis 2006. Ainsi cette graphie a une capacité à unifier selon les acteurs qui l'utilisent, malgré des contextes d'utilisation différents par rapport au contexte de production qui correspond à l'unification du breton, de la langue.

Changeant de support, le « Bzh », ou « BZH », devient un .bzh ou point Bzh. Pour obtenir un « generic Top-Level Domain » ou gTLD, ou nom de domaine générique, les porteurs du projet doivent répondre aux critères établis par un organisme international Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN). Ainsi cet outil technique (internet) et son organisme de régulation (ICANN) en viennent à définir une communauté, et plus précisément ce que devrait être cette communauté d'intérêt qu'est la « communauté bretonne », une communauté d'intérêt dans le sens marchand du terme, répondant à des objectifs commerciaux, de viabilité, de protection, de procédures, etc. Cette communauté d'intérêt apparaît bien éloignée du terme communauté défini par Ferdinand Tönnies[304], en 1887. La communauté se situait alors dans les liens familiaux élargis au village (Gemeinschaft) et s'oppose à la société (Gesellschaft) constituée d'individus indépendants résidant dans des villes. Aujourd'hui, ce terme polysémique de communauté peut être associé au communautarisme, qui en France signifie « *le repli sur soi de certains groupes sociaux,*

[303] Yves Jeanneret, *Y-a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?*, Lille, Presses Universitaires Septentrion, 2007, p.162.

[304] Ferdinand Tönnies, Communauté et société, Paris, Retz, 1977, pp. 56-57 : « La communauté de sang comme unité de l'existence tend et se développe vers la communauté de lieu qui a son expression directe dans l'habitation commune, laquelle, a son tour, se rapproche de la communauté d'esprit par l'activité et le gouvernement communs dans une même direction, un même esprit. […] Partout où les hommes dépendent les uns des autres par leurs volontés organiques et s'approuvent réciproquement il y a communauté d'une sorte ou d'une autre, celle de la première manière impliquant la dernière, ou celle-ci s'étant formée par une indépendance relative vis-à-vis de la première. On peut considérer successivement ces divers genres de communautés à travers leurs noms primitifs et compréhensibles : 1) la parenté ; 2) le voisinage ; 3) l'amitié. »

conjugué avec leur antagonisme à l'égard de la société environnante [305]». Mais ce terme a des significations variables, entre la tradition sociologique française ou anglo-saxonne. L'ICANN est de culture anglo-saxonne. Or le projet de nom de domaine en BZH doit définir un autre genre de « communauté bretonne » auprès de l'ICANN. Nous voudrions présenter une définition de Cherry Schrecker qui souligne cette tension. *« En France, il fait référence plutôt à un groupe social plus ou moins circonscrit partageant une caractéristique unique, très souvent matérialisé par des liens institutionnels (une communauté religieuse, la communauté homosexuelle, la communauté maghrébine) tandis que dans les pays anglophones, il désigne une réalité plus disparate composée d'un ensemble de personnes assimilées les unes aux autres en raison d'origines, de circonstances, d'un destin ou d'intérêts communs.* [306]*»* Cette tension nous paraît à l'œuvre autour du projet .bzh. Ce projet nous permet de montrer comment des acteurs inédits jouent un rôle dans la définition de communauté à partir de ces signes que le web mobilise.

2) Une rencontre forcée entre territoire « physique » et la mobilisation en ligne

La première phase du projet .bzh est initiée par Christian Ménard, député et maire de Châteauneuf-du-Faou qui s'oppose à une décision de l'AFNIC[307]. Le 7 novembre 2003 pourrait être qualifié d'élément déclencheur d'une première phase de mobilisation d'un acteur en faveur d'un nom de domaine BZH pour la Bretagne. En effet, à cette date, le conseil d'administration de l'AFNIC remet en cause l'exclusivité de l'usage des noms des collectivités. Une commune, telle que Châteauneuf-du-Faou aurait dû alors acheter son nom pour l'utiliser dans son adresse web. Cette décision précède deux évolutions majeures dans la gestion de l'extension .fr. En mai 2004, l'enregistrement ne sera plus soumis à l'obligation de prouver des droits sur un nom. Puis en juin 2004, les particuliers auront accès à cette extension[308]. Au début de l'année 2004, Christian Ménard est contacté par une entreprise pour réserver, moyennant finance, le nom de domaine de sa commune. Surpris[309], l'élu, en collaboration avec son attaché parlementaire, fait une proposition de loi[310] à l'Assemblée Nationale afin de

[305] Cherry Schrecker, *La Communauté*, Paris, L'Harmattan, 2006, p. 12.

[306] Cherry Schrecker, *La Communauté*, p. 11.

[307] AFNIC, France, «Observatoire du marché des noms de domaine en France - Édition 2007 - www.afnic.fr».

[308] Entre 2004 et 2007, le nombre de noms de domaine augmente. Le 19 janvier 2004, l'AFNIC enregistre 177 018 noms de domaines en .fr et 221 noms de domaine en .re. Le 1er octobre 2007, 915 000 noms de domaines sont enregistrés en .fr.

[309] Cf Annexes DVD. Entretien avec Jean-François Le Goff, attaché parlementaire du député Christian Ménard, le 7 et le 22 avril 2008.

[310] Assemblée Nationale, France, Protection du nom des collectivités locales sur internet, documents législatifs, proposition de loi n°1576, mai 2004.

protéger le nom des collectivités locales sur l'internet de façon à assurer la gratuité de cette opération. Parallèlement, l'idée d'un suffixe .bzh émerge auprès de Jean-François Le Goff comme quelque chose de « rigolo »[311].

Dans un premier temps, Christian Ménard sollicite, le 16 avril 2004, le ministère de l'Industrie pour la création d'un .bzh, ignorant le fonctionnement du système de nommage d'internet (DNS)[312]. L'organisme décideur n'est pas uniquement l'État français mais l'Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) qui gère les différents niveaux de domaines. La demande d'une extension à trois lettres rentre dans le cadre des extensions génériques sous l'autorisation de l'ICANN, et non de l'AFNIC. Pour obtenir un nom de domaine, il faut répondre aux critères de l'ICANN. En septembre 2004, le gouvernement français répond d'attendre la fin du projet .cat en faveur de la Catalogne. Le projet .cat est en cours de traitement auprès de l'ICANN, il s'agit d'un nom de domaine, ou extension à caractère linguistique et culturel pour la Catalogne. La Bretagne et la Catalogne n'ont pas le droit à un code territorial (country code TLD, ou ccTLD, traduit par code territorial ou code-pays), c'est-à-dire attribué au pays disposant d'un code ISO 3166 (créé en 1974) comme il a été établi dans le système de nommage en 1984. En 2006, la Catalogne obtient un domaine de premier niveau commandité (sponsored Top-Level Domain, ou sTLD, ou nom de domaine sponsorisé) selon un code pour la représentation des noms de langues ISO 639-2. Dans un second temps, Christian Ménard sollicite, en octobre 2004, par l'intermédiaire de sa suppléante Françoise Louarn, le « Conseil régional de Bretagne » qui repousse sa décision à la réalisation au préalable d'une étude de faisabilité. La démarche de ce député demeure à ce moment confidentielle, c'est-à-dire limitée uniquement à des échanges entre acteurs politiques.

La première étape est donc la mobilisation d'un élu (maire et député) dès 2004. Cette première mobilisation est peu relayée au niveau médiatique et se situe dans un échange politique avec le « Conseil régional de Bretagne » et les services et ministères de l'État. Une période d'attente se met en place. La réponse positive de l'ICANN en faveur du .cat fait apparaître de nouveaux acteurs. La seconde étape est donc une mobilisation individuelle. Mikael Bodlore-Penlaez[313] souligne lors d'un entretien que ce nom de domaine en .bzh est issu de la volonté de nombreuses démarches individuelles à des niveaux plus ou moins

[311] Cf Annexes DVD. Entretien avec Jean-François Le Goff, attaché parlementaire du député Christian Ménard, le 7 et le 22 avril 2008.

[312] Le DNS permet la traduction des adresses URL des sites web de leur forme numérique puisque les adresses IP (Internet Protocole) sont des séries de chiffres en forme littéraire, assuré par le système de nom de domaines.

[313] Cf. Annexes DVD. Entretien avec Mikael Bodlore-Penlaez, webmaster de la pétition en ligne « .BZH, une extension Internet pour la Bretagne, le 22 avril 2008.

informels. Ainsi, il existe déjà des adresses de sites web en .bzh.bz et .breizh.bz, le .bz étant le code-pays pour le Bélize. Mikael Bodlore-Penlaez définit sa démarche de personnelle. Il se définit comme « militant breton ». Le degré d'attachement ainsi manifesté relève de la revendication. Cet acteur lance une pétition en ligne en mars 2006 en faveur d'un nom de domaine « BZH » sur le site web *pointbzh.com*, qu'il crée. Cette information est reprise sur le site web de l'« Agence Bretagne Presse ». La pétition en ligne connaît alors un écho médiatique dans les médias régionaux et nationaux.

En mars 2006, Mikael Bodlore-Penlaez lance cette pétition en ligne en faveur d'un .bzh suite à l'obtention d'un .cat par la Catalogne. Cependant, si la Catalogne peut définir une communauté a-territoriale basée sur la culture et la langue, la capacité de regroupement en Bretagne sur le même modèle est plus complexe, en raison par exemple de la faiblesse des locuteurs de breton en Basse-Bretagne, et de la présence du gallo, langue présente en Haute-Bretagne. Le projet .bzh pourrait s'appuyer sur la diaspora. Toutefois, si la Catalogne a une diaspora présente à travers le monde, la diaspora bretonne apparaît moins structurée. Or, il faut démontrer que cette communauté d'utilisateurs du .bzh est viable financièrement auprès de l'ICANN, comme nous le montrerons dans les critères de l'ICANN. Par conséquent, un organisme de gestion à l'échelle internationale d'un outil technique qu'est internet fixe les critères (qui évoluent continuellement) de définition d'une communauté, mais précisément dans ce cas, de la « communauté bretonne » sur le web. La deuxième phase sort de la confidentialité par un support, le web, et entre dans une phase de médiatisation et d'accélération. Le second élément déclencheur de la mobilisation en faveur d'un .bzh est la réponse positive de l'ICANN, le 19 septembre 2005, à l'extension à caractère linguistique et culturel pour la communauté Catalane, avec la création d'un .cat, mis en service en avril 2006.

Préalablement à la résolution du « Conseil Régional de Bretagne » en juin 2006, l'usage du web a permis de sensibiliser voire de mobiliser une communauté d'usagers potentiels de ce nom de domaine BZH. La revendication sort de la confidentialité politico-administrative. La pétition en ligne a accéléré la visibilité du projet par un écho dans les autres médias (radio, presse, télévision), défini le plus généralement sous le terme de buzz. La pétition en ligne compte 19359 signataires (mai 2010) selon le site web *pointbzh.com*. Ce site web a été créé par Mikael Bodlore-Penlaez en 2006 lors du lancement de la pétition.

Entre 2006 et 2010, le nœud de scénario du site web est la signature de la pétition autour duquel s'articulent les « objectifs » du .bzh, ce qu'apporterait le .bzh, les événements ou les partenaires du projet, ce qu'est un nom de domaine, puis les liens hypertextes vers les partenaires. Le militantisme apparaît moins marqué entre ces deux versions datées de 2007 et de 2010.

1. 2.

Figure 4. Capture d'écran de la page d'accueil du site web www.pointbzh.com (2007, à gauche/2010, à droite)

Sur le mode exclamatif et impératif avec des verbes comme « Signez », « Soutenez », la présentation du .bzh reprend la réussite catalane, et les autres porteurs de projet au niveau européen. Le discours incite l'internaute à signer afin que le projet soit validé par l'ICANN. Depuis 2009, le verbe « Adhérez » a été ajouté montrant le rapprochement entre le site web porteur de la pétition et une association constituée par Hervé Irvoas, adjoint au maire Christian Ménard. L'écho médiatique de la pétition en ligne vient supplanter la première phase politique. « Par la suite, d'autres personnes ont essayé de s'approprier l'idée [314]». De ce fait, Christian Ménard ne pouvant être président d'une association, en mai 2006, l'adjoint à la culture à la mairie de Châteauneuf-du-Faou, Hervé Irvoas, qui « en avait l'idée depuis longtemps [315]», dépose les statuts en préfecture pour l'association « Un point bzh pour la Bretagne ».

Sur *pointbzh*.com, en 2007, le .bzh est défini comme un vecteur d'image. Le terme « Breizh » a été choisi pour les plaques d'immatriculation des automobiles, ainsi le « BZH est donc une marque d'identité forte : celle d'une Bretagne "à l'aise", qui assume son image ! ». Le .bzh est vu comme un outil de communication, rajoutant une « touche bretonne », « trois lettres qui en disent long ! ». Enfin, la présentation souligne l'initiative de Christian Ménard et le soutien obtenu auprès du monde politique, culturel et économique avec des exemples. « C'est un projet fédérateur ! ». Sur les vingt-deux phrases que compte la rubrique « Pourquoi

[314] Cf Annexes DVD. Entretien avec Jean-François Le Goff, attaché parlementaire du député Christian Ménard, le 7 et le 22 avril 2008.

[315] Cf. Annexes DVD. Entretien avec Hervé Irvoas, Président de l'association « Point BZH », adjoint à la culture à la mairie de Châteauneuf-du-Faou (29), le 8 avril 2008.

un point bzh », six sont exclamatives et trois interrogatives. Le terme Bretagne ou Breizh y sont cités à douze reprises, l'abréviation « bzh » à neuf reprises, l'adjectif breton à quatre reprises, la langue et la culture à neuf reprises. Ce projet apparaît donc associé en 2007 à la langue et à la culture.

Les trois acteurs qui se sont mobilisés dans les deux premières phases de ce projet sont:

- Christian Ménard député du Finistère et maire de Châteauneuf-du-Faou, qui contacte le ministère de l'Industrie pour la création d'un .bzh, le 16 avril 2004,

- Mikael Bodlore-Penlaez qui met en place une pétition en ligne « .bzh, une extension internet pour la région Bretagne » sur le site web, www.pointbzh.com, le 15 mars 2006,

- Hervé Irvoas, adjoint à la culture à la mairie de Châteauneuf-du-Faou, qui préside en 2007 l'association « Un .bzh pour la Bretagne », créée le 9 mai 2006.

Puis, entre en scène le « Conseil régional de Bretagne » qui vote une résolution pour la création d'une extension .bzh des noms de domaine sur internet lors de la session du 14-15 et 16 juin 2006. Au cours de l'été 2006, une association, « Bretagne Prospective », se voit confier le dossier par le « Conseil régional de Bretagne », alors qu'elle venait solliciter un soutien pour la création d'une fondation bretonne[316]. Il existe deux types de discours relevés dans le cadre des entretiens réalisés auprès de quatre acteurs. J-F. Le Goff, attaché parlementaire de Christian Ménard, Hervé Irvoas, président de l'association « Un .bzh pour la Bretagne », et Mikael Bodlore-Penlaez, webmasteur et initiateur de la pétition en ligne sur le site web www.pointbzh.com, avaient l'idée d'un .bzh avant de s'engager. L'association « Bretagne Prospective » est chargée par le « Conseil régional de Bretagne » de réaliser le dossier de candidature, sans en avoir eu l'idée.

Le « Conseil régional de Bretagne » assure une transition. Auparavant, les actions étaient individuelles, répondant à des stratégies élaborées à partir des ressources et des outils disponibles des acteurs (lettre aux ministres pour un élu, pétition en ligne pour un citoyen maîtrisant l'outil web). La première demeure confidentielle, la seconde devient médiatisée puis collective par l'arrivée des internautes. La visibilité est accrue par le web. Pour asseoir la paternité du projet, une association est créée. Mais cette association ne permet-elle pas également une légitimité, dans le sens où sans cette structure définie ou reconnue, la parole serait moins forte et pérenne ? L'entrée en scène de l'acteur politique régional apparaît comme un atout pour la pérennité du projet, pour sa légitimité, et pour favoriser un accord entre les différents acteurs du projet.

[316] Cf. Annexes DVD. Entretien avec Christian Demeuré-Vallée, chargé de mission, association « Bretagne Prospective », le 18 avril 2008.

3) La mobilisation et la composition des acteurs sur le projet « .bzh »

La troisième phase est l'appui politique, apparaissant comme indispensable, d'une part pour donner une cohérence par rapport à une genèse éclatée et d'autre part pour fournir une crédibilité au projet. Le projet .bzh acquiert « une charge politique [317]», selon la définition d'É. Neveu, par cette intervention politique. Elle rassure face à des acteurs dispersés et quand il est demandé une participation financière aux acteurs. En juin 2006, le « conseil régional de Bretagne » vote une résolution pour la création d'une extension .bzh des noms de domaine sur Internet. Mais contrairement à d'autres mouvements sociaux, cet acteur politique qu'est le « Conseil régional de Bretagne » ou les élues[318] qui soutiennent le projet ne sont pas responsables du problème. Dans le même temps, cette « charge politique » confère une légitimité auprès des acteurs susceptibles de participer au projet[319].

Pour l'ensemble des personnes que nous avons rencontrées en entretien, le vote de cette résolution permet de fédérer les acteurs autour d'un projet commun qui dépasse les clivages politiques, et également, met fin à la revendication de la « paternité » du projet. Toutefois, les discours entre acteurs politiques et les citoyens sur le projet ne s'équivalent pas. La résolution du « Conseil régional de Bretagne » repose par exemple sur une acception large de la communauté bretonne, ouverte à tous les domaines d'activités et dépassant l'unique soutien à la langue et à la culture[320]. Mais en n'étant pas l'initiateur du projet, il doit composer avec une définition plus militante de ce que les acteurs définissent comme un site web en .bzh ou un site web breton, voire en breton. En effet, sur le site web de la pétition en ligne, le « militantisme » breton apparaît dans le discours. Cette extension .bzh est un choix réservé « aux sites Internet faisant référence à la Bretagne, sa culture et/ou sa langue qu'ils soient situés en Bretagne ou non. (…) En ce sens, il ne s'agit pas d'une extension régionale pour la Bretagne mais bien d'une extension culturelle pour la langue et la culture bretonne! », selon ce qui est écrit sur le site web, *pointbzh.com,* en 2007.

[317] Érik Neveu, *La sociologie des mouvements sociaux*, p. 12.

[318] Ce projet a été soutenu par une élue de L'Union pour un mouvement populaire (UMP), Françoise Louarn, suppléante de Christian Ménard, et une élue de l'Union Démocratique Bretonne (UDB), Naïg Le Gars, députée Finistérienne. Ces deux élues sont demeurées présentes dans la troisième phase du projet.

[319] Cf. Annexes DVD. Entretien avec Christian Demeuré-Vallée, chargé de mission, association « Bretagne Prospective », le 18 avril 2008.

[320] Conseil régional de Bretagne. Résolution pour la création d'une extension .bzh des noms de domaine sur internet. Session des 14, 15, 16 juin 2006, 3 pages.

La résolution votée [321] en juin 2006, mentionne le fonctionnement du système de nom de domaine, l'obtention par la Catalogne du .cat et en dernier lieu, les conditions de création d'un .bzh en Bretagne. Si cette « revendication (…) est aujourd'hui réaliste [322]», l'expérience Catalane montre les limites d'un tel projet en Bretagne. La définition de la notion de communauté bretonne doit être élargie et reposée « sur une conception ouverte de notre identité [323]». De même l'abréviation « bzh » signifiant Breizh en breton réunifié, ou Bretagne en français, « porte en elle les ambiguïtés du contexte même de son apparition, elle ne peut aujourd'hui ni être appropriée par quelque mouvance que ce soit, ni être l'expression d'un repli identitaire. [324]» Outre la culture et la langue, cette extension est présentée dans cette résolution comme un « vecteur d'image, un outil de communication et de promotion de la Bretagne dans sa diversité [325]», c'est-à-dire touchant tous les domaines d'activités notamment économiques et touristiques. La difficulté de la gestion de ce type de noms de domaine est également soulignée. La résolution votée se compose de quatre points :

- un soutien au projet « dans une conception large et ouverte de l'identité bretonne »,
- une évaluation technique et économique du projet à partir de l'expérience Catalane et des organismes de référence, AFNIC et ICANN,
- un soutien à la création d'une fondation .bzh pour présenter le dossier de candidature et assurer le lobbying, mais également à terme gérer l'extension,
- un soutien financier lors du démarrage de cette fondation à hauteur de vingt à trente pour cent de son budget.

Dans le même temps, le « Conseil Régional de Bretagne » ne souhaite pas être le seul financeur et soulève les obstacles au projet :

- définir la notion de communauté bretonne et justifier l'usage de ces trois lettres « bzh »,
- évaluer la faisabilité du projet et mettre en place les structures pour gérer ce type d'extension,
- et, le coût de ce projet.

La troisième phase démarre à l'initiative du « conseil régional de Bretagne » en février 2007, et débouche sur la mise en place d'un comité de pilotage et d'une étude de pré-faisabilité par « Bretagne Prospective » dont nous détaillerons les éléments dans la

[321] Conseil régional de Bretagne. France. Résolution pour la création d'une extension .bzh des noms de domaine sur internet. Session des 14, 15, 16 juin 2006, 3 pages.

[322] *Ibid.*

[323] *Ibid.*

[324] *Ibid.*

[325] *Ibid.*

communauté imaginée pour porter le projet. Les actions menées sont conduites selon quatre objectifs:

- une mobilisation des acteurs bretons à l'échelle régionale et internationale,
- un lobbying auprès de l'ICANN et du gouvernement français,
- un opération de communication,
- des échanges avec les porteurs de projets Catalans, Gallois, Basques, Galiciens etc.

Contrairement à de précédents projets portés par des acteurs bretons, l'aboutissement ne se résume pas à une négociation entre élus régionaux et nationaux. Les champs d'actions se situent à trois niveaux, régional, national et international. Au lobbying s'ajoute la médiatisation du projet par des opérations de communication, voire une opération marketing pour convaincre les acteurs de s'associer au projet. Cet argumentaire s'adapte en fonction des événements : après le marketing territorial, en 2010, la dernière voie serait l'économie numérique sur *www.pointbzh.com*.

L'union du territoire par une technique a été opérée par l'écriture, par une graphie. Cette graphie a permis le braconnage sur d'autres supports : un macaron « BZH » en lieu et place du macaron national officiel « F » sur les véhicules routiers. Cette graphie est utilisée sur le web avec le breizh.bz et le bzh.bz des adressses de sites web. Cette union, voire cette structuration des acteurs ne se font pas sur le web uniquement par les acteurs humains, mais par une technique dont les critères ne sont plus ceux de la langue à une échelle nationale, mais d'une communauté à une échelle internationale. La communauté n'est pas virtuelle, par le biais de reconnaissance d'un destin commun des acteurs mais par une réponse à une liste de critères définis par l'ICANN. Ce projet de communauté sur le web conduira tout le questionnement sur la structuration de communauté sur le web en lien avec un territoire et la possible institutionnalisation du web. La généalogie de ce projet questionne le rôle des acteurs : quelle différence entre le web et le territoire « physique » ?

4 - 3 - Demande sociale et/ou politique ?

Ce projet de domaine en .bzh nous amène à considérer, un territoire sur le web, s'il existe, non comme un territoire maîtrisé et centralisé mais seulement comme un construit et un composé.

Anne-Marie Thiesse montre que la création des nations a émané de quelques individus, qui échangèrent à un niveau européen. La naissance de la nation ne traduit pas alors l'idée d'appartenance à une religion, ou à un état, ni d'assujettissement à un souverain, mais la

conception d'une *« (...) communauté large, unie par des liens (...)* [326]*»*. Aujourd'hui, autour des TLD, une poignée d'individus porteurs des projets .cat (Catalogne), .bzh (Bretagne), .cym (Pays de Galles), .eus (Pays Basque) échange sur les manières de correspondre aux critères de l'ICANN. À partir des échanges européens sur les TLD, une poignée d'individus définit le principe d'existence d'une communauté sur le web. Selon Anne-Marie Thiesse, les acteurs de la construction des nations tentent de collecter les matériaux venus des ancêtres dans la mémoire collective. Dans le cadre des TLD, le but est de prouver l'existence d'une communauté non-territoriale ou a-territoriale, « une communauté large, unie par des liens » a-territoriaux selon des critères définis par un organisme international de gestion d'un outil technique, l'ICANN, qui était sous la tutelle du Secrétaire d'État américain au Commerce par l'accord appelé « Joint Project Agreement »[327] jusqu'au 30 septembre 2009. La définition de la communauté pour l'obtention de l'extension à caractère linguistique et culturel pourrait à terme définir ce qu'est le web breton, et peut-être contribuer à une redéfinition du terme territoire.

Néanmoins, il existe une autre étape au niveau des acteurs pour que le projet se réalise. *« La nation naît d'un postulat et d'une invention. Mais elle ne vit que par l'adhésion collective à cette fiction.*[328]*»* Ainsi, au XVIIIe siècle, la collecte du passé a été entreprise et en l'absence d'écrits parvenant des siècles passés, il fallait sélectionner quels ancêtres pouvaient fournir les matériaux, *« voire trouver d'hypothétiques ascendants communs aux Auvergnats et aux Normands (aux Souades et aux Saxons, aux Siciliens et aux Piémontais).*[329]*»* Plutôt qu'un simple inventaire, selon Anne-Marie Thiesse, ces acteurs ont eu recours à l'invention. Dans toute l'Europe, dès le XVIIIe puis de manière plus accentué au XIXe, chaque acteur d'un État recherchait le passé susceptible de faire advenir la représentation de la cohésion nationale. « *Tout le processus de formation identitaire a consisté à déterminer le patrimoine de chaque nation et à en diffuser le culte.*[330]» L'un des événements, où les identités étaient affichées, était les expositions internationales. Anne-Marie Thiesse parle de lieu de « commerce symbolique » entre les Allemands, les Russes, les Français, les Espagnols, les Danois. Aujourd'hui, le modèle est Catalan .CAT, le nom de domaine vient remplacer l'exposition

326 Anne-Marie Thiesse, *La création des identités nationales*, Paris, Éditions du Seuil, 1999, pp. 12-13.

327 Cette tutelle du département du commerce américain a pris fin le 30 septembre 2009 dans le cadre des nouveaux statuts de l'ICANN. ICANN, The Affirmation of Commitments, – What it Means, [en ligne], 30/09/2009, disponible sur <http://www.icann.org/en/announcements/announcement-30sep09-en.htm#affirmation>.

328 Anne-Marie Thiesse, *La création des identités nationales*, Paris, Éditions du Seuil, 1999, p. 14.

329 Anne-Marie Thiesse, *op cit,* p. 13.

330 Anne-Marie Thiesse, *op cit,* p. 13.

universelle. Toutefois est-il possible qu'une adhésion collective à une fiction advienne à partir de ce seul référent ?

Au niveau du territoire, l'acteur de l'adhésion à la fiction était politique. L'acteur politique ou l'institution l'a portée à travers des récits et des figures. Elle se compose d'emblèmes territoriaux, de valeurs, d'idées, de pratiques sociales, le but étant d'assurer l'appropriation du territoire par les habitants. En ce sens, le territoire devient figurable et autorise les acteurs politiques à travailler *« l'imagibilité du territoire et des lieux, aires, réseaux (ceux de transport, par exemple) qui le composent*[331]*».* La carte, les images, les guides touristiques, les ouvrages d'érudition, les textes de spécialistes des espaces et de leurs aménagements sont les exemples proposés par Michel Lussault qui permettent de donner au territoire une figure d'actant. Ainsi, la praxis du territoire se décline en iconographie et en récits qui assurent la diffusion du modèle. L'histoire s'inscrit dans la continuité territoriale. *« Chaque scansion spatiale représente et manifeste la saillance d'un épisode historique significatif sur la prégnance du flux temporel.*[332]*»* Mais comme nous le montrerons ces éléments dépassent ce simple ordonnancement du territoire par le politique, ils renvoient à des cartes mentales, à des objectifs, à un principe à la fois de nomination et de visualisation du territoire de l'acteur devenu éditeur sur le web. Dans le même temps, en Bretagne, le patrimoine et sa diffusion par le web sont développés par le « Conseil Régional de Bretagne » sous la forme d'un projet de « bibliothèque numérique bretonne ». Il existe donc une tension entre ce que les éditeurs peuvent proposer sur le web et une politique publique sur le web mise en place par un Conseil régional. Pourtant ces acteurs pourraient se rencontrer.

Dans le cadre du projet .bzh, qui prend son ampleur et son écho médiatique par une pétition mise en ligne sur le web, le Conseil Régional de Bretagne a été sollicité pour voter une résolution. Le projet .bzh « prend une charge politique. Un mouvement qui fait appel aux autorités politiques (gouvernement, collectivités locales, administration…) pour apporter, par une intervention publique, la réponse à une revendication qui impute aux autorités locales la responsabilité des problèmes qui sont à l'origine de la mobilisation.[333] » Le problème est que ni le « Conseil Régional de Bretagne », ni l'État français ne sont les uniques responsables du problème. Le problème est celui de la gestion des noms de domaine à un niveau mondial. Pourtant ce projet est repris à un niveau politique local, puisque dans le programme de campagne de 2010 du Parti Socialiste dont un membre assure la présidence du « Conseil

[331] Michel Lussault, Territorial, in Jacques Lévy, Michel Lussault (sous la dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, p. 918.

[332] Michel Lussault, Territorial, in Jacques Lévy, Michel Lussault (sous la dir.), *op. cit.*, p. 918.

[333] Érik Neveu, *La sociologie des mouvements sociaux*, p. 12.

régional de Bretagne », il est proposé : « Pour chaque breton, une adresse internet en « .bzh ». De ce fait, ce projet devient territorial, puisque chaque Breton dans un programme d'élection sous-entend la région administrative, c'est-à-dire à quatre départements, ce qui ne correspond pas aux critères de l'ICANN, puisque seuls les pays avec le code ISO 3166 peuvent avoir un code-pays. Mais ne serait-ce pas un récit justificateur ? *« Cette monorationnalité, c'est en somme le récit fictif traditionnel de la décision. […] Ce récit justificateur, et qui revient toujours, nous indique la piste à suivre : la décision est inséparable de la politique symbolique de légitimation, inséparable du récit qui la met en avant et lui attribue le rôle de sujet. [334]»* La décision est maîtrisée par le politique, dans ce cas, le politique maîtrise la faisabilité du projet « BZH ». *« Les décisions ne deviennent réalisables qu'en tant qu'elles sont traduites, légitimées auprès des foules, en termes de pouvoir. [335]»* Mais avant de pouvoir asseoir un pouvoir politique, si une communauté autour du .bzh peut advenir, alors elle devra prendre au préalable, selon notre hypothèse, la forme développée par B. Anderson, d'une communauté imaginée[336], comme le fut en son temps la nation à travers notamment la diffusion par l'imprimé de la langue vernaculaire, de la langue du pays.

Dans le même temps, la question de la collecte du passé n'est pas résolue. Dans une société tournée vers l'innovation le patrimoine pose problème, il est présent tout en demeurant dans le passé et en assurant un lien avec ce passé. Jean Davallon parle d'un mode et d'un rapport topologique et non plus linéaire. Le topologique doit être compris comme la qualification de quelque chose de non-linéaire, une absence de continuité, par exemple, passé-présent-futur. Un objet du passé présent dans un musé est la présence du passé dans le présent, et une présence du présent dans l'environnement passé de l'objet. Or outre l'action politique dans le projet de nom de domaine, la graphie « Bzh » apporte avec elle son passé pour mettre en mouvement la future communauté « bretonne » sur le web. Le rapport est topologique et non linéaire. *« Cette ampleur du mouvement de retour sur le passé produit un mode de rapport au passé qui est non pas cyclique ou linéaire, mais topologique. Lorsque l'opération réussit, les objets patrimoniaux sont, en tant que présence du passé, les opérateurs de cette continuité. [337] »* Jean Davallon traite du musée et de l'objet patrimonial. De ce fait l'exposition, comme « lieu d'expression sociale » est importante pour la fonction de représentation de l'objet. *« Ce n'est ni le passé qui est célébré comme tel, ni l'objet, mais l'opérativité de celui-ci en tant que médiateur capable de nous mettre en relation avec son*

[334] Lucien Sfez, *Technique et idéologie*, pp. 86-87.

[335] Lucien Sfez, *op cit,* p. 90.

[336] Benedict Anderson, *L'imaginaire national*, p. 19 et suiv.

[337] Jean Davallon, *Le don du patrimoine*, Paris, Hermès-Lavoisier, 2006, p. 118.

monde d'origine. [338] *»* Dans le même temps, cet objet met en mouvement et il est attaché dans le sens que nous avons déjà développé à propos de l'attachement territorial. De ce fait, sur le web, les objets du passé, d'un passé récent que sont le Gwenn-ha-du, mais également la langue, ou le signe « BZH » rencontrent l'histoire, la mémoire et le patrimoine au sein du web.

Nous ne traitons pas du patrimoine mais de ces signes transposables du territoire au web, de leur circulation à partir des sites web, et de leur mode de prise en charge. Avec l'institution cette prise en charge pouvait définir une « communauté de sens » selon Lucien Sfez. *« La communauté de sens relève de l'histoire et de l'opération symbolique. La communauté de sens est donc une communauté d'arrière-plan fondée sur des mémoires communes et entretenue par le système institutionnel, qui a pour charge de la transmettre.*[339] *»* Ainsi, dans la communauté de sens, le système institutionnel prend en charge la transmission. Cependant dans le cas du web, les acteurs ne sont pas uniquement institutionnels. Quand l'acteur est institutionnel, il prend en charge la transmission sans l'adapter pas aux modalités du support. Le web contrairement à l'écrit n'est pas uniquement la conservation, contrairement au média de broadcasting, il n'est pas uniquement de la diffusion, il est également échange et circulation, topologie du réseau internet. Outre une transmission qui apparaît moins institutionnelle sur le web, le .bzh a permis de se focaliser sur le rôle d'un signe simple. Mais nous avons constaté sur le web une prolifération de signes.

4 - 4 - Transposition de la « fiction instituante » ?

Ainsi, les acteurs sont multiples et les signes également. La composition d'un territoire sur le web doit associer acteurs et signes. En effet, nous avons relevé jusqu'à 225 accessoires différents sur les pages web. S'agit-il d'un travail incessant de reconstruction, de rapiècement, de rétablissement patient à partir de restes, nommé an-entropie par Anne Cauquelin[340] ? Dans ce cas, ces signes transposés mettent en place une imagerie, une juxtaposition des attachements qui donneront dans le cadre de l'analyse une classification, une analogie, des images, des discours créant taxinomies et topologies[341]. Cependant nous devons établir clairement ce qui semble se modifier avec le web, en reprenant le modèle établi par Lucien Sfez dans le territoire « physique ».

---

[338] Jean Davallon, *Le don du patrimoine*, p. 125.

[339] Lucien Sfez, *Critique de la communication*, Paris, Éditions du Seuil, 1992, p. 458.

[340] Anne Cauquelin, *Petit traité du jardin ordinaire*, Paris, Payot, 2003, p. 41.

[341] Pierre Musso (et al.), *Fabriquer le futur*, Paris, Pearson Education France, 2005, p. 11.

Avec le projet .bzh, le web, le réseau pourrait permettre une structuration de cette imagerie, la création d'un imaginaire voire d'une fiction, en reprenant les concepts de Lucien Sfez[342]. Le réseau deviendrait alors une « technologie de l'esprit » selon l'expression de Lucien Sfez empruntée par Pierre Musso, une sorte de procédé canonique de raisonnement, de schème de pensée, de façon de penser dominante à une époque, ayant de ce fait, valeur de paradigme[343]. En ce sens, il permettrait de définir un nouveau principe de légitimité, de pouvoir.

Sous cet apparent éclatement demeurerait un attachement territorial. L'attachement territorial n'est plus seulement spatial, territorial ou géographique mais dans d'autres formes de territoire, sortes de médiations entre territoire « physique » et web. Cependant, peut-on véritablement définir un territoire sur le web ? La notion de réseau confondue dans les objectifs de chacun des sites web ne serait-elle pas un moyen et un outil, une technologie de l'esprit permettant de gérer la complexité tout en affichant une cohérence ? Afin de mieux comprendre notre problématique et la thèse que nous défendons, nous allons présenter plus précisément les concepts et notions utilisés par Lucien Sfez pour étudier le rapport technique et société, que nous adapterons pour étudier le rapport territoire et réseau.

La forme symbolique serait le lien entre deux régimes : le régime sensible et le régime intellectuel, entre sensibilité et savoir-faire. Ces régimes sont déduits à partir du terme de posture, comme mode comportemental. « *Ces postures variées proviennent d'une vision du monde qui les sous-tend. Or ces visions du monde sont des formes compréhensives, comme le dit Cassirer, formes qui lient entre eux deux régimes de perception : le régime sensible et le régime intellectuel. La manière dont ces deux régimes se composent entre eux peut être nommée forme symbolique. Ainsi notre vision du monde dépend-elle d'un mode déterminé de liaison, d'une forme déterminée de symbolisation.* [344]» La forme symbolique devient une forme généralisée et envahissante qui agit comme un filtre, voire qui crée un cadre symbolique comme seul moyen d'appréhension de la réalité [345]. Face à l'an-entropie sur le web, l'image symbolique serait donc la construction portée par la fiction. Précédemment, avec Anne-Marie Thiesse, la nation était définie comme une fiction, l'adhésion collective à une fiction[346]. D'après Lucien Sfez, la fiction assure le fil de l'histoire, elle est décisive [347].

[342] Lucien Sfez, *Technique et idéologie*, 321 pages.

[343] Pierre Musso*, Critique des réseaux*, Paris, PUF, 2003, p. 239.

[344] Lucien Sfez, *Technique et idéologie*, p. 26.

[345] Lucien Sfez, *Critique de la communication*, p.18.

[346] Anne-Marie Thiesse, *La création des identités nationales*, Paris, Éditions du Seuil, 1999, p. 14.

[347] Lucien Sfez, *Technique et idéologie*, Paris, Éditions du Seuil, 2002, p. 122.

Elle comble le vide. Le symbolique, quant à lui, construit l'identité, ce qui le différencie de l'imagerie. *« Or le symbolique ne s'institue ni ne s'instaure sur le semblable ; pour le relier, voire fusionner des images dans une identité qu'il construira, il faut des hiatus, des dissemblances et, en quelque sorte, du vide. Fondamentalement, son insistance ne s'exerce qu'à jeter des ponts au-dessus du manque.* [348]*»* À partir de ce symbolique, Lucien Sfez distingue l'imaginaire sur lequel le symbolique pourra insister car les images sont éparpillées. Et, quand elles proviennent d'une même source, elles sont une imagerie. *« Mais quand une imagerie, c'est-à-dire une collection d'images venues d'une même source, s'installe dans la positivité, il n'y a aucune issue vers la symbolisation possible.* [349]*»* En ce sens, il existe deux types de symboles : celui qui a sa propre dynamique et celui qui ne fait qu'arrêter une signification. *« Ce n'est pas un symbole actif opérant (opération symbolique), c'est seulement une image symbolique.*[350] *»*

Nous devrons cependant dépasser ce cadre unique de la fiction instituante telle que posée par Lucien Sfez. Nous tenterons de comprendre la dynamique des signes, leur capacité à attacher à un territoire et à circuler, à être opérants, et ce qu'en font les acteurs. La capacité de ces signes à circuler sur le web, et entre le territoire et le web, est l'une des clefs pour comprendre le passage de l'image symbolique, de l'imagerie bretonne sur le web à une fiction circulante que nous définirions. Nous voulons montrer que sur le web, l'enjeu consiste à aller d'une fiction instituante portée par le politique vers une fiction circulante gérée et accompagnée par le politique. La fiction instituante se lie à la capacité à symboliser selon Lucien Sfez. Un caractère essentiel par lequel la fiction devient instituante, c'est sa capacité à symboliser. *« Symboliser, c'est-à-dire unifier sous un seul registre les différentes composantes d'une société : les diverses activités, les divers corps, ceux qui gouvernent et ceux qui sont gouvernés, les intentions, les usages et les comportement des individus, les valeurs qui les animent.* [351]*»* Mais cette société dont parle L. Sfez est circonscrite, or, comme nous le montrerons, le web ne l'est pas. La fiction ne devient instituante que par le passage de l'image symbolique à l'opération symbolique. Nous pourrions émettre l'hypothèse que l'image symbolique accompagne la transformation, mais n'assure pas la mise en ordre, elle ne fait pas émerger un critère commun présent dans l'opération symbolique. L'image symbolique dans le cadre du « web régional breton » pourrait être cet intérêt commun à construire, cet intérêt à partager des valeurs, dont aujourd'hui, le travail est celui de la

[348] Lucien Sfez, *Technique et idéologie*, p. 153.

[349] Lucien Sfez, *op cit,* p. 153.

[350] Lucien Sfez, *op cit,* p. 153.

[351] Lucien Sfez, *op cit,* p. 265.

reconstruction, du rapiècement, du rétablissement de restes (mémoire, langue, solidarité…) sur le web. Lucien Sfez l'énonce ainsi au sujet du rapport technique et société. *« Nous en dirons autant concernant la technique et le rôle révolutionnaire qu'elle prétend jouer dans nos sociétés contemporaines : les images symboliques, avec les métaphores qui les soutiennent, sont fort nombreuses ; elles sont là pour nous aider à franchir le hiatus et à jeter un pont entre l'ancien et le nouveau monde, et surtout pour nous familiariser avec des outils que nous appréhendons que difficilement et par la pratique. Elles entreprennent de fonder pour nous la légitimité de la technologie en recourant aux images de notre patrimoine intellectuel.* [352]*»* La fiction instituante traverse et unifie, ce que ne fait pas l'image symbolique. La fiction instituante a une visée d'intérêt commun et est porteuse de valeurs[353]. Pour comprendre la fiction instituante, Lucien Sfez propose de comprendre le couple instituant/institué à partir des travaux de Maurice Hauriou. La définition d'institution proposée par Maurice Hauriou met en avant certains traits :

« - l'institution est une réalité sociale séparable des individus ;

- *un phénomène extérieur de reconnaissance est indispensable (Hauriou donne l'exemple de la reconnaissance d'un État nouveau sur la scène internationale : il doit rentrer « dans l'ordre général des choses ») ;*
- *l'institution est une organisation sociale qui doit durer ; sa permanence est assurée par l'équilibre interne des forces et survit donc à son fondateur ;*
- *ce sont des artifices ingénieux, […], qui assurent cet équilibre ;*
- *les manifestations de communion se développent autour des sentiments moraux et des principes de conduite inspirés spécialement par un idéal de justice ; mais il y a aussi des forces brutales, des besoins et des intérêts pressants.* [354]*»*

L'institution n'est pas statique mais un organisme vivant, mais les membres acceptent un ordre, une force de domination. Pour Lucien Sfez, la technique n'est pas instituante car elle n'organise pas, elle ne perdure pas, elle n'a pas d'équilibre. Nous pouvons constater des différences avec le web. Dans le cadre du web, qui n'est pas circonscrit comme une société, le centre est indéterminé, les limites sont floues, la limite entre territoire et web est poreuse. Mais certaines entités sont circulantes, elles circulent et elles attachent. Ne conviendrait-il pas de gérer ces entités ? Nous chercherons à montrer la construction d'une image symbolique sur le web par les acteurs. Mais sera-t-il possible de considérer le « Conseil régional de Bretagne » comme un acteur ayant la capacité d'instituer le web, de mettre en place une fiction instituante ? Nous rappelons les trois conditions de la fiction instituante que sont :

-une unification de toutes les composantes du corps social par la fiction ;

[352] Lucien Sfez, *Technique et idéologie*, p. 267.

[353] Lucien Sfez, *op cit,* pp. 263-264.

[354] Lucien Sfez, *op cit,* pp. 255-256.

- un intérêt général comme « essence du politique » ;
- un partage de valeurs[355].

Ce qui se compose sur le web relève-t-il alors d'une imagerie ou d'une tentative de structuration d'une image symbolique ? Plutôt que de répondre à cette question, nous avons choisi de dépasser Toutefois, la thèse défendue dépasse la question de la fiction instituante pour interroger la question de la circulation, et tenter de définir une nouvelle forme de fiction prenant en charge la circulation et non la domination. La « communauté bretonne » sur le web serait ainsi créée par le .bzh. Afin de rendre cohérente cette communauté, il faudrait prendre en charge un passé à travers une graphie qui a sa propre histoire et tenir compte d'une technique et de son organisme de régulation qui ont leurs propres contraintes. *« On ne parle jamais autant de communication que dans une société qui ne sait plus communiquer avec elle-même dont les valeurs se délitent, que des symboles trop usés ne parviennent plus à unifier. Société centrifuge, sans régulateur. [356]»* Or une forme d'union est envisageable dans ce projet .bzh, signe transposable de la communauté bretonne. La fiction devient donc une « habitabilité » du présent sur le web. La fiction paraît indispensable pour structurer, unifier. Le changement de support du Gwenn-ha-Du, de la langue, de la graphie « BZH » les ferait devenir les opérateurs de cette fiction. Ainsi l'absence d'adhérence entre réseau et internet laisse place à des signes, qui changent de connotation et qui circulent, participant à la mémoire, à la médiatisation d'un territoire sur le web. Mais en vue d'atteindre la différenciation, la notoriété, la communauté est imaginée, redéfinie, elle se compose sur le web face à ses contradictions. Face à cette multiplicité, la structuration par un acteur politique, une institution est-elle possible, voire souhaitable?

En somme, cette première partie nous amène à mettre en évidence un déplacement dans la dialectique réseau et territoire. Nous essayerons de mettre en perspective ce déplacement pour conclure cette première partie à partir des termes territorialiser et territorialisation.

Ainsi territorialiser, à partir de notre problématique, reviendrait à constituer une image symbolique sur le web, maîtrisée par un acteur, qui assure sa légitimité, son pouvoir. Dans le cadre d'un web « régional », cette définition d'une image symbolique ne ferait que reposer sur la contiguïté de la multiplicité des mises en scène, des scénarios de sites web, de récits sur les lieux. Suffit-il pour territorialiser de déposer une couche supplémentaire de représentations, de récits, d'images, de signes sur le web? Il s'agit de distinguer les circulations des signes entre sites web (les liens hypertextes et topologie du web), les pratiques des acteurs en lignes (mises en scène sur les sites web) qui forment un attachement collectif. Puis, il convient

[355] Lucien Sfez, *Technique et idéologie*, pp. 263-264.

[356] Lucien Sfez, *Critique de la communication*, p. 28.

d'analyser le passage de l'imaginaire, de la signification propre à un site web et de juxtaposition d'images sur différents sites web au partage de significations, des conventions entre différents sites web. La territorialisation[357] deviendrait un moyen de mettre en évidence les repères provenant du territoire et transposables sur le web.

Face au corpus « web régional », au projet .bzh, la question initiale du rapport territoire et réseau est reposée. Le territoire administré, borné par un acteur politique, n'a plus de centre, il est multiple. Le réseau n'est plus un réseau de diffusion unidirectionnel mais un réseau sur lequel circulent des signes mis en ligne par de multiples acteurs. Mais qui porte la légitimité ? Qui se la réapproprie au sein du territoire « physique » ? Avant de répondre, nous allons essayer de trouver et de comprendre les procédés, les liaisons, les médiations qui se mettent en place. Au lieu de nouer des grands espaces, un tout entre réseau et territoire, nous devons comprendre la mise en place, la mise en œuvre, le « faire-agir »[358] de petites entités. La graphie « BZH » est un exemple de faire-agir d'acteurs politique et non-politique entre web et territoire « physique ». Le territoire se compose entre un engagement individuel, une volonté politique à l'échelle locale et un organisme de gestion internationale par la création dans cet exemple d'une fiction de « communauté bretonne » sur le web. En dépassant la circulation pure et l'ancrage territorial, et en s'intéressant à la construction des nations, le temps est devenu une variable dans la construction d'un territoire. Dans le même temps, les signes ont également pris une charge temporelle. En voulant définir le site web, nous avons dû peut-être temporairement nous éloigner de la définition du terme lieu, afin de nous intéresser à la reprise de traits caractéristiques des lieux traditionnels selon Anne Cauquelin sur le web[359]. Or ces traits caractéristiques sont selon nous des signes. Ainsi, alors que le premier rapport réseau et territoire tendait vers une dématérialisation et une a-territorialisation de données (au sens du terme anglais data), transmissibles par des réseaux, et où les territoires semblaient disparaître, nous tendons vers une transposition de signes du territoire au web. Notre proposition est de comprendre la circulation et l'attachement sans prédominance de l'un et de l'autre et de reposer la question qui termine toutes les définitions du terme territoire ou réseau, sous diverses appellations, que sont représentation, légitimité politique, domination symbolique. Autrement dit, circulation et attachement peuvent-ils participer à la structuration du web, d'un « web régional » ? La légitimité doit dépasser l'agrégat, et face à la complexité, elle ne pourra dupliquer le territoire « physique » sur le web. Ainsi, la légitimité résiderait-elle dans la gestion de ces signes ?

---

[357] Jean-Marc Offner, Pumain, Denise (sous la dir.), *op. cit.,* p. 179.

[358] Bruno Latour, Factures/fractures : de la notion de réseau à celle d'attachement, in André Micoud, Michel Péroni, *Ce qui nous relie*, Paris, Éditions de l'Aube, 2000, p. 191.

[359] Anne Cauquelin, *Le site et le paysage*, Paris, PUF, 2002, p. 26.

PARTIE II.

La construction d'un « web régional breton » par les acteurs et par le chercheur

Dans cette seconde partie, nous nous intéressons à la constitution et à l'analyse d'un corpus intitulé « web régional », restituant les propriétés d'un « web breton ». La démarche empirique proposée dans cette partie repose sur un aller et retour constant entre nos catégories pour penser, découper et étudier un « web régional » et ce que « font » les acteurs sociaux. L'objectif étant de séparer ce que construisent les acteurs sur le web, leur méthode de classement par exemple des liens hypertextes dans une liste sur un site web et ce que nous construisons, comme objet d'investigation, ce corpus « web régional ». En effet, nous ne pourrions pas reprendre telle quelle une rubrique de liens hypertextes intitulée « le web breton » puisqu'en définissant ces catégories, les acteurs construisent alors des cadres, portent un regard, utilisent des procédés. Comme un algorithme utilisé par un moteur de recherche pondère les classements, un annuaire de sites web peut reprendre les catégories issues d'une classification propre à une institution ou à une organisation à laquelle est attaché l'éditeur. Dans le même sens, les professionnels du web peuvent développer une charte graphique ou des outils techniques qui leur permettent de créer un style de site web, un graphisme précis. Ces acteurs portent un regard et en rendent compte sur le web, ils opèrent une altération entre le territoire et le web. Nous tenterons d'expliquer les spécificités propres à chacune des cinq médiations que nous avons identifiées.

Ces cinq médiations humaines ou non humaines opèrent une altération entre territoire et web. Nous avions souligné que le site web ne peut pas être uniquement défini comme la projection d'une institution, d'une organisation sur le web. C'est pourquoi nous devons essayer de présenter ce que font les acteurs pour définir un « web régional breton » qui ne soit pas la projection, la duplication d'un territoire « physique ». Nous montrerons comment une adresse URL et un lien hypertexte jouent ce rôle de médiateur, de tiers dans la relation web et territoire au même titre qu'un réalisateur de site web entre dans la conception technique ou graphique d'une interface web. À partir d'un ensemble d'adresses URL extrait de listes de liens hypertextes présentées sur les sites web, il est envisageable de constituer un corpus « web régional ». La représentation sous forme de graphes[360] de ce corpus, nous permettra de questionner ce que nous supposons être des procédés en vue de « naturaliser » le web, non plus à l'échelle individuelle du site web, mais d'un ensemble de sites web.

Ces médiations sont présentées selon l'ordre dans lequel elles sont apparues au cours de la constitution de l'objet d'investigation.

[360] Le graphe est un ensemble de points nommés sommets, reliés entre eux par des flèches, appelées arcs. Les graphes sont utilisés pour représenter graphiquement les sites web (points) et les relations hypertextuelles entre ces sites web (les arcs).

La première médiation résulte de notre volonté de recenser les sites web « bretons ». Elle a consisté, comme toute pratique documentaire ou de recherche d'information, à utiliser les moteurs et annuaires de recherche et à comprendre leur démarche de classement.

La deuxième médiation provient d'un recoupement par nom entre les éditeurs de ces annuaires et les réalisateurs des sites web. En ce sens, des professionnels de la création de sites web sont apparus. Nous avons pu déterminer alors des domaines de compétences, des spécialisations pour ces réalisateurs.

La troisième médiation provient de notre souhait de connaître la répartition par extension, par suffixe (.com, .fr, par exemple) des noms de domaine des sites web. Au final l'adresse URL et sa mise en scène dès la barre d'adressage apparaissent comme un premier procédé de nomination et d'identification des éditeurs de sites web au sein du web. Nous verrons comment ce procédé outre le signe verbal qui le porte peut-être associé à un signe iconique, un logotype par exemple dans la barre d'adressage. Nous chercherons alors à déterminer comment cette adresse URL elle-même devient également un procédé d'attachement territorial, une médiation entre web et territoire.

Après l'adresse URL, la quatrième médiation est la carte, la géolocalisation de l'acteur sur le web ou d'une information non disponible sur des cartes papier. La carte est nommée procédé de nomination, d'identification et de visualisation (cartographique).

Enfin, la cinquième médiation sont les listes de liens hypertextes, qui à travers leurs formes et leurs dimensions discursives proposent un procédé de nomination et d'identification, en tant qu'adresse URL, et de mise en relation avec d'autres sites web. La sélection ou non, la présentation ou non d'un lien hypertexte permet de dégager des relations entre sites web, formalisées et représentées sous forme de graphes.

Ainsi, la présentation de ces travaux n'adhère pas à la définition par les acteurs d'un « web breton », mais à une présentation des pratiques des acteurs au sein du web. Comment le construisent-ils ? Quand l'annuaire de l' « Institut culturel de Bretagne » mentionne un ensemble de sites web comme un « web breton », il peut apparaître comme un donné. Or ce corpus « web régional breton » demeure un objet d'investigation loin d'être exhaustif. La mise en parallèle de cet outil d'investigation avec un territoire, considéré comme imaginé, pose toutefois la question de sa limite. De liens hypertextes en liens hypertextes, la méthode choisie n'aboutit-elle pas à une répétition ? Or, la borne territoriale exclut de fait ce que les acteurs nomment aisément dans les discours « la diaspora bretonne ». Comment les acteurs définissent-ils les sites web appartenant ou non au « web breton » ? Comment rendent-ils cohérent ce « web breton » ? Ces pratiques participent-elles à la territorialisation du web ?

1 - Chapitre 1 –

Construction d'un corpus « web régional » : approche empirique et méthodologique

Une des premières approches pour traiter la mise en relation d'un territoire et du web consiste à définir le nombre de sites web émis par les acteurs du territoire ou ayant pour thématique ce territoire. Même si l'isomorphie entre web et territoire n'apparaît pas pertinente - ce que nous tenterons de démontrer à travers ce corpus « web régional » -, existe-t-il des limites construites par les acteurs ou des frontières au sein du web ? Le territoire, auquel nous ajouterons l'adjectif « physique », peut-il être un référent pour l'usage des acteurs sur le web ?

L'approche méthodologique présentée dans ce chapitre montrera que la délimitation *stricto sensu* d'un espace borné, d'un territoire « physique » sur le web n'apparaît pas être une méthode pertinente d'appréhension et de gestion d'un « web régional ». Le flou, la porosité, voire la plasticité semblent être les maîtres mots des premières démarches de définition et d'analyse d'un web « régional » ou se référant peu ou prou à un territoire « physique ». Vouloir se référer et analyser un territoire « physique » au sein du web oblige à s'intéresser aux pratiques des éditeurs de sites web. Mais face à un corpus aux frontières floues, quelle méthode est-il envisageable d'utiliser pour le construire ? Comment décrire ce corpus ?

1 - 1 - Les structures de base d'un corpus « web régional »

Dans une approche plutôt isomorphique, l'échelle « régionale » du web reposerait sur une valorisation patrimoniale et touristique des lieux, c'est-à-dire que les « localités géographiques » seraient plus marquées que les « localités thématiques »[361]. Pour l'échelle bretonne du web, Daniel Thierry et Olivier Trédan ont montré, en 2005, que la mobilisation d'items renvoyant à l'identité bretonne par rapport aux identifiants toponymiques, culturels ou linguistiques était une méthode peu probante d'entrée sur les moteurs de recherche. Ils font état de peu de sites web faisant référence au territoire régional sauf pour la promotion de celui-ci. *« Les véritables territoires pertinents pour les internautes sont ceux qu'ils remodèlent au fil de leurs besoins et non ceux qui préexistent au seul niveau*

[361] Franck Ghitalla, Mathieu Jacomy, Analyse topologique du domaine web de la culture scientifique, technique et industrielle, in Dominique Boullier (sous la coord.), webCSTI Culture scientifique et technique sur le web : mesures des usages et dynamique d'un champ, rapport final mars 2007, p. 64.

géographique.[362]» Finalement, le territoire « physique » est-il une méthode pertinente d'approche du web, ou convient-il de dépasser la projection *stricto sensu* d'un territoire administré et de ces acteurs dans le web ? Pour constituer le corpus « web régional », nous nous sommes tout d'abord intéressés aux acteurs qui travaillent sur les usages et les infrastructures de réseaux internet en Bretagne. L'absence de données nous a obligés à étudier d'autres méthodes éprouvées par d'autres auteurs avant de construire notre corpus d'un « web régional breton ».

1) Face à l'absence de données à l'échelle régionale, quelles méthodes ?

Pourquoi est-il intéressant de recenser le nombre de sites web en Bretagne ou sur un thème en lien avec la Bretagne ? Nous admettrons que les sites web correspondent à ce que les individus font, à ce qu'ils créent sur le web. Ce web est la plupart du temps gratuit, accessible à tous les internautes. Connaître le nombre de sites web qui sont émis par les acteurs d'un territoire ou sur une thématique territoriale apparaît être l'un des premiers diagnostics de la taille du web à une échelle locale. Ce premier diagnostic portant sur la composition de la matière première de ce « web régional » en Bretagne, pourrait être un des premiers outils des politiques territoriales et locales dans ce domaine. Or, quelles sont les données disponibles au niveau régional ?

Un premier contact auprès de l'organisme MARSOUIN[363] qui s'intéresse en Bretagne aux usages des TIC pour obtenir un inventaire ou des données s'est avéré infructueux. Malgré des travaux de recherche sur les sites web, les blogs en lien avec la thématique Bretagne, cet organisme et ses membres ne disposaient ni de données, ni d'inventaire de sites web dits « bretons ». Il en a été de même auprès de l'association, la MEITO[364], qui anime, développe les secteurs de l'électronique, de l'informatique et des télécommunications dans la région Ouest et plus particulièrement, en Bretagne. Il est à noter dans le « panorama 2005 des Usages de TIC en Bretagne », édité par la Région Bretagne, que 81 % des communes bretonnes sont présentes sur le web mais que seulement 37 % le sont à travers un site web communal[365] sachant que 614 communes ont répondu à ce questionnaire. Le site web de la société « Médiamétrie » qui mesure l'audience des médias audiovisuels et interactifs ne fournit pas de

[362] Daniel Thierry, Olivier Trédan, Cyberespace et affirmation des identités territoriales, MARSOUIN, Cahier de recherche, avril 2005, n°4, p. 3.

[363] Môle Armoricain de Recherche sur la Société d'Information et les Usages d'Internet, site web disponible sur http://www.marsouin.org.

[364] Mission pour l'Electronique, l'Informatique, et les Télécommunications de l'Ouest, site web disponible sur http://www.meito.com.

[365] Conseil Régional de Bretagne, « Usages des TIC en Bretagne – Panorama 2005 », 2005, 34 pages, disponible sur http://www.region-bretagne.fr.

données sur des sites web de Bretagne. L'audience de ces sites web demeure trop faible par rapport au moteur de recherche *Google,* par exemple. L'exhaustivité d'un recensement, dans le cadre de ce travail reste inaccessible, ne sera pas atteinte[366]. Constituer un inventaire des sites web à l'échelle territoriale et thématique qu'est la Bretagne se heurte d'une part à une absence de données de la part des organismes officiels et d'autre part, à une absence de balisage de la provenance géographique des éditeurs de sites web.

Une autre démarche consiste à inscrire le réseau internet dans le territoire « physique ». L'internet est, selon cette conception, un réseau inscrit géographiquement et non dans le cyberespace, selon Gabriel Dupuy[367]. Derrière les acteurs et les opérateurs, cet auteur décortique les échanges et les flux, en repérant les canaux, les obstacles. Même si la dimension symbolique existe, il convient, selon l'auteur, de replacer l'internet dans l'espace familier des géographes, des élus, des décideurs par des représentations cartographiques pertinentes. Car le mythe du cyberespace serait entretenu par des chiffres flous et des tentatives de cartographies esthétiques. Cependant, nous ne cherchons pas à établir une cartographie des implantations d'infrastructures de réseaux sur les territoires mais à constituer un corpus « web régional » liant web et territoire. Or inscrire internet dans un territoire « physique » revient à nier quelque peu l'immatérialité des flux et leur fluidité dans des réseaux de communication électroniques dits invisibles. La dimension physique, matérielle des territoires et leur rugosité rattachée aux lieux, à l'histoire paraissent s'opposer à la fluidité des réseaux, selon Pierre Musso[368]**.** Ainsi outre les difficultés techniques ou les logiques commerciales des acteurs « physiques », la dualité fluidité/rugosité peut expliquer ce manque de données sur la répartition géographique des noms de domaines ou des cartographies d'implantation des réseaux techniques, par exemple. Attacher un site web à un lieu, une institution ou inscrire les pratiques des éditeurs de sites web dans un contexte spatial ou temporel, revient à nier quelque peu la fluidité assurée par ces réseaux. Cette constitution de corpus « web régional » et son analyse présenteront donc l'intérêt et les limites de cette méthode empirique et de cette analyse statique.

Outre l'approche territoriale de l'internet comme infrastructure, d'autres analyses se basent sur ce qui pourrait être nommé la diffusion territoriale de l'internet à partir d'un lieu. L'analyse du projet .bzh permettra de soulever les enjeux de la gouvernance d'internet à

[366] Il est à noter que des sociétés développent des technologies en ce sens. RTGI, société fondée en 2005 et issue du collectif « Réseaux, Territoires et géographie de l'internet » de l'Université de Technologie de Compiègne qui a développé une technologie d'étude du web avec l'usage de robots (crawler) parcourant le web à partir de serveurs, disponible à l'adresse http://rtgi.fr/, consulté 4 février 2008.

[367] Gabriel Dupuy, *Internet : Géographie d'un réseau*, Paris, Ellipses, 2002, 160 pages.

[368] Pierre Musso, Le cyberespace, figure de l'utopie technologique réticulaire, *Sociologie et sociétés*, 2000, vol. 32, n°2, pp. 31-56.

l'échelle mondiale, autour de l'ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers), organisme qui gère les noms de domaines et les adresses IP, et qui ne fournit pas de données en ce sens[369]. En effet, depuis 1996, le développement de l'usage des noms de domaines génériques (.org et .com) complexifie la répartition territoriale des sites web. Le nombre de noms de domaines à travers le monde est passé de 3,3 millions en juillet 1998 à 33 millions en janvier 2001, d'après les chiffres fournis sur le site web de Matthew Zook[370]. Matthew Zook[371] a effectué des recherches sur la mise au point et la réalisation graphique de cartes des utilisateurs et des noms de domaines. En décembre 2009, 111 889 734 noms de domaine étaient enregistrés en .org, .info, .biz, .net, .com. Il a notamment cartographié les mille premiers sites web des Etats-Unis classés selon leur adresse postale d'enregistrement par rapport à la base d'*Alexa.com*[372] en fonction du nombre de visites reçues, de l'audience. Nous pouvons également citer des travaux de recherche en France. Marina Duféal et Loïc Grasland[373] ont évalué la répartition des sites web méditerranéens par secteur d'activités sur le web et la répartition des sites web par ville en France à partir de l'annuaire *Yahoo !*. Andrée Fortin et Duncan Sanderson[374] dans leur recensement des sites web d'organismes de Trois-Rivières (Québec) présents sur le web utilisent également les annuaires comme *Yahoo !*.

Ces analyses, en prenant en considération l'implantation des infrastructures pour traiter des usages, reposent sur la projection de lieux, de secteurs d'activité d'un territoire défini et délimité sur le web. Selon Marina Duféal, chaque site web est un marqueur du territoire, c'est-à-dire qu'il contient un sens spatial et territorial au sens où il *« renseigne sur les lieux et les activités les plus réceptifs à la diffusion de l'innovation Internet »*[375]. L'auteur entre sur le web par les domaines d'activités, le web étant une « projection d'activités ». Cette méthode lui permet de présenter la diffusion du web à partir d'une projection des lieux et des secteurs d'activités dans le web. Les catégories ont été définies en fonction de l'histoire de ce réseau, de son développement dans le milieu de la recherche et de son ouverture au monde marchand et sociétal à partir de 1994. M. Duféal et L. Grasland distinguent en ce sens le web

[369] Michel Elie, Décrypter les chiffres de l'internet et Internet et développement global, in Annie Chéneau-Loquay (sous la coord.), *Enjeux des technologies de la communication en Afrique*, Paris, Éditions Karthala, 2000, pp. 101-128.

[370] Matthew Zook, sur le site web disponible à l'adresse http://www.zooknic.com/Domains/counts.html, il est possible de consulter des analyses et des chiffres récents sur la géographie des noms de domaines.

[371] Manuel Castells, *La galaxie internet*, Paris, Fayard, 2002, pp. 262-274.

[372] Alexa.com recueille des données sur la consultation des sites web à partir d'internautes qui ont téléchargé leur application, résultats disponibles à l'adresse URL < http://www.alexa.com >.

[373] Marina Duféal, Loïc Grasland, La planification des réseaux à l'épreuve de la matérialité des TIC et de l'hétérogénéité des territoires, *Flux*, 2003, vol. 4, n° 54, p. 55.

[374] André Fortin, Duncan Sanderson, *Espaces et identités en construction*, p. 61.

[375] Marina Duféal, Loïc Grasland, *op cit,* p. 54.

institutionnel et le web commercial. Ils étudient l'évolution entre 1999 et 2002, selon dix-sept secteurs « immatériels » dans l'arc méditerranéen français de cette « vitrine ». Les auteurs traitent des sites web des communes dont il est aisé de trouver la localisation et concluent à un ancrage territorial du cyberespace dans l'espace géographique[376]. Ces sites web se concentrent également dans les grandes agglomérations, reprenant ainsi les conclusions de Matthew Zook sur le web commercial aux États-Unis. En élargissant à un ensemble de sites web pour la France, les auteurs montrent une corrélation entre la population et le nombre de sites web des communes. Sur la moitié ouest de la France, ils sont disséminés sur un ensemble d'agglomérations et de villes moyennes[377]. Cette répartition entre agglomération et ville moyenne amène les auteurs à relativiser leurs premières conclusions. *« La cartographie indique aussi que, toutes choses étant égales par ailleurs, des espaces plus faiblement peuplés, voire enclavés, ne sont pas les moins réceptifs à l'innovation par les TIC. [378]»* Puis ils ajoutent : *« l'infrastructure technique sous-jacente à la création de sites n'apparaît pas comme un facteur de discrimination marquée. La répartition des sites s'explique davantage par des variables socio-économiques et culturelles que par des contraintes d'accès aux réseaux, ce qui peut a posteriori justifier une absence de planification officielle. [379]»* L'intérêt de ce travail de recherche est d'avoir pris en compte les variables socio-économiques et culturelles. La conclusion des auteurs se distingue selon deux plans, l'un théorique et méthodologique, le second sur les usages effectifs. Dans le premier cas, l'hétérogénéité des territoires en termes de taux d'infrastructures et d'équipements peut influencer les usages. Dans le second cas, les critères socio-économiques et culturels peuvent influencer les usages. *« L'analyse des usages, considérée du point de vue des sites, montre une pénétration sélective du web dans l'espace géographique français, selon, en apparence, les caractéristiques économiques, sociales et culturelles de ses territoires. Mais le territoire numérique, qui se dessine ainsi, retranscrit en réalité la réactivité des lieux face à l'innovation. [380]»*

Selon nos observations, ce n'est pas uniquement la réactivité à la technologie qui permet une projection des activités dans le cyberespace. La Bretagne est aussi un référent thématique. Le web est un outil, différent des anciens systèmes de diffusion unidirectionnelle, qui démultiplie les destinataires et les émetteurs. Sur le même principe, à l'échelle régionale

[376] Marina Duféal, Loïc Grasland, La planification des réseaux à l'épreuve de la matérialité des TIC et de l'hétérogénéité des territoires, *Flux*, 2003, vol. 4, n° 54, p. 56.

[377] Marina Duféal, Loïc Grasland, *op cit,* p. 58.

[378] Marina Duféal, Loïc Grasland, *op cit,* p. 60.

[379] Marina Duféal, Loïc Grasland, *op cit,* p. 61.

[380] Marina Duféal, Loïc Grasland, *op cit,* p. 66.

bretonne, notre premier point d'entrée a été le moteur de recherche *Google*, ou plus exactement son annuaire, puis l'annuaire *Yahoo !*[381]. Mais nous analyserons ce premier point d'entrée par les moteurs et annuaires de recherche comme première médiation entre web et territoire, en interrogeant principalement leur mode de classement, la pondération des résultats par l'usage d'algorithme et non d'après le nombre de sites web mentionné.

Les méthodes précédemment décrites permettent de donner un aperçu de la relation entre réseaux et territoires qui ancre territorialement le réseau internet, ou le web. Cependant ces méthodes qui inscrivent territorialement le réseau internet bloquent l'analyse de la dynamique de ce réseau. En se focalisant sur les lieux, les villes le plus généralement, l'échange entre web et territoires à travers d'autres types de relation est évacué. En effet, la question des signes de la « territorialité réticulaire », définie par Gabriel Dupuy se pose[382]. La borne et la limite ne sont plus des signes dans le réseau traité par Gabriel Dupuy, le réseau téléphonique.

Les méthodes qui ancrent territorialement le réseau internet ne prennent pas en compte les médiations entre le territoire et l'outil technique, qui est le web, selon nous. La médiation, c'est ce qui relie en tant que tiers. Ainsi entre web et territoire, il existe des médiations. Seulement, ces médiations n'assurent pas un transport entre web et territoire et, territoire et web. Nous reprenons ici la distinction opérée par Bruno Latour entre intermédiaire et médiateur. *« Un intermédiaire désigne, dans mon vocabulaire, ce qui véhicule du sens ou de la force sans transformation : définir ses entrées, ses inputs suffit à définir ses sorties, des outputs. […] En revanche, on ne saurait comptabiliser des médiateurs comme de simples unités ; ils peuvent compter pour un, pour zéro, pour de grands nombres, ou pour une infinité. Leur input ne permet jamais de prédire vraiment leur output : il faut à chaque fois prendre en compte leur spécificité. Les médiateurs transforment, traduisent, distordent, et modifient le sens ou les éléments qu'ils sont censés transporter.*[383] » Les médiations rendent compte des distorsions entre un territoire et les sites web. Le web n'est pas un support, un intermédiaire comme nous essayerons de le démontrer. Les territoires ne sont ni projetés, ni dupliqués.

De plus, les méthodes sur la répartition des extensions de domaines ou des sites web selon des zones géographiques (des villes) prennent pour données des bases de résultats fournis par des moteurs ou des annuaires de recherche sans questionner la validité des

[381] Pour faciliter la lecture, nous parlerons de l'annuaire Google pour « Google directory » et de l'annuaire Yahoo ! pour « l'annuaire des sites francophones Yahoo ! France ».

[382] Gabriel Dupuy, *L'urbanisme des réseaux*, Paris, Armand Colin, 1991, p. 46 et suiv.

[383] Bruno Latour, *Changer de société, refaire de la sociologie*, Paris, La Découverte, 2007, p. 58.

données obtenues. Dans ces approches topographiques du web, l'isomorphie du web avec le territoire n'est pas remise en question. L'approche topographique aurait consisté à saisir des items toponymiques et à relever l'ensemble des adresses URL obtenu dans des moteurs et annuaires de recherche, par exemple. Or l'intérêt du web tient à la production de contenus territorialisés, c'est-à-dire en lien avec un territoire physique et qui reprennent les traits caractéristiques des lieux physiques[384]. Toutefois, ces contenus territorialisés ne sont pas la projection des lieux, d'une ville par exemple dans le web. Cette analogie et cette isomorphie se trouvent rapidement confrontées à la morphologie, à la taille, à l'organisation, à la dynamique du web. Comprendre la morphologie et la dynamique du web est un élément indispensable à la compréhension d'une possible institutionnalisation du web par un acteur politique.

2) Une topologie du web en trois couches

Il est difficile de définir l'organisation générale du web tant au niveau de sa taille que de son organisation. Or, la théorie des graphes, qui à partir de 1736 a d'abord étudié le réseau comme une structure fixe dans le temps et modélisé à partir d'un territoire « physique »[385], a permis de dégager une géographie du web basée sur des propriétés statistiques et topologiques, révélant certaines régularités. « En considérant le web comme un vaste graphe où les pages (ou les sites) représentent les nœuds et les liens hypertextes des arcs entre les nœuds, il devient possible de proposer un ou plusieurs modèles généraux de cet espace et d'en calculer les régularités statistiques. [386]» L'une des formes topologiques du web est celle du « nœud papillon » mis en avant par des travaux menés de chercheurs de trois compagnies américaines, selon Franck Ghitalla[387]. Le web est donc défini dans ce modèle comme un « espace « vectorisé » avec un centre d'attraction (un cœur très interconnecté) vers lequel pointent des milliards de liens et duquel en partent autant »[388]. Ce « nœud papillon » est

[384] Anne Cauquelin, *Le site et le paysage*, Paris, PUF, 2002, p. 26.

[385] En 1736, Leonhard Euler, mathématicien suisse vivant à Saint Pétersbourg, crée le Königsberg graphe. Königsberg est une ville comportant une rivière à deux branches et sept ponts qui l'enjambent. Le casse-tête de l'époque est de savoir s'il est possible de franchir les sept ponts sans passer deux fois par le même. Euler répondra que non, en formalisant graphiquement des nœuds (des points de la ville) et des liens (les ponts), donnant ainsi naissant à la théorie des graphes. Il est à noter que ce réseau invisible, puisqu'imaginé, prend pour base le territoire physique. Cf. A. -L. Barabasi, *Linked*, New-York, Plume, 2003, pp. 9-13 et Duncan J. Watts, *Six degrees*, New-York-London, W.W. Norton & Company, 2004, pp. 27-29.

[386] Franck Ghitalla, La géographie des agrégats de documents sur le web, [en ligne], 2004, pp. 2-3, disponible sur <http://www.webatlas.fr/index.php?page=Publications>.

[387] Andrei Broder, Ravi Kumar, Farzin Maghoul, Prabhakar Raghavan, Sridhar Rajagopalan, Raymie Stata, Andrew Tomkins, Janet Wiener, Graph Structure in the web, [en ligne], in 9th International World Wide web Conference, Amsterdam, 15-19 mai 2000, disponible sur <http://www9.org/w9cdrom/160/160.html>, consulté le 10/03/2009.

[388] Franck Ghitalla, La géographie des agrégats de documents sur le web, [en ligne], 2004, p. 4, disponible sur <http://www.webatlas.fr/index.php?page=Publications>.

composé de quatre zones qui ont des propriétés topologiques définies, qui peuvent être selon Franck Ghitalla des agrégats de documents web. Albert-László Barabási définit ces zones comme les quatre continents du World Wide Web (en 2000) :

- un « centre hyper-connecté », (nommé « central core » ou « strongly connected core » en anglais)

- une zone pointant vers ce centre en forme de trapèze, un continent entrant (nommé « continent in » en anglais)

- une zone pointée par le cœur en forme de trapèze, un continent sortant (nommé « continent out » en anglais)

- des zones hypertextuelles relativement indépendantes, des vrilles, des îles, des éléments déconnectés (nommés « tendrils », « islands » ou « disconnected components » en anglais) [389].

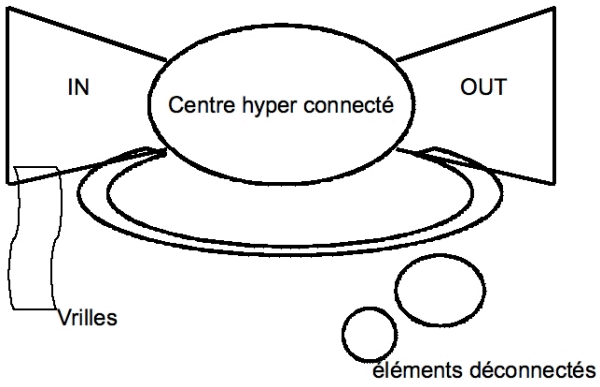


Figure 5. Schéma des quatre continents du web (Barabási, 2003)

Une des autres propriétés du web est qu'il n'est pas un réseau homogène mais un « random network » ou réseau aléatoire, réglé par une loi de puissance (power-law) où certains nœuds, des hubs, que nous traduirons par nœuds de circulation, concentrent le trafic[390]. Selon Albert-László Barabási, il s'agit d'un des principes essentiels de la topologie du web. Cette loi de puissance permet de déterminer les nœuds dominants, qui attirent et distribuent les liens hypertextes dans un réseau web. Selon la loi Zipf-Pareto, ces nœuds dominants seraient identifiables sur un graphe par leur saillance, en ce sens 20 % des nœuds attirent et génèrent 80 % des liens du réseau. En attirant, ces nœuds ou sites web disposent d'arcs orientés les pointant, ce sont les liens hypertextes qui les citent, ils sont entrants. En générant, ces nœuds pointent des arcs orientés vers d'autres nœuds, ils sont sortants. En appliquant le principe de scores à ces liens hypertextes, Jon Kleinberg[391] a permis de traiter

[389] Albert-László Barabási, *Linked,* New-York, Plume, 2003, p. 166.

[390] Albert-László Barabási, *op cit,* p. 137 où l'auteur reprend les travaux de Fredik Liljeros, en Suède sur la topologie du « web sexuel ».

[391] Jon M. Kleinberg, Authoritative Sources in a hyperlinked environment, in Mark Newman, Albert-László Barabási, Duncan J. Watts, *The structure and dynamics of networks*, pp. 515-542.

statistiquement les propriétés topologiques des nœuds dominants. Les nœuds secondaires forment des agrégats par leur regroupement. Ces agrégats sont des sous-graphes du web pouvant intégrer des clusters, ensembles plus vastes, dont l'étude a été initiée par les travaux sur la théorie des agrégats de J. Kleinberg. Il existe un optimum où le contenu des pages web et la topologie entrent en corrélation, selon Franck Ghitalla. La topologie du web est alors définie comme la distance en termes de « clics », de liens hypertextes entre les sites web.

Franck Ghitalla et Mathieu Jacomy présentent une méthode et un outil d'analyse et d'exploration du web, se référant à la théorie des agrégats et des travaux de J. Kleinberg. L'agrégat qualifie les sites web connectés et traitant d'une même thématique : « Qui se ressemble se connecte »[392]. L'agrégat se déniche là où le web est dense et permet de repérer des « motifs sémantiques par un moyen non sémantique ». Mais tous les « regroupements » de sites web sur une même thématique ne sont pas des agrégats. Ainsi pour « désigner l'ensemble des ressources qui parlent d'une même chose, quelle qu'elle soit », Mathieu Jacomy et Franck Ghitalla parlent de « domaines »[393]. Ils proposent également un outil (une application web) pour explorer le web, qu'est le « Navicrawler ». Cette application sera utilisée ultérieurement, mais à ce stade, le parcours du web a été manuel avec la constitution d'un inventaire sous forme de bases de données. Cette méthode a ses limites par rapport au nombre de références web traité et au temps de traitement des données, pourtant elle a permis de mieux déconstruire ce corpus de « web régional ». La constitution du corpus et une première analyse ont donc été réalisées manuellement[394]. Les chiffres obtenus comportent une certaine relativité quoiqu'ils aient permis de cerner des tendances, des domaines, des thématiques qui se dessinent et de constituer une trame pour des analyses qualitatives et l'exploitation des données recueillies à partir de « Navicrawler » qui permet de parcourir automatiquement le web à partir des liens hypertextes sortants des sites web.

Mathieu Jacomy et Franck Ghitalla, à partir de leurs travaux, distinguent trois couches successives au sein du web, à savoir :

- la « couche haute du web », la plus visible, formée des acteurs célèbres (*Wikipédia*), des moteurs de recherche ou annuaire (*Google*), d'instances à grande échelle (*SNCF*, gouvernement français), ou de sites web basés sur la notoriété mais appartenant à des domaines voisins (par exemple la « Fondation Nicolas Hulot » par rapport au corpus des Parcs Naturels),

[392] Franck Ghitalla, Mathieu Jacomy, Méthodologies d'analyse de corpus en Sciences Humaines à l'aide du Navicrawler, Rapport final août 2007, [en ligne], p.4, disponible sur <http://www.ticm.msh-paris.fr/spip.php?article136>, consulté le 15 mai 2008.

[393] Franck Ghitalla, Mathieu Jacomy, *op cit,* p. 4.

[394] Malgré de nombreuses vérifications, nous ne prétendons pas à l'exhaustivité devant un champ d'investigation aussi mouvant et complexe.

- la « couche intermédiaire » contenant notamment les agrégats et les communautés en ligne,

- la « couche profonde » constituée de bases de données, qui correspond au « deep web » ou « web invisible ».

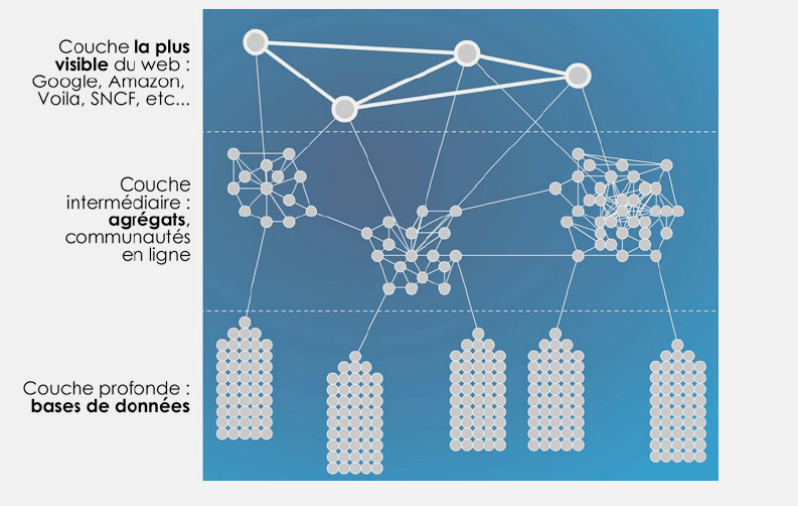


Figure 6. Schéma des trois couches du web (Ghitalla, Jacomy, 2008)

Dans le cadre de la Bretagne sur le web, les sites web d'institutions nationales ou d'instances à grande échelle (la couche haute) ont été éliminés s'il n'était pas fait mention de la Bretagne dans le site web. À l'échelle locale du web, la question est de savoir si cette couche haute ne serait pas formée uniquement des grands acteurs institutionnels comme le « Conseil Régional de Bretagne » ?

3) Entrer sur un « web régional »

Pour constituer un corpus « web régional », il convient donc d'entrer par une petite porte, un point d'entrée à partir de la couche moyenne du web. M. Jacomy et F. Ghitalla proposent une méthode en vue de trouver des points d'entrée[395] sur le web. Comme le soulignent ces auteurs, l'appréhension d'un champ d'investigation par territoire physique ou « réalité géographique » est complexe. Même si une des hypothèses est que le territoire de la Bretagne est également une thématique pertinente au sein du web, il s'agit d'une thématique large qui couvre tout un ensemble de domaines ou de thématiques et d'acteurs hétérogènes.

Au niveau de la méthode d'exploration du web, deux possibilités sont offertes, entrer par la couche haute ou passer par un agrégat connexe quoique hors sujet. Les deux auteurs préconisent d'entrer dans le corpus en parcourant la couche haute afin de l'éliminer puis de redescendre dans la couche intermédiaire. Selon ces auteurs, trouver des agrégats lors de

[395] Franck Ghitalla, Mathieu Jacomy, Méthodologies d'analyse de corpus en Sciences Humaines à l'aide du Navicrawler, Rapport final août 2007, [en ligne], 73 pages, disponible sur <http://www.ticm.msh-paris.fr/spip.php?article136>, consulté le 15 mai 2008.

l'exploration par rapport à des localités géographiques est difficile. Une « localité géographique » peut être une thématique transversale, c'est-à-dire que les sites web fortement reliés sont ceux des collectivités locales et du patrimoine local, avec une fragmentation pour les autres thématiques. Dans le cas d'un objet d'investigation thématique, les sites web peuvent ne pas être reliés entre eux (ou être peu reliés), ne formant pas ainsi d'agrégat. Parfois les sites web entrent dans des thématiques plus larges, où ce sont des sites web généralistes qui font le lien entre les sites web pertinents de la thématique choisie. Si Franck Ghitalla situe des agrégats en termes de contenus par rapport à des mots-clefs, nous nous situons dans une approche plus en termes de thématiques, de signes et d'acteurs que de mots au sens propre. *« A priori, la corrélation est forte entre données topologiques et sémantiques si l'on considère le voisinage immédiat d'un ensemble de documents.* [396]» Concrètement, dans une première phase, la définition d'un ou plusieurs points d'entrée que sont des sites web permet dans un second temps d'envoyer à partir de ces entrées un robot-crawler qui est un petit programme parcourant les liens hypertextes entre les pages des sites web. Cette première opération permet de créer une base de données. Cette base de données est ensuite visualisée sous forme d'un graphe orienté, c'est-à-dire que les arcs indiquent les liens hypertextes entre les sites web qui sont représentés par des points appelés noeuds[397].

De ce fait, il existe différentes méthodes pour entrer sur un web dit régional, ancrer territorialement les infrastructures d'internet, établir la répartition des sites web ou des noms de domaines selon des zones géographiques. Notre corpus de base a été constitué à partir de petites portes qui sont des annuaires d'associations et d'institutions de Bretagne. Selon l'annuaire de *www.breizhoo.fr*, « Le web de la Bretagne - 33060 sites bretons référencés. », le 9 juin 2009. Aussi l'inventaire de 591 sites web demeure un échantillon par rapport à l'étendue de ce que certains acteurs définissent comme « web régional breton » ou le web de la Bretagne à l'échelle mondiale. Il convient également d'ajouter la pérennité des données collectées, et leur disponibilité ou indisponibilité pour mise à jour, arrêt de la mise en ligne. Dans une analyse macroscopique des usagers du web, Luigi Lancieri évalue cette indisponibilité des données. L'étude portait sur seize thèmes de l'annuaire *Google*. À ces thèmes étaient associés deux cent URL. Le but était de tester leur disponibilité quotidienne sur une durée de quatre-vingt dix-sept jours. Parallèlement, des mots-clés liés à chacun des thèmes étaient quotidiennement lancés en requête sur un moteur de recherche afin d'analyser le nombre de références citées. Après un calcul des taux d'indisponibilité sur l'ensemble de la période et des indisponibilités quotidiennes, trois courbes sont apparues. Une courbe stable

[396] Franck Ghitalla, La géographie des agrégats de documents sur le web, [en ligne], 2004, p.9, disponible sur <http://www.webatlas.fr/index.php?page=Publications>.

[397] Franck Ghitalla, La géographie des agrégats de documents sur le web, [en ligne], 2004, p. 3.

sur des thèmes comme l'éducation, les loisirs, le régional, les sciences. Une courbe intermédiaire sur les thèmes achats, Internet, jeux, habitat, références, santé. Une courbe progressant rapidement sur les thèmes actualités, art, affaires, société, sport. Cependant, dans cet ouvrage, le terme « régional » n'est pas défini. L'auteur en conclue que *« la durée de vie des ressources peut être prolongée aussi longtemps qu'elles restent populaires. Ce n'est plus l'émetteur qui décide de cette conservation mais elle résulte de l'action collective.* [398]*»*

Pour construire ce corpus, nous avons repris dans un premier temps les méthodes de précédentes analyses du rapport entre web et territoire. Ces méthodes apparaissent comme des cartographies des résultats de moteurs de recherche par zones géographiques. En ce sens, le territoire expliquerait la répartition spatiale des sites web et le web dédoublerait un territoire « physique ». En reprenant les travaux sur la « science du web » développés par Mark Newman, Albert-László Barabási, Duncan J. Watts[399], dont la théorie des agrégats de Jon Kleinberg reprise par G. Ghitalla et M. Jacomy pour l'étude de la topologie du web, la topographie laisse place à « qui se ressemble, se connecte[400] ». Ces agrégats forment la couche intermédiaire du web par laquelle nous avons construit le corpus « web régional ».

1 - 2 - La constitution d'un corpus « web régional breton »

Notre approche prend en compte les classements d'annuaires ou de sites web du « web breton » qui créent l'objet social qu'est le « web régional ». Le choix de ces acteurs et leur classement ont des incidences sur le corpus constitué. Par exemple, la présence d'un institut culturel fait émerger de ce web régional le domaine culturel, et le domaine restreint qu'est la musique traditionnelle. Cette méthode a une limite : l'exhaustivité est impossible. Le recensement, base pour administrer un territoire est difficilement transposable sur le web. Nous nous sommes intéressés aux moteurs de recherche et annuaires qui pouvaient avoir constitué dans le cadre de leurs activités un regroupement de sites web, afin d'exploiter leur base de données. Cette démarche a été infructueuse face à l'absence de données fiables sur le nombre de sites web ou l'absence de base de données accessible. De ce fait, la base de ce corpus est un parcours manuel de listes de liens hypertextes en liste de liens hypertextes. Les points d'entrée ont été des annuaires que nous qualifierons « à taille humaine », dans le sens où ils peuvent être traités manuellement. Rapidement, face à un corpus de plus en plus important, les questions des limites de ce corpus se sont posées.

---

[398] Luigi Lancieri, *Interactions humaines dans les réseaux*, Paris, Éditions Hermès-Lavoisier, 2005, p. 181.

[399] Mark Newman, Albert-László Barabási, Duncan J. Watts, *The structure and dynamics of networks,* Princeton, Princeton University Press, 2006, 624 pages.

[400] Franck Ghitalla, Mathieu Jacomy, Méthodologies d'analyse de corpus en Sciences Humaines à l'aide du Navicrawler. Rapport final août 2007, [en ligne], p. 4.

1) Une porte d'entrée sur le « web breton » : annuaire associatif et institutionnel

Dans un premier temps, nous nous sommes intéressés à divers annuaires présents sur le web mis en ligne par des acteurs traitant de la thématique « Bretagne ». Nous avons considéré les annuaires associatifs et institutionnels comme une première porte d'entrée, ce qui ne reflète pas exactement les agrégats mais une sélection effectuée par un acteur. Le principe n'est pas une connexion par ressemblance mais une connexion par classement effectué par un acteur, pour ce type d'agrégat. Le point d'entrée initial a été « l'Open Directory Project » développé par « *Dmoz.org* »[401]. Si initialement une première démarche avait validé ce choix, le nombre de références par catégorie comme les villes était trop élevé pour parcourir tous les types d'éditeurs de contenus et pour balayer l'ensemble des zones géographiques de la Bretagne. Le parcours demeurait topographique et n'entrait pas dans la topologie du réseau.

Dans un second temps, le point d'entrée a été un annuaire, constitué manuellement par « l'Institut Culturel de Bretagne ». Il se compose de vingt-quatre catégories avec des entrées thématiques comme la culture en Bretagne, les langues et des entrées géographiques, avec les « pays celtiques », les villes ou les pays. Ces catégories correspondent aux sections de travail de l'institut. Cet annuaire mentionne des sites web de Loire-Atlantique, de régions de France ou de l'étranger. Ces sites web ont été pris en compte même si les langues usitées n'étaient pas obligatoirement maîtrisées, comme un site web en russe. À partir des références issues du répertoire de l'« Institut culturel de Bretagne », d'autres thématiques plus ou moins distinctes se forment ou certaines références paraissent « agréger » un certain nombre d'acteurs ou servir de relais entre différents acteurs ou différents domaines, rattachés ou non à la thématique d'entrée qui est la culture en et de Bretagne.

Ensuite, l'inventaire s'est élargi à partir de cette thématique culturelle, et plus particulièrement celui de la musique et de la danse traditionnelle, ainsi que des langues (breton et gallo). Cette seconde partie se compose de cent vingt-six références. Les parties suivantes de cet inventaire présentent des entreprises et des institutions, à partir de deux sites web, le premier de l'association « Produit en Bretagne »[402], *produitenbretagne.com*, pour les sites web d'entreprises et le second, du « Conseil régional de Bretagne », *region-bretagne.fr*, pour les sites web essentiellement de collectivités locales et territoriales et autres services régionaux en ligne. L'association « Produit en Bretagne » a permis d'intégrer 57 références de

[401] Le projet est d'établir le catalogue du web grâce à une communauté mondiale d'éditeurs bénévoles. Cette base de données est reprise par des moteurs de recherche et des portails comme « Lycos », « MSN », etc., disponible à l'adresse : http://dmoz.org.

[402] L'association « Produit en Bretagne » a été créée en 1993 sur l'initiative de quatre entrepreneurs bretons que sont Jean-Claude Simon de la société « Even », Claude Pujol de la société « E. Leclerc », Jean-Marie Le Gall de la société « Saveol » et Jean-Yves Chalm de la société « Le Télégramme ».

sites web dans l'inventaire. Le site web du « Conseil régional de Bretagne » a permis d'intégrer 91 références de sites web dans l'inventaire. Les adresses URL obtenues dans ces deux annuaires correspondaient à des acteurs du territoire « physique » de la Bretagne. En dernier lieu, six références de sites web ont été mises dans l'inventaire. Elles correspondent à un relevé aléatoire, à des références dans des revues, des newsletters (infolettres), etc. Au total, l'inventaire contenait 653 adresses URL, après l'élimination des doublons, c'est-à-dire des adresses URL répétées à l'identique ou ayant deux extensions afin de désigner le même nom de domaine, par exemple en .org et en .com. Le corpus se compose au final de 591 sites web. Le tableau résume la répartition des références en fonction du relevé effectué dans des annuaires, à partir d'un parcours de liens hypertextes, et par des mentions sur d'autres supports.

Nom des propriétaires d'annuaire	**Nombre de références web**
Institut culturel de Bretagne	288
Dérive suite Institut culturel de Bretagne	126
Produit en Bretagne	57
Conseil régional de Bretagne	91
Open Directory Project (Dinard)	23
Références autres annuaires	6

Tableau 3. Répartition des références web en fonction des sources

2) Circonscrire l'objet d'investigation : face à la dérive, un retour des limites territoriales ?

Le parcours des références web contenues dans l'annuaire en ligne de « l'Institut culturel de Bretagne » permet de distinguer différentes thématiques. Si ce premier annuaire contient des sites web de l'ensemble des quatre départements bretons (Ille-et-Vilaine, Morbihan, Côtes d'Armor, Finistère) et de la Loire-Atlantique, il emmène via les amicales ou associations de Bretons expatriés à travers l'ensemble des régions françaises et de nombreux pays définis comme « celtiques » ou non. La Bretagne peut effectivement être considérée par les acteurs comme un pays celtique, mais tous les festivals ayant pour thèmes les celtes ou les vikings doivent-ils être pris en compte ? Ces références dans l'annuaire de « l'Institut culturel de Bretagne » ont été prises en compte dans l'inventaire comme principe de définition du « web breton » par cet institut. Dans la suite du parcours du web, ces festivals n'ont pas été pris en compte car ce thème ne paraît pas être pertinent sous forme d'agrégat de sites web ou de domaine. À l'inverse, une amicale bretonne ou un ensemble musical qui inscrivent leurs activités dans la culture bretonne sont pris en compte, comme l'« Amicale des bretons Champigny Joinville ».

À la suite du premier relevé, les liens hypertextes présents sur les sites web ont permis de constituer une deuxième base de données. Dans ce second parcours du web, ce sont quelque 996 sites web qui ont été recensés manuellement. Le traitement manuel de tous les sites web contenus dans l'inventaire final n'a pas permis de tous les intégrer, faute de temps. Il est ainsi possible de se « perdre » dans cette apparente pléthore de sites web ou autres présentant des artistes, des bagadoù[403], des cercles celtiques[404], des festivals et fêtes, ce que nous nommerons le domaine de la culture traditionnelle bretonne, compris plus largement dans le domaine de la culture en Bretagne.

De ce fait, de liens hypertextes en liens hypertextes à partir des annuaires de ces trois associations et d'une institution, il est envisageable de dériver sur le web. Franck Ghitalla (et al.) montre que l'usage de crawls conduit parfois à des « dérives », c'est-à-dire à la récupération d'adresses URL en marge par rapport au thème initialement sélectionné. « En d'autres termes, ce fameux « topical drifting » est dû au fait que la distribution des liens hypertextes à partir d'URL sélectionnées comme points d'entrée conduit immanquablement vers un cœur voisin de ressources plus interconnectées, comme par aimantation. [405]» En conséquence, à la porte d'entrée, qu'est la culture bretonne, peuvent se connecter des sites web de festivals à un niveau national, européen. Sur la thématique de la culture de Bretagne, cette « dérive » a été notée au niveau des liens vers des sites web « secondaires » (artistes, événements etc.). Mais il est évident que certains festivals ou événements peuvent conduire à des « épiphénomènes » hypertextuels[406] comme a pu l'être la « Breizh Touch » à Paris en septembre 2007. Le caractère temporaire de cet événement a conduit à mettre de côté les liens hypertextes vers cet événement. Son annonce sous forme de bandeau, de liens hypertextes, d'articles etc., se retrouvait sur les sites web du corpus. Dans le même temps, pour observer et analyser ce type d'événement hypertextuel, il convient de construire au préalable une méthodologie précise de collecte des données à partir d'un corpus pré-défini pour qualifier cet événement hypertextuel, ce qui n'a pas été entrepris.

Pour clore manuellement le corpus, il convient alors de s'interroger sur ce qu'il doit contenir ou non, et les limites territoriales apparaissent chez les acteurs comme un critère de classement dans trois des quatre portes d'entrée présentées. Le corpus « web régional » n'a

[403] Ensemble musical composé d'un pupitre de cornemuses, de bombardes et de percussions.

[404] Ensemble chorégraphique de danses bretonnes en costume traditionnel.

[405] Franck Ghitalla, Alain Le Berre, Matthieu Renault, Des documents, des liens et des acteurs, [en ligne], in Proceedings of H2PTM conference, 2005, p. 9, disponible sur < http://www.webatlas.fr/index.php?page=publications>.

[406] Alexa.com propose des courbes de consultations des sites web qui montraient un pic entre août et octobre 2007 disponible à l'adresse suivante : < http://www.alexa.com >.

pas pris en compte ces limites territoriales néanmoins la question des limites thématiques demeure floue. Devions-nous distinguer la Bretagne des pays celtiques, ou ne pas retenir les festivals « celtiques » présents dans toute l'Europe ? Le seul critère demeure le contenu développé sur le site web, si la Bretagne était mentionnée (verbalement ou visuellement), nous retenions le site web. Ce critère de sélection a été mis en place à partir de l'établissement du premier corpus. En effet, face à la dérive, il convenait de clore l'échantillon. Ainsi, il n'est pas envisageable de découper *a priori* l'ensemble du corpus, les catégories doivent prendre en compte les découpages des acteurs eux-mêmes sur le web. L'aller et retour est permanent, entre un champ thématique[407] de la Bretagne construit à partir des lectures et de la connaissance du territoire « physique » et ce que composent les acteurs sur le web.

Les liens hypertextes présents sur les sites web relevés à partir de l'« Institut culturel de Bretagne » ont permis de constituer une deuxième base de références web, qualifiée précédemment de « dérive ». Contrairement à l'analyse des réseaux sociaux présents dans des territoires « physiques » délimités, ou présents dans des systèmes organisationnels délimités, le passage manuel de lien hypertexte en lien hypertexte apparaît sans bornes. La méthode structurale proposée par Emmanuel Lazega porte sur *« l'observation des interdépendances ou absence d'interdépendances entre les membres d'un acteur collectif ou d'un milieu social organisé » et l'« influence du système sur le comportement des membres »*[408]. La précédente description du corpus, que nous avons adoptée, soulève la difficulté de définir *a priori* le web régional comme un acteur collectif ou un milieu social organisé. Or, Emmanuel Lazega analyse des réseaux fermés, ce que n'est pas le web. En ce sens, le web, en tant que système, pourrait-il avoir une influence sur les interdépendances de ses membres ? La sélection de notre corpus s'est construite selon un principe de pertinence dans la démarche de constitution de la base des liens hypertextes. *« Cependant le système recherché n'étant pas connu à l'avance dans ses limites (puisqu'il s'agit précisément de le reconstituer), l'immanence ne peut porter au début que sur un ensemble hétéroclite de faits qu'il faudra « traiter » pour en connaître la structure ; cet ensemble doit être défini par le chercheur antérieurement à la recherche ; c'est le corpus. [409]»* Ce corpus étant constitué, il s'agit de l'analyser à travers les liens hypertextes entre les sites web mais également à travers les contenus mis en ligne par les éditeurs de sites web. Des analyses de réseau effectuées sur le web, Alain Degenne et Michel Forsé retirent l'intérêt pour la procédure d'échantillonnage et une méthodologie de

[407] Cf. Annexes DVD. Champ thématique de la Bretagne.

[408] Emmanuel Lazega, *Réseaux sociaux et structures relationnelles*, Paris, PUF, 2007, p.5.

[409] Roland Barthes, *Éléments de sémiologie*, Oeuvres complètes, Tome 1, Paris, Éditions du Seuil, 1993, pp. 1520-1521.

questionnement fiable[410]. La procédure ayant été précédemment développée, nous allons présenter le questionnement.

2) Multiplicité des portes d'accès dans ce corpus : exemple du domaine « culture traditionnelle et culture » en Bretagne

Avant de présenter le questionnement, nous voudrions souligner à travers la « culture traditionnelle et culture » les différences des rôles des sites web. La dynamique des sites web sera étudiée ultérieurement mais il s'agit de présenter simplement les différents objectifs d'un site web et donc de sa dynamique dans un corpus « web régional ». Dans ce domaine de la culture traditionnelle bretonne, ou de la culture en Bretagne comprenant de nombreux sites web, deux premières portes d'entrée se dégagent. Tout d'abord, un organisme 'fédérateur', du type « Bodadeg ar sonerien », « BAS », littéralement, « l'Assemblée des sonneurs », regroupe les bagadoù (ensembles de musique). Ensuite, des 'dominateurs' du domaine, entendus comme des entités (personnes, associations, groupes, événements) ayant une certaine notoriété. Des artistes comme Dan Ar Braz, Alan Stivell, ou des festivals comme « Les Vieilles Charrues » à Carhaix, le « Festival Interceltique de Lorient » jouent ce rôle de « porte ». Par exemple, le site web de « BAS » propose :

- soixante-sept liens hypertextes vers des sites web de bagadoù,
- sept liens hypertextes vers les sections départementales ou les fédérations,
- sept liens hypertextes vers des fêtes ou festivals,
- et dix liens hypertextes divers comme le site web de l'association « Dastum », *dastum.net*, littéralement « recueillir », ou le « Conseil régional de Bretagne », *bretagne.fr*.

Or, ce site web ne reproduit-il pas son principe de hiérarchisation du territoire sur le web ? Une typologie des sites web distinguera d'une part les sites web qui reproduisent ces systèmes de classement, de hiérarchisation, et d'organisation à travers les hyperliens vers des sites web et d'autre part, les sites web qui s'adaptent aux dynamiques du web. Par exemple, pour prendre l'extrême inverse, au niveau des sites web d'expatriés l'organisme 'fédérateur' serait le site « Bzh Network »[411]. Le premier organisme fédérateur, « BAS » est une association existant depuis plus de cinquante ans, le second, « Bzh Network » est aujourd'hui informel, initié à l'origine par un breton expatrié à Tokyo sur la plateforme de réseau social professionnel *Viadéo*, un site web est disponible en ligne depuis fin 2005, *bzhnetwork.com*.

Les sites web d'artistes, de bagadoù, de cercles celtiques et de festivals correspondent aux références les plus citées dans les pages de liens hypertextes regroupés dans des rubriques

[410] Alain Degenne, Michel Forsé, *Les réseaux sociaux*, Paris, Armand Colin, 2004, p. 21.

[411] Bzh raccourci de Breizh, littéralement Bretagne.

intitulées « *liens* », « *sites amis* » par exemple. Ce critère des plus cités demeure toutefois assez relatif, puisqu'il correspond à notre perception lors du parcours manuel du web. Nonobstant, il n'était pas envisageable de tous les intégrer dans l'inventaire. Une « visite » de ces sites web montre certes une originalité dans la charte graphique, malgré (dans l'ensemble) une construction identique de présentation du groupe intégrant un historique, la composition des pupitres, le palmarès dans les concours de musique organisés par « BAS », un trombinoscope des membres, et parfois, en 2006, des fichiers vidéos ou audios. Certains sites de groupes de musique ou de musiciens sont mis en ligne sur des plateformes.

L'observation du corpus sur trois ans, entre 2006 et 2009, permet de relever deux principes :

- une présence accrue de fichiers vidéos et de fichiers audios, postés sur des plateformes et, ou présentés sur les sites web,

- une migration des sites web de groupes de musique ou d'événements comme un festival vers la plateforme *myspace.com* [412].

Ces plateformes proposent des pages personnelles alimentées par les intéressés selon un principe de présentation commun, pré-défini mais personnalisable au niveau de la structure chromatique et des contenus. Nous présenterons en quelques lignes une de ces pages ci-dessous. Il s'agit de la page de deux sonneurs en couple,[413], sur la plateforme *myspace.com*. Les deux musiciens ont mis en ligne des photographies, des fichiers sons au format MP 3[414], des vidéos et les dates de leurs prestations en public. Le bas de la page à droite est constitué de la présentation des amis des deux musiciens, avec des liens hypertextes vers leurs pages personnelles sur *myspace.com*. Le bas de la page à gauche est un espace d'échange avec les « amis » des musiciens. Les artistes mettent donc des contenus en ligne et le but est d'entrer en relation avec d'autres artistes ou des fans, d'augmenter sa visibilité par le nombre d'amis.

Cette première phase de description de l'inventaire permet de relever un domaine, la culture en Bretagne, qui se forme autour de la musique traditionnelle, « folklorique » et de ces festivals de référence (« Festival Interceltique de Lorient », la « Saint Loup » de Guingamp, les « Filets Bleus » de Concarneau, etc.). Certains acteurs paraissent faire le pont entre ces différentes composantes de la culture bretonne mais aussi entre le passé, le présent et l'avenir de ce domaine par le développement d'outils originaux, comme l'association « DASTUM »

[412] Nous pouvons à titre d'exemple cité le groupe de musique, Forzh Penaos, qui disposait en 2006 d'un site web à l'adresse URL suivante http://www.forzhpenaos.net/ et qui en 2009, dispose d'une page sur Myspace, http://www.myspace.com/forzhpenaos.

[413] Hervé Irvoas et Cédric Moign, respectivement joueurs de bombarde et de cornemuse/biniou kozh, disponible à l'adresse http://profile.myspace.com/index.cfm?fuseaction=user.viewprofile&friendid=167226971.

[414] MP3, Algorithme de compression audio, standard ISO depuis 1993.

qui met à disposition les archives du patrimoine oral breton ou la « Kevrenn An Arvorig » qui met en ligne un trombinoscope des sonneurs et chanteurs de Bretagne et d'autres régions ou pays. Cet outil a été intitulé « An trombiniawer, le trombinoscope des sonneurs de Bretagne et d'ailleurs[415]». Cette description succincte de l'inventaire permet de dégager un premier « agrégat » qui se forme autour d'un secteur culturel particulier qui est celui de la musique traditionnelle. Les limites du territoire « physique » n'ont plus de pertinence sur le web dans ce domaine de la culture traditionnelle bretonne. Les liens entre les acteurs se formeraient sur d'autres dynamiques que la proximité géographique. Pour Olivier Goré, la musique traditionnelle et le breton « participent plus à la compréhension de la construction symbolique de la Bretagne qu'à une analyse de la réalité socio-culturelle de la région.[416] » Il conviendra sur le web d'analyser une possible construction symbolique dans les pratiques des acteurs. Mais cette étude de cas est un aperçu, nous allons démontrer comment la construction symbolique doit également prendre en compte la dynamique du réseau, sa topologie. Outre la dynamique propre d'un site web, il semble que les sites web s'agrègent. De même, il semble que les sites web convoquent le territoire dans les contenus mis en ligne. Nous allons donc devoir développer une méthode de questionnement qui prennent en compte toutes ces dimensions.

3) Rechercher des attributs partagés

Après cette description de la procédure, nous présenterons une autre méthode complémentaire de l'analyse des hyperliens entre sites web, ou analyse des réseaux hyperliens[417]. L'analyse de réseaux telle qu'elle est pratiquée dans ce qui est appelée l'« approche structurale », sans être une fin en soi, permet de « *montrer en quoi la forme du réseau a une incidence sur les phénomènes analysés, tout en étant le résultat des interactions qui y ont cours.* [418]» Il convient de ne pas rester sur le mode dyadique A-B-C où A est en relation avec B et A est en relation avec C sans savoir si B et C sont en relation. L'« approche structurale » permet de dépasser l'approche uniquement par catégorie et attribut même si ces informations permettent l'analyse. En effet, l'analyser par catégorie et attribut consiste à qualifier A, B et C selon certains atrributs et à voir ensuite s'ils sont reliés. L'« approche

[415] « An trombiniawer, le trombinoscope des sonneurs de Bretagne et d'ailleurs » Disponible à l'adresse < http://www.trombiniawer.net/fr/index.php>.

[416] Olivier Goré, La musique Bretonne, expression culturelle d'une territorialité régionale, in Digalès Nathalie, Fournis Yann, Kernalegenn Tudi, *Bretagne Plurielle, culture, territoire et politique*, Rennes, PUR, 2007, p. 42.

[417] Nous préférons le terme « réseaux hyperliens » au terme « réseaux sociaux » dont les caractéristiques ne sont pas identiques comme nous le montre la construction de ce corpus. Quel est l'échantillon ? Quelle est la structure ? Comment le clore ? Dans un réseau social, le système est clos par avance. Ici, le réseau demeure ouvert car indéterminé.

[418] Alain Degenne, Michel Forsé, *Les réseaux sociaux*, Paris, Armand Colin, 2004, p. 8.

structurale » prend en compte la liaison. Ainsi nous présenterons à la fois une méthode par attributs couplée à une analyse des contenus des sites web et une analyse des réseaux hyperliens.

Cette première démarche d'investigation de l'objet s'est donc située à mi-chemin entre ce que les acteurs définissent comme « web régional » et la connaissance du territoire. Afin de dépasser le cadre strict des catégories de sites web classés selon leur fonction ou format technique (blog, portail, site web, etc.) ou selon leur attribut (sites institutionnels, sites organisationnels et sites associatifs), le principe a été de prendre en considération ce qui se dégagerait de la catégorie « autre » de ce type de classification. Une précédente typologie des acteurs du web a montré que les références peuvent être des sites web, ou des blogs, ou des pages personnelles sur des plateformes. Les sites web sont institutionnels, organisationnels, associatifs ou correspondent à des acteurs qui se regroupent sans structure juridique pré-définie. Les catégories ne doivent pas être exclusives. Il existe majoritairement des sites web de collectivités locales ou territoriales, d'entreprises, d'associations mais également des pages personnelles ou collectives qui, grâce à leur originalité de présentation, de projet ou grâce à leur notoriété, participent amplement à l'animation, à la dynamique du territoire dans ou sur le web.

La base de données constituée à partir de l'inventaire de 591 sites web a essayé de prendre en compte toutes les composantes d'un « web régional », le caractère multimédia du web, et les différentes formes de représentations du territoire sur le web (de la carte au signe). La base de données se compose de quarante-quatre feuilles sous forme de bases de données[419]. Les champs des attributs sont présentés dans le tableau suivant avec l'attribut, les éléments relevés, et la fonction du relevé[420].

[419] Cf. Annexes DVD. Inventaire complet. La cardinalité de la base de données constituée du corpus de sites web est de cinq cent quatre-vingt-onze. L'arité de la base de données est de douze.

[420] La description détaillée de chacun des champs interviendra au fur et à mesure de l'analyse.

Attribut	Eléments relevés	Fonction du relevé
Nom	Nom du « propriétaire », du site web	Définir la correspondance ou non dans la nomination entre le territoire « physique » et le web
Type	Structure juridique ou autre	Définir quelles structures juridiques sont présentes et classer les autres formes (huit types définis)
URL	Adresses	Définir la nomination dans le web et quantifier l'usage des noms de domaines
Activités/ applications	Secteur d'activités (territoire « physique ») ou applications particulières (territoire « virtuel »)	Définir les secteurs d'activités présents et repérer des domaines, des thèmes Définir les applications (outils) spécifiques mis en ligne par les acteurs
Langue	Langue de diffusion et de représentation	Déterminer la présence des langues (breton, gallo)
Ville, département	Lieu d'implantation (territoire « physique »)	Définir des territoires producteurs Définir la contiguïté dans l'analyse des réseaux
Réalisation	Réalisation en interne ou en externe (par qui ?)	Définir qui réalise ces références web et les acteurs présents
Liens Hypertextes	Présence/absence de liens hypertextes et classification	Noter la présence ou non du « Conseil régional de Bretagne » Définir les thématiques des classifications
Cartes	Présence/absence de cartes et formats	Définir l'espace de référence ou l'espace de projection Comprendre la mise en scène du territoire, ou de soi
Son, Vidéo	Présence/absence de fichiers sons ou vidéos	Définir la mise en scène du territoire, ou de soi
Signes	Présence/absence du Gwenn-ha-du et présence d'autres illustrations	Repérer des entités marqueurs du territoire sur le web.

Tableau 4. Présentation résumée des attributs relevés et des fonctions du relevé

4) Les pratiques des acteurs sur le web

L'objet d'investigation élaboré, le « web régional breton » s'appuie sur les pratiques des acteurs en vue de construire un objet social. Les acteurs pris en compte sont ceux qui créent ou qui éditent des sites web, des blogs, des pages web. L'absence de données auprès d'organismes (MARSOUIN ou MEITO) liés à la thématique des usages des TIC et du web en Bretagne montre que cet objet social n'est pas construit par tous les acteurs. Il a donc été nécessaire d'éprouver un certain nombre de méthodes dans l'intention de construire notre objet d'investigation.

L'une des méthodes qui peut être utilisée est de localiser dans le territoire les sites web. Mais toutes les références web ne précisent pas les mentions légales, c'est-à-dire l'adresse postale de l'éditeur. Cette situation est encore plus marquante pour les blogs ou pages

personnelles sur des plateformes comme *Myspace, Joomla, etc*. De même, un site web peut se retrouver hors des limites territoriales de la région administrative Bretagne et appartenir au corpus « web régional » car le contenu est en lien avec la thématique Bretagne, comme les sites web de la « diaspora bretonne » avec les ensembles musicaux (bagadoù) et cercles celtiques en France. Ainsi, la limite territoriale ne fait pas sens pour clore l'objet d'investigation. Nous allons donc nous intéresser aux catégories créées, aux objets mobilisés par les acteurs afin de constituer cet objet social qu'est un « web régional ».

L'objet d'investigation, le corpus « web régional » est bien ce que font les acteurs sur le web et non ce que consultent les acteurs. De ce fait, nos parcours du web régional n'ont pas permis de relever un agrégat, par exemple, sur le domaine du tourisme même en parcourant le web à partir du site web du « Comité Régional du Tourisme en Bretagne ». Pourtant, ce domaine est présent comme catégorie dans les moteurs et annuaires de recherche, les listes d'hyperliens, avec de nombreuses références de sites web. Sur cette dominance de références dans la catégorie « Tourisme », nous présentons dans le tableau suivant des données fournies par la société « MBA Multimédia » qui gère le moteur de recherche *Breizhat.com*. À la question posée des catégories ou mots clés les plus demandés ou consultés par les internautes la réponse de Régis le Guennec était la suivante. « *Tourisme. […] Donc vous voyez les mots-clés sont là*[421]*, ça a très peu bougé depuis le début […]. On voit bien que « location » au singulier et au pluriel, c'est vraiment quelque chose d'important. Et pour les rubriques les plus visitées, le premier mot clé est « langue bretonne ». C'est intéressant parce que l'on a pratiquement dix ans de suivi d'intérêts. […] Ce sont vraiment les intérêts des internautes surtout sur des longues périodes.* [422]» Le tableau fourni par la société « MBA Multimédia » comportait quatorze pages de données, dont nous présentons les dix premières occurrences saisies par les internautes sur *breizhat.com* [423]. Les locations (saisonnières ou non) apparaissent comme premières occurrences des internautes avec 7 969 occurrences. Dans un ordre décroissant, ce sont donc les thèmes locations, Bretagne, immobilier (au sens général du terme), les villes (Rennes) et enfin les prénoms. La Bretagne est un mot-clé usité par les internautes sur un moteur de recherche spécialisé sur cette thématique. Cependant ce mot clé est-il tapé seul ou accompagné, par exemple, « locations » en « Bretagne » ? Face à des données que nous n'avons pas recueillies, nous ne pouvons pas sur-interpréter les résultats. Nous souhaitions surtout montrer que les parcours des internautes (les usages) ont peu

[421] Les mots clés sont disponibles sur la page d'accueil de « Breizhat » à l'adresse [http://www.breizhat.com]

[422] Cf. Annexes. Entretien avec Régis Le Guennec, directeur de l'agence « MBA Multimédia », le 3 avril 2007.

[423] Cf. Tableau 19. Mots-clés et occurrences sur le moteur de recherche Breizhat.com depuis 1997, p. 458.

d'intérêt pour penser un web territorial. Nous sortons explicitement de la sociologie des usages pour entreprendre une sociologie des médias comme offre sémiotique et politique.

Ce corpus « web régional » reprend donc les catégories des acteurs pour créer un web régional. Si un des sites web d'entrée était un institut culturel, il apparaît que le domaine culturel est présent dans ce web dit « régional ». Nous proposons de comprendre les liaisons entre web et territoire, en explorant l'imagerie bretonne, et en son sein, les entités qui ont la capacité de circuler entre web et territoire et sur le web et d'être attachées à un territoire. L'isomorphie entre web et territoire n'apparaît plus pertinente, les limites sur le web sont floues entre les acteurs politiques, institutionnels du territoire et les acteurs qui mettent en ligne des contenus ayant pour thématique ce territoire. La méthode présentée a donc consisté à dégager face à un corpus de 591 sites web des permanences. Les catégories ne sont pas définies *a priori* et n'écrasent pas le réel. Cette première présentation du corpus « web régional » a permis de rappeler la nécessité de redéfinir les catégories pour penser un territoire en lien avec le web. La présentation des méthodes utilisées dans d'autres études de l'internet ou du web et leurs limites a conforté cette nécessité d'un jeu constant d'aller et retours, de dépassement entre des catégories existantes pour classer, découper et étudier un territoire « physique » et ce qui est construit, ce que « font » les acteurs sur le web. Cette méthode est donc une recherche sur la mise en place d'indicateurs d'analyse d'un « web régional ». Face à la multiplicité des acteurs, différentes méthodes sont combinées en vue de circonscrire un corpus « web régional », de dégager des attributs communs ou de relever des différences, des absences. La présence, le regroupement d'attributs ont permis de déterminer cinq médiations entre le web et le territoire qui vont être détaillées à partir du chapitre suivant. La topologie du web oblige à tester un certain nombre d'indicateurs, et à s'intéresser à la « science du web » décrite par M. Newman, A.-L. Barabási, D. J. Watts[424], dont la théorie des agrégats de Jon Kleinberg reprise par G. Ghitalla et M. Jacomy. La topographie laisse place au principe topologique « qui se ressemble, se connecte[425] ». Nous utiliserons dans le dernier chapitre et dans la dernière partie l'ensemble de ces travaux afin d'étudier le corpus « web régional breton ». Cette approche méthodologique permettra de questionner l'efficience la dynamique d'un corpus « web régional » avant de questionner l'efficience d'une « fiction instituante » produite sur le web par l'acteur politique.

[424] Mark Newman, Albert-László Barabási, Duncan J. Watts, *The structure and dynamics of networks*.

[425] Franck Ghitalla, Mathieu Jacomy, Méthodologies d'analyse de corpus en Sciences Humaines à l'aide du Navicrawler, [en ligne], Rapport final août 2007, p. 4.

2 - Chapitre 2 –

Première médiation : les moteurs et annuaires de recherche

« *L'existence de l'alphabet change donc le type de données auxquelles on a affaire et change aussi la gamme des programmes dont on dispose pour traiter ces données.* »

Jack Goody, La raison graphique, p.195

En constituant le corpus « web régional » et en travaillant ce corpus à partir des médiations et des pratiques des acteurs, cinq médiations ont été relevées entre le web et le territoire :

- les moteurs et annuaires de recherche,
- les professionnels,
- les adresses URL,
- les cartes,
- et les liens hypertextes.

La question est de savoir ce que *fait* chacune de ces médiations. Comment une adresse URL et un professionnel du web peuvent-ils au même titre créer une médiation entre web et territoire ? Ces médiations ont été définies à partir des pratiques des acteurs et des outils mobilisés sur le web. La démarche de description est à la fois inductive et déductive, elle passe de l'étape d'inventaire, à celle de réduction puis de structuration[426]. Nous montrerons que chacune de ces médiations crée en propre un procédé de nomination, d'identification, d'attachement territorial et de mise en relation. Chacune de ces cinq médiations sert à :

1. Nommer, au sens où l'acteur se définit comme,
2. Identifier, au sens où l'internaute peut reconnaître quelque chose,
3. Attacher territorialement, au sens où ces pratiques se réfèrent à un territoire « physique » ou mettre en relation des entités entre «physique » et en ligne,
4. Mettre en relation, au sens où l'acteur ne se définit pas par lui-même mais par les relations hypertextuelles établies sur le web.

La première médiation présentée est celle des moteurs et annuaires de recherche. Comment des outils en classant des sites web participent-ils à des degrés divers à une médiation entre territoire et web ?

[426] Algirdas Julien Greimas, *Sémantique structurale*, Paris, PUF, 2002, p. 68.

2 - 1 - État des lieux des outils généralistes et régionaux

Les moteurs et les annuaires de recherche sont utilisés dans l'analyse du rapport réseau et territoire[427]. Mais nous ne souhaitons pas comptabiliser le nombre de sites web par ville à partir de ces outils aux données variables. Entre un acteur international et un acteur régional, quelles sont les différences dans la restitution, la présentation de ces sites web à l'internaute ? Après un état des lieux qui distinguera les outils généralistes des outils régionaux, la méthode de classement des sites web sera détaillée. Puis nous établirons une typologie de ces outils régionaux en questionnant leur pertinence à une échelle locale du web.

La première démarche empirique pour entrer dans un « web régional » a été l'usage des moteurs de recherche et de leurs annuaires, considérés comme les plus puissants ou du moins les plus consultés en Europe de l'Ouest, par exemple *Google* ou *Yahoo Search!*[428]. Nous nous intéresserons à la cohérence des données de ces outils.

Le référencement consiste à relever des adresses Uniform Research Locator (URL) de sites web ou de pages web pour les intégrer dans un annuaire, une base de données composée de catégories, de rubriques. Une des premières différences entre les moteurs de recherche et les annuaires est que les moteurs de recherche indexent automatiquement des pages de sites web tandis que les annuaires fournissent un classement issu d'une expertise humaine. L'indexation est la représentation du contenu des documents dans un système[429]. Cette indexation peut être manuelle, automatique ou semi-automatique, c'est-à-dire avec plus ou moins d'intervention humaine[430]. La seconde différence est que contrairement aux moteurs de recherche, les annuaires ne restituent pas les résultats selon la requête (mots-clés et opérateurs de liaisons) entrée par l'internaute dans une zone de saisie. Les résultats ne sont pas accessibles et indexés comme dans un moteur de recherche. L'internaute accède aux résultats par des catégories, des rubriques prédéfinies qui se succèdent, il utilise des filtres successifs, par exemple Pays > France > Région> Bretagne. Ce premier découpage des annuaires, ce classement reprend donc un découpage territorial (administratif ou géographique) définissant le territoire « physique ». Avant de nous intéresser aux classements des résultats, nous avons essayé d'évaluer la « taille » du « web régional » à partir du nombre de références fourni par des outils que nous allons distinguer entre généralistes et régionaux. Dans le même temps,

[427] Voir la présentation des travaux de Mathieu Zook ou de Marina Duféal et Loïc Grasland précédemment cités.

[428] Olivier Ertzscheid, Gabriel Gallezot, Eric Boutin, Perspectives documentaires sur les moteurs de recherche: entre sérendipité et logiques marchandes, [en ligne], septembre 2007, p.2, disponible sur < http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00172169/fr/>.

[429] Mohand Boughanem, Jacques Savoy, *Recherche d'information*, Paris, Éditions Lavoisier, 2008, p. 24.

[430] Mohand Boughanem, Jacques Savoy, *op cit,* p. 24.

nous avons essayé de savoir si parmi les départements bretons, un de ces territoires pouvait apparaître comme plus « producteur » de références web.

L'intérêt s'est porté sur les annuaires. Les chiffres obtenus sur les deux annuaires et à des dates différentes apparaissent contradictoires. La région Bretagne dans les classements géographiques proposés par ces outils compterait 4890 références dans l'annuaire *Google* contre 2978 dans l'annuaire *Yahoo !*[431]. La Bretagne se situe en quatrième position des régions de métropole dans l'annuaire *Google*, en septième position dans l'annuaire *Yahoo !* et en septième position pour sa population (*INSEE*, 2005). À partir du ratio entre le nombre de références et la population, la Bretagne pourrait être considérée comme une région productive en matière de références web, ou réceptive à l'innovation en raison de variables socio-économiques ou culturelles, selon les termes utilisés par Marina Duféal et Loïc Grasland[432]. Mais le nombre de références demeure une vue partielle des pages web disponibles, comme le souligne la différence de nombre de référence entre les deux annuaires.

Nous présenterons quelques observations faites à partir de l'annuaire *Google,* « Google Directory », en français et en anglais[433]. Un parcours à travers les rubriques Régional > France > Régions > Bretagne permet d'accéder à un répertoire de trois mille cinq cent trente-six références[434]. À partir de cette première information chiffrée, un premier classement par ordre décroissant des départements selon le nombre de références mentionné entre parenthèses est envisageable: Finistère (841) ; Ille-et-Vilaine (715) ; Morbihan (694) ; Côtes-d'Armor (560). Le département de la Loire-Atlantique selon cette même source dispose de 586 liens vers des références, mais il n'est pas compris dans la région Bretagne. En 2009, le département des Côtes d'Armor apparaît comme le plus productif (1247), tout en étant le département le moins peuplé[435]. Ces chiffres semblent être trop approximatifs.

En version française, uniquement en 2007, le département le plus « producteur » de références était le Finistère avec 970 références et en anglais, le Morbihan avec 83 références. La même démarche effectuée dans la version anglaise de *Google Directory*, aboutit à 321

[431] CF. Tableau 16 Classement des régions françaises en fonction du nombre de références selon les chiffres recueillis sur les annuaires « Google » et « Yahoo ! » (janvier 2007-septembre 08), p. 457.

[432] Marina Duféal, Loïc Grasland, La planification des réseaux à l'épreuve de la matérialité des TIC et de l'hétérogénéité des territoires, *Flux*, 2003, vol. 4, n° 54, p. 66.

[433] Cf. Tableau 17. Classement des départements de la région Bretagne et de la Loire-Atlantique selon ls données de l'annuaire Google (janvier 2007 et juin 2009), p. 458.

[434] Nous nommerons ces chiffres présentés généralement en italique et entre parenthèses comme des références car elles sont généralement des adresses URL renvoyant à des sites web, terme utilisé ici dans un sens général ou à des pages de sites web.

[435] Cf. Tableau 17., *idem*, p. 458.

références, répertoriées dans sept catégories[436]. L'écart de plus de trois milles références entre les deux versions, et l'apparition de catégorie comme « Independence Movement », littéralement « Mouvement d'indépendance », soulèvent quelques remarques. Outre les classements topographiques, les références sont présentées selon des rubriques générales comme « Santé », « Actualité et Médias » en français. En anglais, dans la catégorie « Mouvement indépendant », trois liens hypertextes dirigent pour l'un vers une page web en anglais présentant un mouvement breton « Emgann » (« Mouvement de la gauche indépendantiste »), le second vers l'ancien site web du parti politique « Union Démocratique Bretonne » (UDB), tandis que le dernier lien ouvre sur le site web du *Time Magazine Europe*, avec un article rapportant les faits d'un attentat meurtrier en 2000, à Quévert. Utilisant le même principe de présentation du nombre de références ou hyperliens par catégorie, un premier parcours montre d'une part des doublons d'adresses d'URL d'une catégorie à une autre. D'autre part, les liens hypertextes contenus dans les catégories dirigent parfois vers des sites web inactifs ou n'ayant pas été mis à jour depuis deux, trois voire sept années. De plus, les pages web ouvertes à partir des liens hypertextes ne sont pas toutes émises en anglais. En effet, les noms de domaine génériques en .com, .biz sont présents mais aussi les noms de domaine code-pays comme .uk ou .fr.

Outre les limites des données obtenues sur ces différents outils, les méthodes de classement des références, leur mise à jour et la collecte des données ne permettent pas d'établir avec certitude la validité de ces sources. Ce premier état des lieux montre que ces outils demeurent inadaptés pour l'analyse d'un corpus « web régional ».

La seconde démarche a été de s'intéresser à des éditeurs[437] de sites web en Bretagne ou traitant de la thématique Bretagne. La précision de la langue de consultation[438], Français (F), Breton (B), Anglais (A) montre que deux références utilisent le breton ou l'anglais comme langue de recherche, ou de présentation des catégories. Les vingt sites web ont été mis en ligne par des acteurs hétérogènes (associations, entreprises, personnes ou collectivités territoriales) à une échelle régionale. Ces acteurs ont utilisé des robots ou des individus afin de remplir leur base de données et fournissent entre 225 et 20131 références web (année

[436] Titres des listes de liens hypertextes dans Google Directory, page consultée le 18 février 2007, disponible à l'adresse [http://www.google.com/Top/Regional/Europe/France/Regions/Brittany/]: « Business and Economy (13) », « Côtes-d'Armor (72) », « Finisterre (68) », « Ille-et-Vilaine (53) », « Independence Movement (3) », « Morbihan (83), « Travel and Tourism (24)».

[437] Cette dénomination d'éditeur reprend la qualification de la Loi pour la Confiance de l'Economie Numérique (LCEN), Loi n°2004-575, du 21 juin 2004, qui utilise cette dénomination d' « éditeur d'un service de communication en ligne ».

[438] Inventaire non-exhaustif réalisé entre février et mars 2007, des annuaires et moteurs de recherche qui permettent d'accéder à un certain nombre de références, de sites web le plus généralement avec des catégories liées à la « Bretagne ».

2009). Le classement par département dans « Le moteur de recherche de la Bretagne » reprend un découpage à cinq départements, et non à quatre départements comme pour *Google Directory.* Le nombre de catégories est variable pour ces annuaires qui ciblent le plus généralement des territoires restreints comme un département, un pays, mais dont la moyenne est à plus de 35 catégories au total. Lors des échanges avec les responsables de ces outils, à la question posée du nombre de références, la réponse est hésitante chez les éditeurs, le portail *Breizhat* excepté. Fred Lannou, responsable du moteur de recherche *Via Ouest* affirme dans un mail : « *Je serai bien incapable de chiffrer le nombre de pages de ViaOuest!, probablement plusieurs millions.*[439]» Pour l'association « Musiques et Danses en Bretagne », le nombre de références dans l'annuaire en ligne équivaudrait au nombre de fiches présentant une structure. De ce fait, il est sous-entendu que chaque structure culturelle de Bretagne dispose d'un site web [440]. Les chiffres demeurent aléatoires et ceux qui sont présentés ont été fournis par les outils ou comptés manuellement.

Pour comprendre la démarche des éditeurs, des échanges par mail, par téléphone ou des entretiens semi-directifs ont été entrepris[441]. Cependant, les responsables de *Breizhoo* ou du *Portail des Côtes-d'armor* n'ont pas pu être contactés alors que le premier outil présente le plus de références et les géolocalise, et le second émane d'une collectivité territoriale et propose la géolocalisation. La géolocalisation affiche les sites web par commune sur un fond de carte.

Nous relevons à partir du tableau quatre médiateurs apparaissant comme spécialisés sur la thématique de la Bretagne, *Breizhoo*, *Breizhat*, *An Arvorig* et *Viaouest.com*. Le nombre de références varie entre 3000 et 22000 références selon ces quatre médiateurs. Il est à noter que des annuaires existent pour des zones géographiques restreintes, par exemple *Le portail des Côtes d'Armor* ; *Portail et annuaire du Finistère* ; *Annuaires des sites du Pays de Vannes*. Ces annuaires sont réalisés par des institutions, des entreprises ou résultent d'initiatives collectives ou individuelles. Il apparaît que les entreprises qui constituent ces outils sont majoritairement des agences de communication spécialisées dans l'internet ou des entreprises informatiques. La presse quotidienne régionale est aussi présente avec l'annuaire disponible sur *Bretagne.com*, dont le propriétaire est le quotidien régional, *Le Télégramme*. La seconde

[439] Échanges de mails en mars 2007 avec M. Fred Lannou, responsable du site web Via Ouest !.

[440] Échanges de mails en janvier 2008, avec Sophie Briand, responsable de l'information, association « Musiques et danses en Bretagne ».

[441] Cf. Annexes DVD. « Entretiens sur les moteurs de recherche » et « Description du moteur de recherche Breizhat ». Il est cependant assez difficile de rentrer en contact avec les responsables de ces outils. La prise de contact s'effectue généralement par l'envoi d'un formulaire via la rubrique « contact » du site web, Les coordonnées postales ou téléphoniques n'étant pas toujours disponibles[441]. Pour se faire, l'usage du site web Alexa a permis de trouver certaines coordonnées, disponible à l'adresse suivante : < http://www.alexa.com >

remarque, outre le fait qu'il y ait des acteurs publics et privés, est que les éditeurs ne sont pas forcément implantés dans le territoire de la région, avec des acteurs à Londres par exemple pour *An Arvorig*.

L'inventaire des moteurs de recherche et annuaires montre également un usage restreint du breton. Même si l'annuaire *Breizhat* reconnaît le terme « Breizh », littéralement Bretagne, dans les occurrences, la langue de consultation n'est pas le breton. Toutefois, l'internaute a la possibilité de changer les « Préférences » de navigation sur le moteur de recherche *Google* et de choisir comme langue le breton. Le gallo usité Haute-Bretagne n'apparaît pas dans la liste des langues de cet outil.

Finalement, les données obtenues par les outils généralistes et régionaux n'apparaissent pas cohérentes. Nous allons donc nous intéresser au classement des sites web dans leur restitution aux internautes à partir de leurs requêtes, et non dans la collecte des adresses URL puisque nous ne prenons pas en compte par exemple les métadonnées, les balises, qui participent au repérage du document par ces outils.

2 - 2 - Une première distinction de classement des références

En effet, dans un moteur de recherche ou un annuaire, il existe plusieurs étapes :

- la collecte des données,
- l'indexation des données,
- la restitution des données.

Après cet état des lieux, il convient de s'intéresser aux données collectées sur ces outils et à leur pertinence dans le cadre de ce sujet et comme objet d'investigation[442]. La pertinence, la « robustesse » des données, des références indexées par les moteurs de recherche comme source d'information dans le cadre de travaux sur les sites institutionnels dans la région PACA, ont été remises en cause par Eric Boutin et Guillaume Perrin[443]. Selon ces auteurs, il faut parcourir l'internet avec ses propres outils, méthode que nous proposerons ultérieurement. À ce stade, nous essayons de comprendre la relation entre ces outils et un corpus « web régional ».

Pour l'annuaire *GoogleDirectory,* les références s'affichent à l'écran sous la forme de liste selon un classement alphabétique, ou selon un algorithme, le « Page Rank » de *Google*.

[442] Judit Bar-Ilan, The use of web search engines in information science research, *Annual review of information science and technology*, Washington, American Society for Information Science, 2004, vol. 38, pp. 231-288.

[443] Éric Boutin, Guillaume Perrin, Construction du réseau d'interaction entre sites web : test de robustesse de la méthode à partir de plusieurs sources d'information, in 4ème TIC et Territoires : quels développements, île Rousse, 2005, 9 pages, disponible sur <http://isdm.univ-tln.fr/PDF/isdm22/isdm22_boutin.pdf>.

La présentation des sites web ou des adresses URL dans ces annuaires comme données oblige de s'intéresser :

- à la présentation des références dans des catégories ou rubriques ;
- à la sélection des références avec des algorithmes ;
- aux « sources » des annuaires en références.

1) Classement par catégorie ou indexation

La première distorsion entre le web et le territoire est le critère retenu pour classer les références. Ce critère varie selon l'éditeur et sa proximité physique avec le territoire de référence, la Bretagne. Car l'objectif de l'indexation est de « trouver les concepts les plus importants du document (ou de la requête), qui formeront le descripteur du document. [444]» Mais les pratiques dont nous rendrons compte ne sont pas des pratiques de professionnels de l'information et de la documentation, ainsi nous parlerons de « critère de classement » et de « catégorie ».

Avant l'échelon local du web, les références sont affichées selon un classement géographique par échelons successifs : pays, région, département, ou « pays et régions historiques » dans l'annuaire *Yahoo !*. Pour *Google* et *Yahoo !*, ce classement géographique ou topographique reprend les départements de la région administrative de la Bretagne, mais dans les outils régionaux, la Bretagne comporte cinq départements. Dans le même sens, le classement reprend une logique administrative avec les communes et les villes. Cependant d'autres classements existent, comme la carte suivante le précise : l'annuaire de l'« Institut Culturel de Bretagne » localise les références web avec la catégorie « La culture bretonne dans chaque ville et pays » et dépasse les limites territoriales avec la catégorie « Institutions Culturelles hors-Bretagne ». Le responsable de l'annuaire *Breizhat* a dû « élargir » ce classement géographique de la Bretagne face aux réactions des internautes[445]. *« Alors ça, ça a fait causer un petit peu. (rires) Cela a fait causer un petit peu, parce qu'à l'époque, on n'avait pas dû mettre Nantes. J'espère qu'on l'a mis depuis, je ne sais même pas. Oui. Mais au début, on ne l'avait pas mis. Et en plus, au début on avait mis une carte dans Breizhcam, je crois, où justement, on avait coupé Nantes aussi, donc ça a causé pas mal. Mais enfin, (rires) on a élargi un petit peu ça.* » Le découpage et les titres des catégories deviennent alors moins topographiques qu'adaptables à des limites socio-culturelles. Les catégories résultent d'un bricolage et non d'une politique instituée.

---

[444] Mohand Boughanem, Jacques Savoy, *Recherche d'information*, Paris, Éditions Lavoisier, 2008, p. 24.

[445] Cf. Annexes DVD. Entretien semi-directif avec Régis Le Guennec, directeur de l'agence « MBA Multimédia », le 3 avril 2007.

Figure 7. Cartographie relationnelle des catégories des principaux annuaires et moteurs de Recherche spécialisés sur la thématique « Bretagne » ou généralistes (Mars 2007)

Cette cartographie relationnelle réalisée avec le logiciel Réseaulu[446], reprend les titres des catégories des cinq annuaires ou moteurs de recherche généralistes *Yahoo !* et *Google Directory* et régionaux, *An Arvorig, Breizhat* et *Institut Culturel de Bretagne*, représentés par un rond orange. Ces annuaires sont nommés par les éditeurs comme « Le guide du web breton » selon *Breizhat*, ou sur le mode du slogan, « Découvrez la Bretagne », ou « Découvrez les principales catégories du guide breton » selon *An Arvorig*. Au contraire, l'« Institut Culturel de Bretagne » nomme cet outil « L'annuaire des liens de Skol-Uhel ar Vro

[446] Réseaulu, logiciel basé sur la technologie des bases de données relationnelles est conçu et développé par Andrei Mogoutov et distribué par la SARL AGUIDEL, www.aguidel.com. L'algorithme Réseaulu a été développé au Laboratoire de démographie historique (Ehess-Ldh) par M. Gribaudi et A. Mogoutov, 1991 Selon Pascal Cristofoli. « L'algorithme Reseaulu suppose que la représentation d'un graphe respecte le plus possible les critères de lisibilité (affichage sur l'ensemble de la page de tous les objets composant le graphe, non superposition des points), et d'organisation configurationnelle des objets (proximité des points reliés, éloignement des points non reliés). » selon Cristofoli Pascal, Vilaça Olivier, Le Monde comme réseau, in Lévy Jacques (Dir.), Jeu de Cartes, nouvelle donne: cartographier aujourd'hui les espaces d'aujourd'hui. Projet CartogrAm, Rapport Datar, Mai 2002, (pp.165-188) [Rapport édité].

(Institut Culturel de Bretagne) ». En ce sens, l'institut donne un caractère d'autorité et de validité à cette sélection des adresses URL. Le classement devient moins topographique que topologique, c'est-à-dire lié à une définition propre à l'éditeur de la Bretagne, des relations de la Bretagne à d'autres entités hors du territoire « physique » qui la définit.

En effet, à la question « Votre annuaire s'intitule « Le guide du web breton », qu'entendez-vous par web Breton ? », le responsable de l'annuaire *Breizhat* répond :

« *[…]. En fait c'est le web, en gros c'est le web des Bretons mais pas forcément en Bretagne. C'est-à-dire que là, on référence à la fois des sites de non-Bretons qui vivent en Bretagne et parlant de la Bretagne mais également de Bretons à l'étranger parlant d'un sujet hors Bretagne. Donc quand on parle de web Breton, on parle de la Bretagne et du web des Bretons.*

_ Des expatriés y compris ?

_ Oui mais qui ne parlent pas forcément de la Bretagne. On peut très bien avoir, je ne sais pas moi, un expatrié de la diaspora bretonne qui lui parle de son coin et qui a un nom bien breton. Il a un intérêt d'être là-dedans. [447]»

Le « web breton » devient moins le web de la Bretagne que le web que font les Bretons, traitant ou non du territoire de la Bretagne dans leurs contenus. À partir de la cartographie relationnelle des titres des catégories, nous pouvons séparer les catégories partagées entre des annuaires généralistes et les catégories propres aux annuaires régionaux, même si les classes utilisées ne sont pas les mêmes. Les catégories partagées concernent :

- l'économie, liée au terme commerce par les annuaires généralistes, ou entreprise voire à la culture pour les annuaires régionaux (hexagone noir),
- l'enseignement et la formation pour les annuaires généralistes, l'éducation pour les annuaires régionaux (triangle rayé),
- l'actualité et les médias pour les annuaires généralistes, réduite aux médias dans les annuaires régionaux (petit rond noir),
- le politique, les loisirs et le tourisme dans quatre des cinq annuaires (petit carré noir et carré rayé).

Si les titres utilisés en vue de désigner une catégorie ne sont pas les mêmes, l'association entre plusieurs mots n'est pas identique également. Pour comprendre ce que chacun des titres comporte comme références et ce que définissent les acteurs par ces titres, prenons l'exemple de la catégorie « culture » selon les trois annuaires régionaux.

La catégorie « culture » présente dans les annuaires régionaux n'est pas mentionnée sous cette dénomination mais dans « Arts et culture » ou « Art et divertissement » dans les annuaires généralistes. L'économie se lie à la culture dans un des annuaires régionaux. Cette

[447] Cf. Annexes DVD. Entretien semi-directif avec Régis Le Guennec, directeur de l'agence « MBA Multimédia », le 3 avril 2007.

catégorie « culture » (rond rayé) est détaillée en étant associée aux « traditions » ou aux « patrimoine, musées ». Dans deux des trois annuaires régionaux, la musique est séparée de la culture, en étant associée ou non à la danse. Dans l'annuaire *Breizhat,* la culture contient la musique et les manifestations culturelles. Les sous-catégories sont : « Annuaire » ; « Festnoz[448] » ; « Musique électronique » ; « Artiste » ; « Groupe » ; « Rock » ; « Autre Musique » ; « Instrument » ; « Rock celtique » ; « Chant » ; « Label » ; « Festival et Concert » ; « Musique celtique ». Dans l'annuaire *An Arvorig*, la catégorie « Culture et traditions » opère un découpage entre « Histoire, généalogie » ; « Légendes, mythologie » ; « Mégalithisme, celtisme » et « Musiques, danses bretonnes ». Ainsi les musiques et danses bretonnes vont être distinguées entre des « sites Bagad » ; « Celto-rock, java-rock, pop, rock » ; « Luthiers, instruments » ; « Musique traditionnelle » ; « Partitions, textes » et les « manifestations, événements » qui composent une autre catégorie.

Cette différence de classement de la catégorie de culture qui englobe la musique ou qui plus subtilement distingue les traditions de la musique traditionnelle, devient, dans le cadre de ces catégories, « un « médiateur » entre deux classes »[449], selon J. Goody. Dans cette catégorie sont distingués ou associés selon les bases de données les différents types, genres de la culture en Bretagne, entre les composantes de l'histoire, des légendes, de la musique et des traditions. Mais la musique est un médiateur entre la tradition et les musiques actuelles. Fest-noz et rock ne s'équivalent pas, néanmoins ils sont compris dans la catégorie « musique ».

Les catégories partagées entre les annuaires régionaux recouvrent des périmètres et des éléments variables. Le moteur ou l'annuaire de recherche n'est pas en ce sens un intermédiaire entre web et territoire, il est un intermédiaire des schèmes classificatoires des acteurs entre le territoire et le web. « Le web régional » reprend ces schèmes classificatoires des médiateurs et de leurs médiations en harmonisant les contradictions, les distorsions entre ces différentes classifications. Il distord plus qu'il ne transporte, tout en restant un ensemble cohérent. Des catégories présentent des nominations partagées, ou plus consensuelles comme le breton, la mer ou l'environnement. L'« Institut Culturel de Bretagne » développe le thème de la langue (triangle noir) en plusieurs catégories car les catégories de cet annuaire reprennent les vingt-quatre sections de travail de l'institut qui est un acteur de l'édition en Bretagne. La question du cadre ou du regard demeure toujours présente.

[448] « Fest noz » ou littéralement, « fête de nuit ».

[449] Jack Goody, *La raison graphique*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1979, p. 184.

2) Classement par algorithme

La présentation des résultats (références) par liste opère une deuxième distorsion par l'usage d'algorithme dans la collecte et la restitution des résultats. Dans l'annuaire *Google Directory*, la présentation des liens hypertextes se fait par classement alphabétique ou par la technologie « Page Rank », algorithme qui affiche les sites web ou les pages des sites web selon un principe d'autorité par rapport à un mot clés lié à la consultation de la page web concernée[450]. Le score d'autorité se base sur les liens hypertextes entrants dans un graphe orienté. Ces algorithmes et les choix effectués par les équipes en charge de les développer ont des incidences sur la restitution des résultats de recherche. Sans entrer dans les détails techniques, les choix effectués induisent des parcours de robots (appelés « crawlers » ou « spiders ») des liens hypertextes qui affectent l'indexation, le classement des références[451]. L'une des technologies utilisées sur *Google* se dénomme « PageRank ». Le « Pagerank » ou « classement d'une page » est un algorithme dont le nom serait apparemment issu du cofondateur de « Google », Larry Page, en 1998. Cet algorithme permet d'afficher les résultats selon un principe d'autorité par rapport à un mot clé lié à la consultation de la page web concernée. Ainsi, lors d'une recherche via le moteur de recherche *Google*, la première URL à apparaître devrait cette place à la valeur de son « PageRank ». De même, la présence d'une ou plusieurs pages à « PageRank » élevé engendrerait une indexation et une mise à jour plus régulières. Ce principe de mise à jour automatique explique la présence d'hyperliens morts ou de doublons par exemple dans les annuaires. Le « PageRank » prendrait en compte les liens hypertextes entre les sites web. Il existe également des logiques commerciales à cet affichage, par liste.

Au plan régional, les acteurs régionaux peuvent développer leur propre algorithme et tendent à se spécialiser sur une thématique précise (culture, locations, etc.), comme *bretagnesearch.com.* Par conséquent, contrairement aux annuaires régionaux ou aux premiers annuaires généralistes comme *Yahoo !,* créé en 1994, où les deux fondateurs indexaient manuellement les pages web en les répartissant par catégories, les moteurs de recherche indexent automatiquement. Cependant, à une échelle régionale, les catégories des acteurs rendent compte du territoire « physique » dans sa dimension temporelle tandis que les moteurs de recherche dans leur traitement automatique des données s'éloignent de ce

[450] Nous ne nous intéresserons pas ici aux similarités avec la bibliométrie, voir à ce sujet Olivier Ertzscheid, Gabriel Gallezot, Perspectives documentaires sur les moteurs de recherche: entre sérendipité et logiques marchandes, [en ligne], septembre 2007, p. 4, disponible sur <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00172169/fr/>. Sur l'algorithme « Page Rank », il existe de nombreux articles scientifiques que nous ne pouvons résumer en quelques lignes et n'ayant pas d'éléments nouveaux, nous le présenterons succinctement.

[451] Eric Enge, « Eric Enge Interviews Yahoo's Priyank Garg », juillet 2008, disponible à l'adresse http://www.stonetemple.com/articles/interview-priyank-garg.shtml.

territoire « physique », pour traiter d'un espace équivalant à n'importe quel autre espace et découpé à l'identique. Certaines catégories sont a-territoriales tandis que certaines catégories attachent au territoire de référence.

3) Classement par relevé humain

Malgré l'usage de robot, *Google Directory* repose également sur un relevé humain, sur un index manuel. Quelle est la source de cet annuaire « Bretagne » sur *Google Directory*?

« Le contenu de l'annuaire Google est basé sur Open Directory, et complété par la technologie Google. Les évaluateurs suivants (Open Directory) ont contribué à cette catégorie :fanch. [452]» *Yahoo!* dispose d'une équipe de salariés et *Google* est associé depuis 2000 avec un projet « open source » ou en accès libre développé depuis 1998, l'« Open Directory Project [453]», ou « DMOZ ». Le nom est en référence au navigateur web « Mozilla » auquel il est associé depuis 1999. Le véritable nom de ce projet est « Netscape Open Directory Project » puisque l'entreprise « Netscape Communication Corporation » administre et héberge le projet depuis 1998[454] et soutient également le navigateur web « Mozilla ». Le projet de base de données du web se veut mondial et catalogué par des êtres humains. Le projet est d'établir le catalogue du web grâce à un répertoire du web « développé et maintenu par une vaste communauté mondiale d'éditeurs bénévoles[455] ». Cette base de données sert de base à des annuaires, des moteurs de recherche et des portails comme *AltaVista*, *AOL*, *Ask*, *Clusty*, *Gigablast*, *Google*, *Lycos*, *MSN*, *Wisenut*, *Yahoo!*. Les personnes, nommées « éditeurs », parcourent le web pour obtenir les références. Elles sont spécialisées sur des domaines thématiques et des zones géographiques précises. Ainsi, un éditeur demeurant à Guingamp (22) se retrouve en charge de la rubrique "World: Français: Régional: Europe: France: Régions: Bretagne: Côtes-d'Armor: Voyages et tourisme: Hébergement: Locations de vacances". La catégorie « Bretagne » est éditée par Fañch qui habite en Suède. D'autres démarches d'acteurs régionaux participent également à alimenter les annuaires et moteurs de recherche d'acteurs internationaux. Fred Lannou, responsable du moteur de recherche « Via Ouest » explique sa démarche en ces termes : « Les grands moteurs de recherche ont besoin de moi, c'est vital pour eux. [456]» L' « Open Directory Project » avec son catalogue de trois mille quatre cent cinquante-trois références – équivalent

[452] Google directory, consultation disponible à l'adresse URL suivante http://directory.google.com/

[453] Le projet est d'établir le catalogue du web grâce à une communauté mondiale d'éditeurs bénévoles. Cette base de données est reprise par des moteurs de recherche et des portails comme « Lycos », « MSN », etc., disponible à l'adresse : http://dmoz.org

[454] Informations disponibles en français à l'adresse suivante : http://www.aef-dmoz.org/help/geninfo.html

[455] Dmoz, page consultée le 14 mars 2007, disponible sur http://dmoz.org/World/Fran%C3%A7ais/about.html.

[456] Échanges de mails en mars 2007 avec M. Fred Lannou, responsable du site web Via Ouest !.

à l'annuaire *Google* - apparaissait à ce stade de l'analyse empirique comme le plus pertinent. La même démarche que sur l'annuaire *Google* a été effectuée sur le site web français de l' « Open Directory Project »[457]. Les catégories présentes sur la page d'accueil ne permettent pas de trouver la catégorie « Bretagne ». En saisissant le requête « Bretagne » dans le moteur de recherche du site web, nous obtenons un catalogue de 3563 références[458]. Au niveau du répertoire en anglais sur le site web *dmoz.org*, les catégories sont identiques à celles de l'annuaire *Google*[459]. Le nombre de références par catégorie varie d'une dizaine de références[460]. Les quatre premiers thèmes sont géographiques et les trois suivants traitent de l'économie, du tourisme et de mouvement indépendantiste.

Cette première démarche empirique n'a pas permis de définir le nombre de sites web traitant de la thématique « Bretagne » ou réalisés par des acteurs bretons. L'exhaustivité n'est pas envisageable. Le parcours de ces annuaires a cependant montré que les catégories utilisées pour orienter l'internaute et classer les références sont d'une part géographiques, avec la présence de quatre ou cinq départements, et d'autres part, thématiques avec une prédominance de thèmes généralistes comme l'économie et le tourisme. Si la dimension culturelle est présente dans les annuaires régionaux, cette rubrique est absente des annuaires et moteurs de recherche généralistes. La définition du « web régional » pour les moteurs et annuaires de recherche régionaux reprend les catégories de l'éditeur mais ces catégories sont partagées entre les acteurs avec des nuances propres à chaque éditeur. Cette « proximité cognitive » peut s'expliquer par une présence de ces éditeurs dans le territoire « physique » de référence, voire par une volonté commune de faire connaître la Bretagne sur le web, d'accentuer sa visibilité. Cette première démarche a également présenté le fonctionnement pour récolter les adresses URL. Ainsi le référencement sur *Dmoz* est effectué par des éditeurs bénévoles, mais cette démarche est limitée, la technologie *Google* utilise, quant à elle, un algorithme, comme d'autres éditeurs régionaux. Outre les techniques de constitution de ces bases de données et index, manuelles ou automatiques, des divergences existent entre les classements topographiques, suivant un découpage territorial de la région administrative ou suivant un découpage « historique » du territoire avec cinq départements. Et, dans le même temps, des divergences existent entre des classements avec des catégories généralistes adaptables à

[457] Disponible à l'adresse URL suivante http://www.aef-dmoz.org.

[458] Dmoz, page consultée le 15 février 2007, disponible sur http://dmoz.org/World/Fran%c3%a7ais/R%c3%a9gional/Europe/France/R%c3%a9gions/Bretagne.

[459] En anglais, le résultat est de deux cent soixante-neuf références, en breton de vingt-huit références, en allemand de quatre-vingt références, en catalan de deux références, en espagnol de sept références, en espéranto de quatorze références et en italien de cinq références.

[460] Cf. Tableau 18. Tableau comparatif des références entre l'annuaire « Dmoz » et « Google », p.458.

l'ensemble des pays et des catégories avec une approche plus topologique, entrant dans la dimension culturelle et socio-logique du territoire et des acteurs.

2 - 3 - Typologie des pratiques des annuaires régionaux

Derrière ces méthodes de collecte et de classement des références, nous avons souhaité comparer la démarche des acteurs au niveau régional par rapport à celle d'autres acteurs évoluant à des échelles du web plus vastes. La typologie que nous allons proposer concerne donc les pratiques des acteurs et plus particulièrement, leur « agir-ensemble ». En effet, cette typologie montrera que ces médiations ne résultent pas d'une démarche exclusivement individuelle afin de collecter des données. Nous montrerons qu'outre des logiques marchandes, ces annuaires sont conçus comme des guides à l'usage de l'internaute où les sites web sont évalués selon différents critères.

En ce sens, nous proposons une typologie de ces moteurs de recherche et annuaire, et plus particulièrement de la démarche des acteurs qui en sont les initiateurs ou éditeurs, en quatre catégories:

- Les moteurs de recherche ou annuaires « technicisés » sont issus de technologies qui envoient le plus généralement des robots pour rapporter des adresses URL du web,

- Les moteurs de recherche ou annuaires « collecteurs » travaillent à partir de leur notoriété et le bon vouloir des éditeurs de sites web qui envoient directement leur lien hypertexte pour faire enregistrer leur site web,

- Les moteurs de recherche ou annuaires « butineurs » résultent du parcours du web par des éditeurs qui collectent les URL et les incorporent dans des catégories, comme l' « Open Directory Project »,

- Les moteurs de recherche ou annuaires « fédérateurs » présentent en ligne leurs adhérents, leurs membres, leurs partenaires ou autres dont les sites web sont la source de la base de données de l'outil.

Cette classification n'est pas exclusive. Ainsi le portail *Breizhat*, avec son moteur de recherche, a connu une évolution dans le temps par rapport à ses objectifs. Dans un premier temps, il s'agissait d'une démarche bénévole dans l'intention de faire « connaître un petit peu la Bretagne sur le réseau internet »[461]. Aujourd'hui, cet outil sert de « vitrine technologique » pour les clients potentiels de l'agence de communication. Dans le même temps, les sites web sont « collectés », c'est-à-dire que ce sont les éditeurs qui soumettent leur site web, alors même que l'agence affiche ses partenaires, c'est-à-dire ses clients, sur le portail conçu alors comme une « vitrine commerciale ».

[461] Cf. Annexes DVD. Entretien semi-directif avec Régis Le Guennec, directeur de l'agence « MBA Multimédia », le 3 avril 2007.

La variation au niveau des chiffres recueillis auprès d'acteurs régionaux reflète l'état de la technologie et des moyens. Les outils sont réalisés par des amateurs (des associations, des individus) ou par des professionnels (des agences de communication, des développeurs informatiques). L'exhaustivité a un coût, notamment pour l'usage d'outils comme des robots qui parcourent automatiquement le web et de temps afin de constituer ces bases de données. Les moteurs de recherche ou annuaires « technicisés » sont des « vitrines technologiques » pour les acteurs qui développent leur propre technologie. De la sorte, Mikaël Le Vilain[462] a créé le moteur de recherche *Bretagne Search* en 2004 afin de mettre en avant la technologie qu'il a mise au point. Il repère les sites dits « bretons » ou émis de Bretagne (y compris la Loire-Atlantique).

Le moteur de recherche sur le portail *Breizhat* voit aujourd'hui sa base se compléter par un envoi de formulaire par les éditeurs qui veulent y être inscrits. Dans ce cas, le moteur de recherche collecte les sites web par soumission. Cette méthode peut être complétée par « butinage » du web qui consiste pour les responsables d'annuaires à rechercher par leurs propres moyens, souvent manuels, des sites web. Le site web de l' « Institut Culturel de Bretagne » a été mis en ligne en 2004 par un informaticien extérieur à l'institution. Pour les liens hypertextes, la procédure se déroule en interne. Les liens hypertextes présentés sont issus soit de la demande des éditeurs, soit des recherches, du « butinage » par le directeur de cet institut[463] sur le web. Il gère les liens hypertextes qui, selon ses propos, renvoient à l'image de l'institut qu'il dirige. Ce butinage peut résulter d'une veille sur d'autres supports, ainsi l'annuaire de l'association « Musiques et Danses en Bretagne » reprend des sites web présentés dans la presse quotidienne régionale. Auparavant, la base a été créée à partir d'un travail de collaboration entre les Associations Départementales de Développement de la Musique et de la Danse (ADMM), de « Musiques et Danses en Bretagne » et de l'association « Dastum ». À travers cette typologie, le deuxième critère de l'exhaustivité est donc le coût en termes de temps afin de constituer la base de données de ces outils. Il existe dans les annuaires, des sites web dits en attente, *i.e.* les URL ont été repérées mais qu'elles ne sont pas encore intégrées dans la base de données faute de temps pour les traiter[464].

Les annuaires « fédérateurs » présentent leurs adhérents, ou plus généralement leurs membres qu'ils soient une collectivité territoriale, une association, ou autre. En conséquence, le « Conseil régional de Bretagne » présente les collectivités territoriales de son territoire de

[462] Entretien téléphonique en mars 2007 avec Mickael Vilain, responsable du site web « Bretagne Search ».

[463] Entretien téléphonique en mars 2007 avec Bernard Gestin, directeur de l'« Institut culturel de Bretagne ».

[464] Cf. annexes DVD. Entretien semi-directif avec Régis Le Guennec, directeur de l'agence « MBA Multimédia », le 3 avril 2007.

compétence. L'association « Produit en Bretagne » affiche les membres de son association. Dans ce cas, le classement et le choix des liens hypertextes se font selon une proximité physique, thématique des acteurs, ce que nous pourrons nommer des affinités. Nous considérons donc ces annuaires et ces moteurs de recherche comme des outils « spécialisés » d'entrée sur les sites web « bretons », nous les qualifierons donc d'annuaires et moteurs de recherche « régionaux ».

Si la démarche d'un annuaire peut être établie à l'échelle d'un département, ou sur des thématiques comme les associations culturelles, pourquoi ne pas envisager l'établissement d'un même outil à l'échelle régionale ? En effet, cette lisibilité et cette crédibilité du référencement qui semblent induites par ce type d'outil institutionnel ou associatif pourraient entraîner un meilleur référencement des sites web émis de Bretagne ou traitant de cette thématique et offrir une meilleure lisibilité. L'exhaustivité des annuaires et moteurs de recherche s'évalue en termes de coût en temps et en recours à des robots.

Ces outils d'entrée sur le web à l'usage de l'internaute sont également mis au service des internautes et répondent à l'image de l'acteur qui les met en ligne. Ces annuaires ou moteurs de recherche classent les adresses URL en fonction de thématiques liées au territoire comme le présente l'analyse des catégories sur ces outils et non exclusivement à des classifications alphabétiques, de notoriété (liens entrants) ou à des découpages topographiques. Les rubriques sont donc établies selon les thèmes de travail des acteurs, ou en collaboration avec des bibliothécaires pour l'annuaire *Breizhat*, ou selon la volonté propre des acteurs. Ces outils créent en ce sens une représentation de la Bretagne par leur classification et leur sélection qu'ils effectuent sur le web, ce sont des médiateurs. Sur le portail et l'annuaire *Breizhat*, les liens hypertextes vers les sites web sont évalués selon huit critères afin d'orienter l'internaute. L'annuaire prend la responsabilité de la qualité du site web référencé, il est « un petit peu comme le *Guide du Routard* [465]», afin d'orienter l'internaute. L'expertise humaine se met au service de l'internaute.

La logique des acteurs en ce sens est moins comptable que sociale ou cognitive. Le choix et le classement des liens hypertextes pourraient correspondre chez les acteurs à « un acte social et/ou cognitif »[466] selon Matthieu Jacomy et Franck Ghitalla. L'analyse des rubriques de liens hypertextes de sites web dans un corpus restreint permettra de comprendre la mise en relation par le lien hypertexte dans le cadre des annuaires et moteurs de recherche.

[465] Cf. annexes DVD. Entretien semi-directif avec Régis Le Guennec, directeur de l'agence « MBA Multimédia », le 3 avril 2007.

[466] Franck Ghitalla, Mathieu Jacomy, Analyse topologique du domaine web de la culture scientifique, technique et industrielle, in Dominique Boullier (sous la coord.), webCSTI Culture scientifique et technique sur le web : mesures des usages et dynamique d'un champ, rapport final mars 2007, p. 24.

Ces références d'annuaires et de moteurs de recherche sont classées et ne sont pas le résultat d'une mise en relation entre deux sites web, ce qui distingue une rubrique de liens hypertextes d'un annuaire ou moteur de recherche.

L'objectif de cette démarche empirique était d'établir un inventaire des sites web dits « bretons ». Or, comme nous l'avons souligné le recensement est l'une des techniques de base pour administrer un territoire, l'instituer. L'une des techniques mobilisées à partir du XVIIIe siècle afin de former l'imaginaire national, selon B. Anderson, était le recensement, comme « forme d'imagination de l'État colonial [467]». Il apparaissait donc important de comprendre la démarche des acteurs sur leur « recensement » sous forme d'annuaire ou de moteur de recherche de ce qu'ils nomment le « web breton ». Est-il envisageable de dégager des similarités dans la classification, les étiquettes ou les classes ? La classification de *Breizhat* a fait l'objet de contestation de la part des éditeurs de sites web. Dans le même sens, cette classification par un outil de recherche peut offrir un « identité », ou une appellation à un site web qui n'en possède pas. Or, selon B. Anderson, les catégories construites dans un recensement sont sans ambiguïtés, ainsi la catégorie « autres » fait son apparition.

« *La fiction du recensement est que tout le monde doit y figurer, et que tout le monde a une place – et une seule – extrêmement claire. Les fractions sont exclues* [468]».

De ce fait, dans les catégories des trois annuaires régionaux, la catégorie « divers » répond à cette fiction de recensement. En parcourant les références de ces catégories, la multiplicité des thèmes présents sur le site web ou, un thème hors du champ de compétence de l'éditeur de l'annuaire, comme le projet « Point BZH » dans l'annuaire de l'« Institut Culturel de Bretagne » les font appartenir à cette catégorie « divers ». Nous soulignons que trouver des catégories communes à partir des thèmes des contenus web est une démarche que nous avons entreprise et qui n'a pas abouti, alors même que dans la relation hypertextuelle entre les sites web, la question des contenus pourrait être un des facteurs d'échanges de liens hypertextes.

À travers les classes des recensements, B. Anderson montre qu'elles sont issues des formes d'imagination, qui deviennent à partir du XIXe siècle de plus en plus quantitatives. Car derrière cette quantification, l'État colonial mettait en place une « carte imaginée » qu'il allait pouvoir administrer. Face aux anciennes communautés religieuses qui perduraient, l'État colonial allait doubler le recensement entre un point de vue religieux, et un point de vue

[467] Benedict Anderson, *L'imaginaire national*, p. 170.

[468] Benedict Anderson, *op cit,* p. 169.

politique et juridique[469]. En ce sens, il est possible d'envisager qu'un recensement des sites web serait :

- un classement pour l'administration puisque les catégories des communautés d'utilisateurs définies dans les politiques publiques demeurent éloignées des pratiques du web,
- et/ou, une classification qui prend en compte ce qui se fait, non dans un but de contrôle des données, mais dans un objectif de lisibilité et de visibilité accrues.

Car la forme de la liste est selon Jack Goody, un classement, une hiérarchisation des éléments et un contrôle des données, renvoyant à la magie.

« *Pour ma part, j'irais plus loin : on peut dire que le fait même de classer (c'est-à-dire une manière, inhérente à toute science, de s'assurer un contrôle des données) implique un usage des mots qui n'est pas très éloigné de celui des invocations magiques. Aujourd'hui, la magie du mot imprimé a remplacé, en un sens, la magie du mot parlé.* [470]» Le mot est détaché du « réel ». « *Le mot écrit n'est plus directement lié au « réel », il devient une chose à part, il est relativement détaché du flux de la parole, il tend à ne plus être aussi étroitement impliqué dans l'action, dans l'exercice du pouvoir sur la matière.* [471]»

En même temps, le mot peut renvoyer à la forme d'imagination, comme la culture, la musique et la danse peuvent être associées ou distinguées dans les annuaires régionaux de sites web. Nous avons souligné que les catégories recouvraient des ensembles variables. Ces médiateurs (annuaires et moteurs de recherche) ne calquent pas un territoire sur le web, ils reprennent les classifications propres à chacun des éditeurs tout en harmonisant les contradictions, les distorsions dans un ensemble cohérent.

Cette première médiation des moteurs et annuaire de recherche généralistes et régionaux, opère dans la production de listes et de création de catégories une médiation entre web et territoire. Derrière l'aspect technique de ces outils (les algorithmes), nous avons montré que la construction de ces bases de données pouvait être le résultat d'échanges entre les acteurs au niveau régional, et qu'ils pouvaient également reprendre des schémas classificatoires, des catégories, plus près du territoire « physique », du « concret » par rapport à des outils généralistes. Cependant, il existe une distorsion entre le territoire et le web, dans la restitution des données, dans la « collecte » des données et dans la pratique des acteurs. Cette distorsion doit donc être prise en compte dans l'établissement d'une fiction instituante.

[469] Benedict Anderson, *op cit,* pp. 172-173.

[470] Jack Goody, *La raison graphique,* Paris, Les éditions de Minuit, 1979, p. 100.

[471] Jack Goody, op.cit., p. 100.

L'état des lieux des outils de recherche permet de distinguer deux catégories entre les « généralistes » et les « régionaux ». Cette distinction ne s'explique pas uniquement par la provenance géographique des éditeurs mais par l'indexation des adresses URL collectées. Entre l'algorithme de collecte et de restitution des données, le critère décisif est le critère retenu et défini par l'éditeur pour classer les adresses URL ou les sites web. Ce critère finit par valoir pour l'objet et l'objet s'y conforme, ce qui est nommée la performativité. En travaillant sur les attributs communs, que sont les mots-clés, les titres des catégories dans les annuaires « régionaux » et « généralistes », il est envisageable de distinguer deux altérations, ou distorsions entre territoires et web.

La première, « généraliste », opère une médiation en appliquant les mêmes découpages administratifs, géographiques, socio-économiques selon la zone géographique considérée.

La seconde, régionale, opère une médiation qui applique des découpages variables d'association ou de dissociation selon le regard porté par l'éditeur sur ce qu'est un « web breton » et selon les conventions propres à son organisation interne.

En ce sens, le moteur et l'annuaire de recherche sont l'une des premières médiations entre web et territoire. Et, selon l'éditeur de cet outil, le classement, l'indexation varient. Or, dans le partage des catégories ou conventions entre certains éditeurs « régionaux », la proximité « cognitive » entre ces outils apparaît liée à :

- une présence dans le territoire « physique »,
- et à un but commun qui est d'assurer la visibilité et la lisibilité, « faire connaître » la Bretagne sur le web.

Les catégories ne sont pas uniques tout en devenant concordantes. Cependant, comment certains professionnels du web, au-delà d'assurer une lisibilité et une visibilité de la Bretagne sur le web, peuvent-ils participer à la construction d'un « web régional breton » ?

3 - Chapitre 3 -

Deuxième médiation : les professionnels comme médiateurs et fabricants du web

La conception des sites web est faite par des « réalisateurs » de sites web. En effet, l'éditeur n'est pas obligatoirement le concepteur du site web, c'est-à-dire que la conception graphique, discursive ou technique peut être confiée à des personnes extérieures. Nous reprenons la distinction faite par Anne Cauquelin entre le prospect du professionnel et le perspect de l'amateur[472]. Le professionnel est dans le prospect, *i.e.* l'ensemble et la vue étendue. Il s'éloigne du quotidien et de son environnement. L'amateur est dans le perspect : le détail et la marche pas à pas. Il est dans le quotidien. Nous avons noté à partir de cet auteur que le paysage était lié à une technique et un savoir-faire qui participent à la rhétorique, pour faire advenir le résultat comme réalité[473]. Le site web[474], quant à lui, se situe entre les pratiques individuelles d'un lieu physique et les activités de communication propres à la mise en scène sur le web. Les pratiques des professionnels du web pour créer un « web régional breton » n'auraient-elles pas quelque chose de similaire avec le savoir-faire et la rhétorique pour créer l'idée de paysage ? À la différence de la présentation des jardins faite par Anne Cauquelin, les professionnels et amateurs du web se rencontrent pour mettre en ligne des sites web. La distinction sur le web est quelque peu différente, notamment selon le modèle de l'innovation ascendante, *i.e.* des utilisateurs aux producteurs, développé par Eric Von Hippel[475]. Ainsi après un croisement entre éditeur, réalisateur et hébergeur et leur implantation géographique, nous questionnerons la spécialisation de quelques professionnels.

3 - 1 - La réalisation des sites web

Pour comprendre la « conception » en partenariat avec une personne ou une entreprise extérieure, nous présenterons en quelques lignes l'équipe de conception du site web de la ville de Rennes. Bernadette Kessler, responsable du service « information multimédia» de la ville de Rennes travaille en collaboration avec deux personnes, un ingénieur et un chef de projet et

[472] Anne Cauquelin, *Petit traité du jardin ordinaire*, Paris, Payot, 2003, pp. 22-24.

[473] Anne Cauquelin, Le paysage et son dessein, in Antoine Bailly, Renato Scariati, *op cit,* p. 105.

[474] Anne Cauquelin, *Le site et le paysage*, Paris, PUF, 2002, p. 26.

[475] Eric Von Hippel, Users as Innovators, [en ligne,] in Eric Von Hippel, *The Sources of Innovation* by Eric Von Hippel, Oxford, Oxford University Press, 1988, 17 pages, disponible sur http://web.mit.edu/evhippel/www/.

d'accompagnement des projets[476]. Le graphisme du site web *rennes.fr* a été assuré par Elisabeth Catçoury, graphiste indépendante. La société SQLI basée à Poitiers a développé techniquement le site web. Sur *rennes.fr*, une application de « plan dynamique » est disponible sur le sous-site web « Citévision ». La mise en ligne de cette application résulte de démarches de partenariat entre différents services de la ville et de partenaires privés, tels que « France Telecom Recherche et Développement » et les sociétés « Archividéo » et « Business Geografic SAS ». Ainsi, plusieurs tâches peuvent être réalisées en externes :

- la conception graphique du site web,
- le développement technique du site web,
- le développement technique d'outils ou d'applications sur le site web.

Le contenu paraît être développé en interne puisque l'éditeur du site web est également le directeur de publication.

Voyons comment ces acteurs travaillent plus particulièrement à la création d'un « web régional » par leurs choix graphiques, les outils mis en ligne et leurs échanges. Selon Jacques Beauchard, « *(...) les architectes, les écrivains, voire les modélistes du web sont déjà là, disponibles ; peuvent-ils devenir les premiers agents de l'aménagement du territoire entraînant, ici et là, le renouveau des représentations du débat public ?*[477] » En effet, les représentations sont au cœur de la territorialité, source de conflits selon Jacques Beauchard[478]. D'après cet auteur, l'internet est un monde clos, et un « *mode de l'écriture et de l'interprétation, tant du point de vue de la conception de l'énoncé que de sa recomposition à travers la recherche des hypertextes*[479] ». Cependant, nous ne définissons pas un énoncé, un texte. Les liens hypertextes, selon nous, sont moins dans le corps de texte, qu'un procédé de mise en relation entre des sites web. Il convient de distinguer chaque contexte d'apparition de ces liens hypertextes. Mais selon Jacques Beauchard les professionnels créent des représentations nécessaires. « […] *L'accélération des vitesses et la mobilité nous portent à la rencontre de nouveaux paysages qui façonnent les représentations les plus nécessaires à l'interprétation nouvelle des lieux et du temps*[480] ». Le renouveau du patrimoine territorial

[476] Entretien de Bernadette Kessler, webmaster de rennes.fr réalisé dans le cadre de la réalisation des entretiens de l'étude Bertrand Cabedoche, Florence Le Cam, Denis Ruellan, L'information de service public, Rapport mai 2006, disponible sur <http://www.marsouin.org/article.php3?id_article=106>, consulté le 15/03/07.

[477] Jacques Beauchard, *La bataille du territoire*, Paris, L'Harmattan, p. 118.

[478] Jacques Beauchard, *op cit,* p. 127.

[479] Jacques Beauchard, *op cit,* p. 118.

[480] Jacques Beauchard, *op cit,* p. 118-119.

passe selon l'auteur par une « puissance d'image » qui devrait être au cœur de l'aménagement du territoire[481]. Ainsi nous nous intéressons à ces professionnels.

Dans le tableau suivant, à partir du corpus de 591 sites web, les réalisateurs sont répartis entre interne et externe, et pour cette catégorie, selon les types, indépendants, entreprises, associations, institutions ou individuels. À partir de cet aperçu général, nous essayerons de déterminer s'il existe une faible distance entre les réalisateurs et les éditeurs de sites web, entre les hébergeurs de sites web (serveurs) et les éditeurs, avant de définir les compétences propres aux réalisateurs de sites web.

Réalisation		**Nombre de références web**
Interne	Interne	255
	Interne et une personne ou un organisme	32
	Non communiqué	71
Externe	Indépendants	22
	Entreprises	163
	Associations	12
	Institutions	3
	Individuel	19
	Non communiqué	14

Tableau 5. Répartition par type des « réalisateurs »

Dans le corpus « web régional », 60,58 % des sites web sont réalisés en interne. En interne, les sites web ou blog sont pour 287 d'entre eux réalisés par l'éditeur, aidé parfois par une personne ou une entreprise pour la conception graphique ou applicative, comme dans l'exemple de *rennes.fr*. Pour 71 sites web, aucune information, le plus généralement indiquée dans une rubrique « mentions légales » sur les sites web, ne permettait de déterminer qui avait réalisé le site web, le blog, le groupe de discussion ou le forum. Il est cependant envisageable de supposer que ces références web ont été créées en interne sur une plateforme. De même en externe, 14 réalisateurs n'ont pas pu être classés.

Dans le cas d'une réalisation en externe, ce sont les entreprises qui sont majoritairement présentes, nous les nommerons les professionnels, auxquels il est envisageable d'associer les indépendants. Les associations peuvent également être spécialisées dans la conception graphique et la création de sites web comme l'association « BUG », située à Rennes en Ille-et-Vilaine. Cette association a assuré la réalisation graphique et technique du site web de l'association « Eau et Rivières de Bretagne », dont le siège régional est à Guingamp, dans le

[481] Jacques Beauchard, *La bataille du territoire*, Paris, L'Harmattan, p. 52.

département des Côtes d'Armor. La proximité physique n'est pas requise pour la réalisation du site web, ni son hébergement, puisque que pour le site web de l'association « Eau et Rivières de Bretagne », l'hébergement est assuré par l'entreprise « Icodia » dont le siège social se situe à Rennes. La conception et l'hébergement demeurent régionaux dans cet exemple.

La réalisation du site web peut également passer d'une réalisation externe à une réalisation interne. L'association « Dastum » est présente sur le web à travers son site depuis décembre 1999[482]. L'architecture générale a été confiée à l'entreprise « TC Multimédia » en 1999. L'informaticien de l'association a adapté au fur et à mesure le site web, notamment les bases de données dynamiques. Si « TC multimédia » a réalisé la première version du site web, la seconde version dont le lancement est prévu entre décembre 2006 et janvier 2007, a été réalisée en interne. Ce constat montre un passage de l'amateur recourant à un professionnel externe à une certaine professionnalisation dans la prise en compte du rôle de l'outil web pour l'action de cette association qui est la transmission des archives sonores du patrimoine breton.

La difficulté réside dans la frontière entre amateur et professionnel. Ce ne sont pas des spécialistes, des experts de la rhétorique qui font les représentations, ou le « web régional », plutôt l'ensemble des éditeurs qui créent les contenus, avec 60 % des sites web créés en interne. Dans l'étude des jardins, Anne Cauquelin distingue les amateurs des professionnels. En ville, le jardin est un territoire de défense alors qu'en campagne, il sépare du reste de la campagne. Ainsi, le tour n'a pas toujours la même signification. Pour les amateurs, il s'agit de clôturer le jardin, tandis que les professionnels ne clôturent pas, ils intègrent un « paysage global ». Il existe donc deux façons de regarder, l'une reposant sur la perspective, c'est-à-dire le prospect, l'ensemble dans le sens de *prospicio*, qui signifie « voir au loin » ; l'autre est issue d'un point de vue, c'est-à-dire un perspect, des détails dans le sens de *perspicio*, qui signifie « voir avec attention, en détail ce qui est à côté de soi »[483]. Cet amateur participe également à la mise en ligne de contenus, de signes. Cet amateur pourrait être rapproché de l'homme ordinaire définit par Michel De Certeau en rapport avec la notion de culture. « *[…] Ces trivialités ne désignant plus l'objet du discours, mais sa place. Le trivial n'est plus l'autre (chargé d'accréditer l'exemption de son metteur en scène) ; c'est l'expérience productrice du texte. L'approche de la culture commence quand l'homme ordinaire devient narrateur, quand il devient le lieu (commun) du discours et l'espace (anonyme) de son*

[482] Cf. Annexes DVD. Entretien avec Anna Jaouen, Chargée de communication de l'association « DASTUM », le 2 novembre 2006.

[483] Anne Cauquelin, *Petit traité du jardin ordinaire*, Paris, Payot, 2003, pp. 22-24.

développement.[484] ». L'homme ordinaire est narrateur, l'internaute, l'éditeur est un narrateur-amateur. Dans le même temps, cet amateur peut devenir innovateur, dans le modèle de l'innovation ascendante. Von Hippel dans son ouvrage a relevé que les innovateurs sont souvent les utilisateurs, les usagers qui développent leur propre outil[485]. Ces usagers sont dans le quotidien. Nous reviendrons sur le cheminement de cette innovation avant sa commercialisation. À ce stade, il faut retenir que dans le cadre du web, de l'interterritorialité, les professionnels que nous privilégions dans ce chapitre, ne sont pas les uniques initiateurs de la territorialité sur le web. Toutefois, il est difficile de distinguer le répertoire de compétences des professionnels et des amateurs. La question du regard mise en avant par Anne Cauquelin est donc une clé de compréhension. Dans les exemples des sites web de la ville de Rennes ou de l'association « Dastum », les amateurs et les professionnels de la conception graphique et technique sur le web se rencontrent pour mettre en ligne des sites web. Cette rencontre est-elle dépendante de la distance ? Malgré la diversité des processus de mise en ligne d'un site web, nous tenterons de comprendre la position de ces acteurs professionnels et amateurs jusqu'au terme de cette analyse de la construction d'un « web régional » par ces acteurs.

3 - 2 - Répartition territoriale des éditeurs, réalisateurs et hébergeurs

Malgré l'obligation du législateur de mentionner les coordonnées du propriétaire d'une page mise en ligne sur le web, les lieux de provenance de 31 sites web de ce corpus ne sont pas identifiables. Il a été parfois possible d'identifier le lieu géographique en fonction des photographies présentes sur les pages ou d'informations fournies dans les textes. En dernier lieu, nous avons utilisé le site web de la société « Alexa »[486] qui fournit des informations (coordonnées des « éditeurs » de sites web, consultation, etc.). Les champs pris en compte ont été le département pour les éditeurs en France ou le pays pour les sites étrangers.

Dans l'annuaire de « l'Institut culturel de Bretagne », une première répartition géographique des références a été entreprise. La prédominance du département du Finistère est marquée avec quatre-vingt huit références. Le lieu de résidence de l'institut se situe à Vannes, toutefois le département du Morbihan n'est pas « sur-représenté ». Cette prédominance du département du Finistère se confirme lors d'un inventaire contenant 591 références, avec 162 sites web pour ce département, suivi du département de l'Ille et Vilaine

[484] Michel De Certeau, *L'invention du quotidien*, tome 1, Paris, Gallimard, 1990, p. 18.

[485] Eric, Von Hippel, Users as Innovators, [en ligne,] in Eric Von Hippel, *The Sources of Innovation* by Eric Von Hippel, Oxford, Oxford University Press, 1988, p.11, disponible sur http://web.mit.edu/evhippel/www/.

[486] Site web de la société « Alexa », disponible à l'adresse suivante < http://www.alexa.com/>

avec 81 références et enfin, des deux départements Morbihan et Côtes d'Armor comportant un nombre moitié moindre de sites web par rapport au département du Finistère. Le nombre de références provenant de la région parisienne du département de la Loire-Atlantique est équivalent. L'ensemble de la France et du monde est couvert avec 38 références[487]. Ces sites web ou autres références sont en France des amicales de bretons, des ensembles de danse (cercles celtiques) ou de musique (des bagadoù), et également, des associations de prospective. À l'étranger, des sites d'expatriés sont présents, également une « Maison de la Bretagne » en Pologne, un festival « de celtes » organisé en Slovaquie.

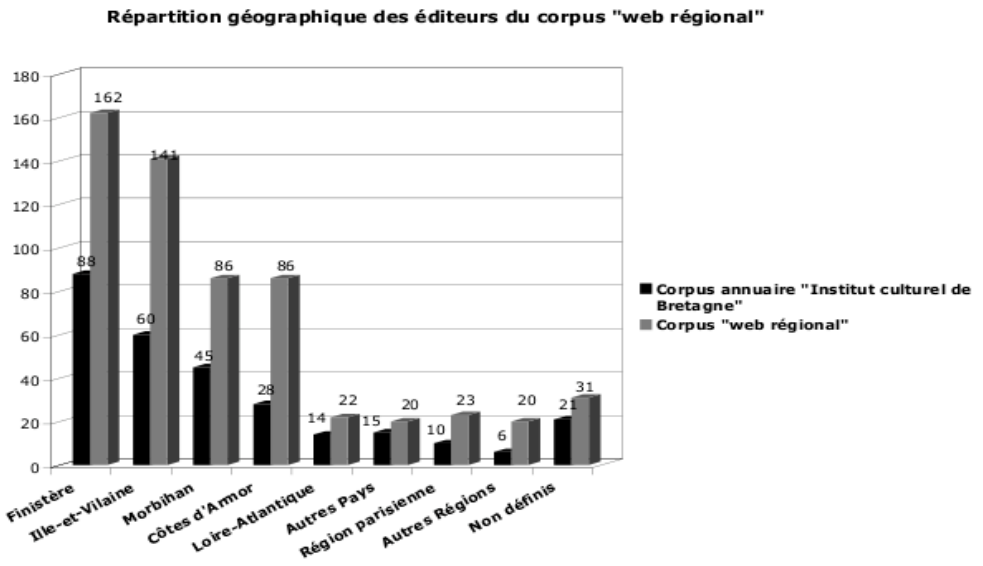


Tableau 6. Histogramme de la répartition géographique des éditeurs du corpus « web régional »

Cet histogramme nous indique que le « web régional » (tel que présenté par notre corpus) est construit par des éditeurs provenant du territoire de la Bretagne à cinq départements. La provenance géographique des « réalisateurs » est vérifiable dans 199 cas[488]. Certains réalisateurs sont implantés à la fois dans la région parisienne et dans un département breton ou en Loire-Atlantique. Parmi ces réalisateurs, deux agences de communication spécialisées dans le web disposent de bureaux sur deux départements bretons : l'Ille-et-Vilaine et le Finistère. À partir de cette répartition et face au manque de données, aucune corrélation entre répartition géographique des éditeurs de sites web et des « réalisateurs » de sites web n'apparaît. Alors que les éditeurs se situent d'abord dans le département du

[487] Nous indiquons le nom des pays et des régions françaises avec le nombre de références s'y rapportant entre parenthèses : Angleterre (2), Australie (1), Belgique (2), Chine (1), Espagne (1), Irlande (2), Italie (1), Pays de Galles (2), Pologne (1), Russie (1), Slovaquie (1), Suisse (3), Thaïlande (1) ; Ain (1), Ariège (1), Aude (1), Bouches-du-Rhône (2), Charente (1), Charente-Maritime (1), Eure (1), Haute-Garonne (3), Gironde (1), Lot-et-Garonne (1), Puy-de-Dôme (1), Hautes-Pyrénées (1), Bas-Rhin (3), Somme (1).

[488] Cf. Tableau 21. Répartition géographique des réalisateurs dits « extérieurs », p. 460.

Finistère, les réalisateurs professionnels proviennent du département de l'Ille-et-Vilaine, où se situe la métropole régionale, ce qui confirmerait la production des sites web dans les pôles innovants, ou grandes villes pour les professionnels. Les références web sont produites en locales par des professionnels en région parisienne, en corrélant lieu d'édition et lieu de réalisation.

Le deuxième facteur dans la conception professionnelle du web est l'hébergement des sites web. Dans la conception des sites web, et dans le rapport entre sites web et territoires, cet acteur nie en quelque sorte « l'immatérialité » du web car il porte les infrastructures techniques de l'internet. L'ordinateur hébergeur d'un site web est l'« instrument et lieu de sa confection graphique, de son actualisation [489]». En 2002, une fusion de tous les acteurs en fournisseur d'accès (FAI), moteur de recherche et hébergeur, comme pour « France Telecom » était relevée par Gabriel Dupuy. L'hébergeur web met à disposition le site web par une connexion assurée en continu au réseau Internet par des serveurs web. « *L'activité d'hébergement consiste à stocker les données et les programmes nécessaires au fonctionnement du site. En outre, l'hébergeur assure les fonctions de raccordement au réseau par l'intermédiaire des opérateurs de télécommunication, la gestion de la sécurité et éventuellement de la maintenance.* [490]» Clément Jacquin distingue quatre catégories d'hébergeurs :

- les gratuits qui assurent le service contre un bandeau publicitaire sur le site web,
- les mutualisés qui partagent l'espace du serveur et la bande passante entre chaque site,
- les dédiés qui attribuent un serveur à un client,
- et, la colocation qui est « la location d'un espace dans un centre d'hébergement et d'une connexion Internet »[491].

En France, en 2002, Clément Jacquin montre que ces hébergeurs se situent dans les zones d'activités innovantes, autour d'espaces frontaliers et de grands pôles urbains. En Bretagne, sur le corpus restreint de quinze sites web, les résultats ne confirment pas cette analyse.

Sur quinze sites web, quatre sont hébergés en interne avec deux associations et deux institutions. Sans informations disponibles, trois hébergements demeurent indéterminés, après consultation, l'un est hébergé en interne et les deux autres par l'entreprise qui réalise techniquement le site web. Sur quinze sites web, trois sont hébergés hors de la région, avec le « Comité Régional du Tourisme de Bretagne », dont l'hébergeur, « NP 6 » se situe à Bordeaux, département de la Gironde, *geobreizh.com* dont l'hébergeur « Platine

[489] Gabriel, Dupuy, *Internet, Géographie d'un réseau*, Paris, Ellipses, 2002, p. 37.

[490] Clément Jacquin, Les services d'hébergement Internet en France, Networks and Communication Studies, *NETCOM*, 2003, vol. 17, n°1-2, p. 24.

[491] *Idem*, p. 25.

Communication », se situe à Mérignac, département de la Gironde, et le site *armor-tv*, hébergé par son réalisateur « Net Concept » situé à Avrille, département du Maine-et-Loire. Les entreprises externes qui hébergent quatre sites web se situent dans une proximité « physique » à l'échelle régionale de quatre départements. Seuls les sites web de la coopérative « Laïta » de Brest, département du Finistère, réalisé par l'agence de communication « MBA » à Rennes sont hébergés à Nantes, département de la Loire-Atlantique. De ce fait, l'hébergement sur un corpus restreint de quinze sites web apparaît local.

En associant, la décision de mise en ligne ou l'édition, la réalisation et l'hébergement d'un site web, il apparaît que ces trois actions se réalisent dans une proximité « physique » ou une échelle régionale. Cependant, ce constat est à relativiser car l'hébergement n'était pas un attribut pris en compte dès le premier inventaire du corpus « web régional ».

3 - 3 - Spécialisation, compétences et savoir-faire des professionnels et des amateurs

Nous avons recherché une corrélation entre le lieu « physique » (ville et département) et les entreprises et des indépendants ayant réalisé au moins trois sites web. Puis, nous avons associé à ces entreprises et ces indépendants, le domaine ou les projets qu'ils ont réalisés[492]. Le rapprochement entre ces professionnels et les projets montre une situation identique à celle des moteurs et annuaires de recherche en ligne. La création d'outils en ligne « gratuits » travaille sur la notoriété, la valorisation de l'acquisition de compétences de l'agence ou de l'individu. Ces compétences internes peuvent devenir la dynamique interne du « web régional breton ». Pour la mise en ligne du moteur de recherche « Breizhat », la motivation première était de faire connaître la Bretagne sur l'internet. Par la suite, ce moteur de recherche devient aussi une vitrine technologique pour l'agence « MBA Multimédia », comme le souligne son directeur. « *Donc c'était à titre complètement bénévole, et maintenant ça nous sert un peu de vitrine technologique pour l'agence « MBA » qui est identifiée beaucoup pour le design, le graphique mais très peu pour l'ingénierie informatique. Donc dès que l'on parle moteur de recherche à un prospecteur, il voit tout de suite « Google », « Yahoo » etc. ce qui permet de montrer nos compétences, on va dire, en tout cas de les valoriser.* [493]» Ainsi derrière l'outil technique que nous avons déjà présenté, ce directeur d'agence participe à la visibilité de la Bretagne sur le web, à la création d'une dynamique du « web breton ». Et, il souligne que cette agence est connue pour son graphisme et son design. Elle a donc une compétence en

[492] Cf. Tableau 22. Présentation des professionnels réalisant des sites web, p. 461.

[493] Cf. Annexes DVD. Entretien avec Régis Le Guennec, directeur de l'agence « MBA Multimédia », le 3 avril 2007.

matière de conception graphique, c'est-à-dire que ces professionnels dans la mise en ligne d'outils sur le web (annuaire) et de formes (graphisme, design) peuvent participer à la création d'un « web régional ». Sur son site web, l'agence met en ligne un dictionnaire de breton, développé en partenariat avec l' « Office de la langue Bretonne ». Cet établissement d'intérêt public a pour mission la traduction de support en breton. Pour cette traduction en breton, la société « MBA Multimédia » a développé un icône qui signale la version en breton du site web. Dans notre corpus restreint, cette agence réalise les sites web de la coopérative laitière « Laïta ». Sur les trois sites web, la traduction en breton est signalée par le même icône que sur l'annuaire de l'agence de communication. Cet exemple n'est pas anecdotique. La trame de fond du site web *antourtan.org* est identique à la trame de fond du site web du festival « de Cornouailles ». Or ces deux références ont été réalisées par la même agence, « Icomme ». Le graphisme résulte d'un processus de création graphique par des techniciens, voire des artistes. En ce sens, nous estimons que ces formes identifiables et leur répétition peuvent créer une imagerie bretonne et participer à la dynamique de ce corpus.

D'autres domaines de compétences apparaissent comme la langue bretonne pour la société « Anaximandre » à Landerneau (29), l'agroalimentaire pour l'agence de communication « K Unique » à Quimper (29), les collectivités territoriales et les services publics pour la société « Inovagora » à Compiègne (60). À l'inverse, la création d'outils permet à une agence de valoriser cette compétence ultérieurement. La société « Hippocampe » basée à Brest a réalisé pour les conseils généraux du Finistère et des Côtes d'Armor, les applications de covoiturage. Dorénavant, « désireuse de promouvoir son application d'offres et demandes de covoiturage sur Internet, l'agence Hippocampe lance sa propre marque : « roulezmalin.fr. »[494]. La société « Médialeizh » basée à Lorient a réalisé le site web durant le salon de l'agriculture à Rennes (SPACE), « La Téléagricole », télévision en ligne. Cette agence réalise le site internet de l'association « An Oriant Médias » qui met en ligne une télévision en mars 2008, « An Oriant Tv [495]», « La web TV du Pays de Lorient ». Ainsi, un processus de capitalisation se met en place dans lequel les entreprises spécialisées dans le web développe des compétences, des savoir-faire et participent à la promotion d'un « web régional breton ». Les acquis des réalisations précédentes sont réinvestis dans de nouvelles réalisations, qui circulent sur le web. Selon Von Hippel, l'innovation ascendante suit un cheminement, qui va de la création, à la diffusion, à la circulation de l'information par des publications et des communications, et ensuite une récupération par des scientifiques ou

[494] « Hippocampe », Agence de communication, Brest, page web disponible à l'adresse URL : http://www.hippocampe.com/index.php?page=portfolio

[495] Association « An Oriant Médias », télévision en ligne « An Oriant Tv », site web disponible à l'adresse : http://www.anoriant.tv

des firmes qui proposent la version commerciale[496]. Nous retenons que l'usager crée lui-même le prototype, la solution à son problème. Contrairement au texte de Von Hippel, il ne s'agit pas de machine, mais d'applications ou de contenus web. Dans ce corpus, les professionnels créent et mettent des contenus en ligne. Ils mettent en circulation des contenus sur le web. Nous verrons que cette circulation est parfois limitée par des acteurs dont les pratiques sont trop inscrites dans le territoire « physique », qu'ils soient professionnels ou amateurs.

Les « indépendants » de leur côté qui ont réalisé vingt sites web, onze d'entre eux ont été développés par trois personnes, un photographe, Gildas Hemon, et deux graphistes Julien Cornic et Yann Rousic. Julien Cornic basé dans les Côtes d'Armor, réalise des sites web dans ce département et plus particulièrement dans le monde associatif et culturel. Julien Cornic est salarié de l'association « Dastum Bro Dreger » (ou littéralement, « Dastum du Pays Trégor ») et permanent de la fédération des associations culturelles bretonnes du Trégor-Goëlo (partie ouest du département), « Al Levrig », dont il réalise le site web. Le narrateur se trouve également pris dans d'autres formes d'activité dans le territoire « physique ». Il se situe entre le quotidien, le détail et l'ensemble, le web.

Une autre forme de production de la narration du territoire sur le web par le politique se situe dans l'attribution de prix régionaux du web. Lors des « Prix régionaux de l'avenir du breton[497] », les lauréats de l'année 2006 dans la catégorie « particuliers » étaient Mikael Bodlore-Penlaez et, dans la catégorie « associations », le deuxième prix était l'association « STUR », dont est membre Tangui Ar Menn. Ces « prix régionaux » ont été mis en place par l' « Office de la langue bretonne /Ofis ar brezhoneg », à la demande du « Conseil régional de Bretagne » en 2001. « Autour de la Saint Yves, un individu, une entreprise ainsi qu'une association sont ainsi mis en valeur pour leurs actions exemplaires en faveur de la langue bretonne.[498]» Mikael Bodlore-Penlaez a été récompensé pour son site web *geobreizh.com*, la réalisation du site web de la radio « Radio Kerne » et son action en faveur du projet d'extension « régionale » de nom de domaine, « .bzh ». L'association « STUR » dont est membre Tangui Ar Menn, s'est vu décerner un prix pour sa création de sites web en breton, la mise en ligne d'un dictionnaire *geriadur.com*, la traduction d'outils informatique en breton, et la création d'un correcteur d'orthographe et pour son projet de traduction automatique. Ces prix comportent outre une distinction, une prime financière délivrée par le Conseil régional de

[496] Eric Von Hippel, Users as Innovators, [en ligne,] in Eric Von Hippel, *op. cit.* p.11.

[497] Règlement des « Prix régionaux de l'avenir du breton », disponible sur le site web http://www.ofis-bzh.org.

[498] Association « Office de la langue bretonne », pages web disponible à l'adresse URL http://www.ofis-bzh.org/fr/services/developpement/travaux.php?travail_id=45.

Bretagne. Ces acteurs professionnels par la reconnaissance qu'ils acquièrent et ces amateurs par leur démarche hors d'une entreprise, d'une institution, reçoivent dans leur construction d'un « web régional », une institutionnalisation par des prix régionaux. Cette institutionnalisation sous forme de prix tend à créer une symbolique sur le web, axée sur le breton comme langue du « web régional breton ».

Cette catégorie des professionnels permet également de distinguer l'éditeur, du réalisateur, de l'hébergeur, qui peuvent être le même acteur ou non. Dans ce cas, ils n'apparaissent pas se situer dans le même lieu (ville) mais dans une faible distance, à l'échelle régionale. Ce constat tendrait à souligner que la composition des territoires en ligne reposerait sur la contiguïté des territoires physiques pour cette composition, puisque édition, réalisation et hébergement demeurent dans une proximité géographique. Or sur le web, ces regards se juxtaposent, se rencontrent autour de projets pour composer un « web régional breton ». Certains acteurs professionnels, comme les acteurs amateurs semblent se spécialiser en développant des compétences, des savoir-faire mis en ligne et qui circulent sur le web. Ce milieu innovant du web entre vue d'ensemble et détails met en place des compétences différenciées qui assurent la dynamique de l'ensemble. La distinction amateurs et professionnels est faible dans ce « web régional » du point de vue du regard. La distinction entre les acteurs devra se faire sur la dynamique de ces acteurs sur le web. Le milieu innovant n'est pas institué. Il est un processus, entre échanges, mises en ligne de contenus, d'applications. En reprenant les catégories d'Anne Cauquelin sur le paysage, la peinture et la littérature ont créé un « modèle-admis » du paysage, une forme symbolique qui crée une autre forme symbolique « un modèle-écran », celui du rêve du paysage[499]. Et pour devenir une forme symbolique, il existe des techniques, des savoir-faire, un art de la persuasion pour faire advenir ce paysage comme la réalité. Les formes symboliques antérieures structurent la forme symbolique du rêve, et même si le rêve de paysage est en rapport avec la nature, c'est une sorte de rapport d'idéal pour atteindre la « satisfaction ». La pureté du regard est conditionnée par l'héritage[500]. En ce sens, dans cette médiation, il existe un processus d'innovation qui n'est pas détaché d'un territoire « physique ».

Cependant, la distinction professionnel/amateur n'est pas toujours valide. Nous reprendrons donc pour conclure une proposition de Roger T. Pédauque sur la redistribution et l'émergence des compétences.

[499] Anne Cauquelin, *L'invention du Paysage*, Paris, PUF, 2004, p. 16.

[500] Anne Cauquelin, *op. cit.,* p. 16.

« *La production de documents n'est plus l'apanage de professionnels qui maîtrisent non seulement les outils […], mais aussi les règles liées, notamment à la lisibilité. N'importe qui peut être appelé à contribuer sur un site, ce qui implique l'acquisition de compétences critiques pour pouvoir décrypter, en particulier, la manière dont les formes éditoriales contraignent le discours. La capacité technique, celle qui permet de maîtriser de façon minimale le fonctionnement des outils, conditionne en partie l'exercice de ces savoir-faire. Mais ces derniers relevant de compétences multiples, se distribuent diversement en fonction des aptitudes, et des attitudes des utilisateurs. Une échelle, du « novice » à l' « expert », n'a plus guère de sens, puisque l'éventail des savoirs est très hétérogène […].* [501]»

Nous pourrions dire que dans le cadre du web, il existe à la fois une spécialisation des professionnels, ainsi qu'un jeu d'aller et retour entre des contenus du territoire mis en ligne par des professionnels ou des amateurs et qui circulent sur le web. L'acteur politique, le « Conseil régional de Bretagne » n'est pas à l'initiative de ces contenus, néanmoins en attribuant des prix sur certains critères, il peut participer à la construction d'une image symbolique.

En ce sens, ces professionnels du web en tant qu'entreprise ou amateurs en tant qu'individus, avec des réalisations de sites web effectuées sur le temps personnel, participent à une construction « matérielle », à une invention de formes du territoire de la Bretagne sur le web. L'attribution de prix à ces réalisateurs de sites web présente une forme d'institutionnalisation d'un territoire sur le web. Contrairement au territoire « physique », le politique (ou un homme) n'en est pas l'initiateur unique, comme Pierre Lafitte pour la technopôle Sofis-Antipolis[502], ou Pierre Marzin, pour le Centre National d'études des Télécommunications à Lannion. En Bretagne, la « vocation électronique » de la Bretagne serait née par la volonté notamment des élus locaux[503]. Mais sur le web, les échanges ne sont pas concentrés dans un lieu, une technopôle et un nombre limités d'acteurs professionnels. Les professionnels s'associent également aux amateurs. Ces professionnels et amateurs sont donc des médiateurs entre le territoire et le web car, par la mise en ligne de sites web, dans la conception des graphismes, des contenus, des applications, ils ne dupliquent pas un territoire sur le web. Mais les humains ne sont pas les seuls médiateurs.

[501] Roger T. Pédauque, *Le document à la lumière du numérique*, Caen, C&F Éditions, 2006, p.183.

[502] Valérie Fernandez, Christian Longhi, Dynamique de structuration d'un cluster TIC : le cas Sofia-Antipolis, in Pierre-Noêl Favennec (sous la coord.), *Communications et territoires*, p. 221.

[503] Fabrice Marzin, Le rôle des politiques et des planificateurs dans le développement industriel de la Bretagne. Autour de la « vocation électronique » de la Bretagne, in Pierre-Noêl Favennec (sous la coord.), *op. cit.*, p. 127.

4 - Chapitre 4 –

Troisième médiation : Les URL comme procédé de nomination, d'identification et d'attachement territorial des acteurs

La troisième médiation est l'adresse URL présente dans la barre d'adressage du navigateur et dans une liste de favoris d'un navigateur web. Nous traiterons des adresses URL qui se distinguent des liens hypertextes qui sont mis en ligne dans le corps de texte d'un site web ou dans des listes de liens hypertextes comme cinquième médiation entre web et territoire. L'adresse URL n'entre pas dans le corps de texte, elle demeure dans la barre d'adressage du navigateur et dès cet emplacement, elle est porteuse d'*« un signe d'identité*[504] ». Dans un ouvrage consacré à l'analyse de la circulation de l'écrit sur le web comme médiation sociale, Yves Jeanneret et les autres auteurs distinguent également les liens hypertextes présents dans le texte des adresses URL des navigateurs[505]. « *Cependant avant même d'exister à l'écran, dans la « page web » ouverte dans le navigateur, le texte peut se trouver qualifier dans une source extérieure – annuaire de recherche, liste d'URL, article de journal spécialisé – par son nom de domaine.* [506]» En étant source d'identité, cette adresse URL ne pourrait-elle pas attacher territorialement ? Alors que des acteurs ont détourné le nom de domaine de code-pays du Bélize pour l'attacher au territoire de la Bretagne, nous essayerons de montrer comment l'adresse URL est un procédé de nomination, d'identification et d'attachement territorial par le signe verbal et par le signe iconique.

4 - 1 - L'extension .bzh.bz, une tactique antérieure au projet .bzh

Dans notre corpus « web régional », les noms de domaine génériques sont supérieurs aux noms de domaine code-pays, avec 62 % pour les noms de domaine génériques et 38 % pour les noms de domaine code-pays sur le nombre total des noms de domaines des références web[507]. Le nom de domaine commercial .com domine avec 41 % suivi du nom de domaine .fr avec 35 % du nombre total des noms de domaines des références web. La présence de sites web de l'étranger explique la présence des code-pays comme la Russie, la

[504] Yves Jeanneret, Annnette Biguin, Dominique Cotte, et al., Formes observables, représentations et appropriation du texte de réseau, in Emmanüel Souchier, Yves Jeanneret, Joëlle Marec (sous la dir.), *Lire, écrire, récrire*, Paris, Bibliothèque publique d'information, 2003, p. 139.

[505] Emmanüel Souchier, Yves Jeanneret, Joëlle Marec (sous la dir.), *op. cit.*, p. 61.

[506] Emmanüel Souchier, Yves Jeanneret, Joëlle Marec (sous la dir.), *op. cit.*, p. 139.

[507] Cf. Tableau 24. Répartition des suffixes des adresses URL, p. 461.

Slovaquie, le Royaume-Uni, la Finlande, la Suisse, l'Allemagne, l'Autriche, l'île de Man, ou l'Union Européenne. Le suffixe géographique, ou code-pays d'un pays d'Amérique centrale qu'est le Bélize .bz interpelle, avec 1 % d'extension, soit six références web. Ce pays ne semble pourtant pas accueillir beaucoup d'expatriés bretons.

Il s'agit, selon le terme proposé par Michel de Certeau, d'une tactique[508] pour les éditeurs de site web afin de disposer d'un suffixe en .bzh en utilisant le suffixe géographique du Bélize, pays d'Amérique centrale, dont le suffixe ou l'extension géographique ou le code pays[509] n'est pas .fr comme pour la France mais .bz. Ce code-pays des noms de domaine compose la terminaison des adresses URL dont nous traiterons qui sont en .bzh.bz. L'Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) gère les noms de domaines au niveau international ainsi que les litiges concernant ces derniers. L'ICANN délègue à des gestionnaires, appelés « registry » ou registre la gestion d'un nom de domaine, telle que l'Association Française pour le Nommage Internet en Coopération (AFNIC) gère les noms de domaines ou extensions géographiques .fr pour la France et .re pour la Réunion. La réservation des noms de domaine est assurée par des « registrar » (littéralement, registre) qui désigne des entreprises ou associations qui réservent les noms de domaines contre rémunération auprès des registres ou de l'ICANN, pour les extensions dites de premier niveau comme .com. Il existe donc différents échelons de la gestion et de la réservation payante des noms de domaines. La question de la gouvernance de l'internet par cette organisation internationale, l'ICANN, liée, jusqu'en 2009, au secrétariat du commerce américain, soumise au droit californien pose problème, ce que nous développerons ultérieurement au sujet du projet d'extension .bzh pour la Bretagne. Nous développerons à ce stade de l'analyse l'extension « bzh.bz », qui apparait comme « tactique » dans le système de gestion des noms de domaine. En obligeant les noms de domaine de code-pays, ou les « country code Top-Level Domain, ccTLD » à être dépendantes du code ISO 3166-1, la tactique a été de retrouver à partir de l'abréviation « BZH », littéralement Bretagne, un suffixe s'y rapprochant, comme le Bélize, avec son extension géographique .bz. À ce suffixe ont été accolés soit le terme Bretagne en breton, « breizh », soit une abréviation, sorte d'acronyme, « bzh ».

Le « bzh.bz» est défini comme un service gratuit de redirection d'adresses URL. L'usage et le but de ce service sont affichés sur la page du site web en ces termes : « *Bienvenue sur BZH.BZ, service de redirection d'URL spécial Bretagne. Deux raisons différentes (ou complémentaires) pour vous de nous rejoindre:*

[508] Michel De Certeau, *L'invention du quotidien*, tome 1, Paris, Gallimard, 1990, « Introduction » et p. 162.

[509] La dénomination étant variable selon les auteurs, et les contextes, nous présentons ces différents termes comme des synonymes.

1 - Soit vous disposez d'un site web, pro ou perso, en nom de domaine ou en sous-domaine, et vous souhaitez lui offrir une nouvelle URL en terminaison BZH.

2 - Soit vous disposez déjà d'un site web hébergé par un fournisseur d'accès comme Wanadoo ou un hébergeur gratuit. Malheureusement, http://www.fournisseuracces/pageperso.... est votre adresse web. Grâce à notre service, remplacez en 2 minutes cette URL à rallonge par une adresse internet du style http://vous.bzh.bz.

Nous acceptons TOUS les styles de sites à l'exception des sites X ou violents. [510] »

Sur le site web, l'éditeur et le but de son action ne peuvent pas être identifiés. Cet outil est-il un acte en faveur de l'obtention pour la Bretagne de l'extension .bzh ? La demande d'un suffixe pour la Bretagne a été initiée par Christian Ménard Député Maire à Châteauneuf-du-Faou (29) dès 2004, cependant la popularisation de cette demande s'est faite à partir de 2006, par une pétition diffusée sur le web. Notre relevé ayant débuté en octobre 2006, il semble que « ce service de redirection d'URL spécial Bretagne » était en service depuis plusieurs mois. Nous avons également établi une cartographie des liens hypertextes entre les adresses URL des suffixes en .bzh.bz mais les 364 références web vers lesquelles ils dirigent ne sont pas interconnectées.

L'absence de connexité tend à montrer un acte individuel de contournement et d'inscription dans le dispositif dominant, sorte de braconnage au sens développé par Michel de Certeau. « Le quotidien s'invente avec mille manières de *braconner*. [511]» Les tactiques, les bricolages concernent les individus, ce qui les distinguent des stratégies liées aux structures technocratiques[512]. En ce sens, les stratégies sont issues des rationalités politique, économique et scientifique alors que la tactique se situe dans la *métis*, l'art de faire fait de ruse et de bricolages quotidiens qui peuvent s'inscrire dans la culture. « *La relation des procédures avec les champs de force où elles interviennent doit donc introduire une analyse polémologique de la culture. Comme le droit (qui en est un modèle), la culture articule des conflits et tour à tour légitime, déplace ou contrôle la raison du plus fort. Elle se développe dans l'élément de tensions, et souvent de violences, à qui elle fournit des équilibres symboliques, des contrats de compatibilité et des compromis plus ou moins temporaires. Les tactiques de la consommation, ingéniosités du faible pour tirer parti du fort, débouchent donc sur une politisation des pratiques quotidiennes.* [513]» Ainsi, les extensions en .bzh.bz se rapprochent de ces tactiques qui tirent parti du plus fort.

---

[510] «bzh.bz, redirection de sites web », site web disponible à l'adresse URL < http://www.bzh.bz/index2.php >, consulté entre octobre 2006 et mars 2009.

[511] Luce Giard, Introduction, in Michel De Certeau, *L'invention du quotidien*, tome 1, Paris, Gallimard, 1990.

[512] Michel Foucault, *Surveiller et Punir*, Paris, Gallimard, 1993, 360 pages.

[513] Luce Giard, Introduction, in Michel De Certeau, *L'invention du quotidien*, tome 1, Paris, Gallimard, 1990.

La trajectoire et la tactique correspondent au parcours du marcheur sur plan, comme une « succession diachronique de points parcourus », « un mouvement temporel dans l'espace »[514]. Au contraire, la stratégie se rapporte au lieu, à une résistance au temps. La stratégie revient à « circonscrire un propre dans un monde ensorcelé par les pouvoirs invisibles de l'Autre[515]». En ce sens, la stratégie établit pour un « sujet de vouloir et de pouvoir » un lieu propre d'où il est possible de gérer, voir de manipuler les rapports avec l'extérieur : un public cible ou menaçant. Circonscrire un lieu est une victoire sur le temps au sens d'établir un lieu stable face au mouvement du temps, et un panopticon au sens d'une maîtrise du temps par une vision circulaire et anticipatrice sur l'espace. Elle se rapporte au savoir dans le sens d'une maîtrise des incertitudes exprimée en des « espaces lisibles » qui conduit à l'établissement d'un pouvoir, « *un pouvoir est le préalable de ce savoir* [516]». En somme le projet .bzh, qui est l'acquisition d'une extension générique pour la Bretagne, se rapporterait à cette stratégie, une maîtrise d'un web régional ou breton. À l'opposé, l'extension en .bzh.bz, en s'inscrivant dans l'extension du pays Bélize, cette extension bricolée, braconnée ne dispose pas d'un propre et d'un pouvoir. La tactique s'insère en des temps précis et inattendus. « *Elle y braconne. Elle y crée des surprises. Il lui est possible d'être là où on ne l'attend pas. Elle est ruse.* [517]»

En parlant de l'enfant gribouillant sur sa table d'école, Michel de Certeau dit qu'« il se fait un espace, il y signe son existence d'auteur [518]». Dans le cas de la télévision, l'auteur dénonce une exclusion du téléspectateur. Mais avec les sites web, l'auteur ou un groupe d'auteurs refait son espace, ils peuvent produire de l'information. Production d'information sur soi, sur son intimité et sur ce qui l'entoure, sans être contre le système établi mais en déjouant les règles, sans pour autant être une polémologie.

Dans le même temps, ces extensions bricolées montrent que le nom de domaine ne se rapporte pas uniquement au nom propre de l'association, de l'entreprise ou autre. Le nom de domaine n'est pas uniquement une marque de propriété mais il se situe également dans un rapport à la dimension territoriale de l'acquéreur. Nous tenterons donc de montrer comment et en quoi ces adresses URL sont des procédés de nomination, d'identification et d'attachement territorial par ces multiples composantes portées par des signes verbaux, comme « Breizh » ou « bzh » ou iconiques comme des logotypes, des icônes ou favicon présents dès la barre

[514] Michel De Certeau, *L'invention du quotidien*, p. 58.

[515] Michel De Certeau, *op. cit.*, p. 59.

[516] Michel De Certeau, *op. cit.*, p. 60.

[517] Michel De Certeau, *op. cit.*, p. 61.

[518] Michel De Certeau, *op. cit.*, p. 53.

d'adressage du navigateur. Un favicon est un icône ou logotype présent dès la barre d'adressage du navigateur et dans les favoris. Il est associé à l'identité du site et participe donc à sa nomination au sein du web. Derrière la tactique d'un .bzh.bz, c'est l'inscription de la Bretagne dans le système de nommage (DNS) qui est en jeu. Cette terminaison s'inscrit dans une tactique de contournement des extensions à caractère géographique pour un pays, que ne peut pas acquérir la Bretagne, et à caractère générique, des communautés d'utilisateurs sur le web comme l'extension .com.

4 - 2 - Procédé de Nomination, d'Identification et d'Attachement Territorial

Yves Jeanneret et les autres auteurs se sont intéressé au préfixe, c'est-à-dire à ce qui précède le suffixe ou l'extension dans le nom de domaine, par exemple .fr, ou .com. Ce préfixe « *[…] jouera d'autant plus son rôle d'identifiant qu'il sera proche du nom désignant, de la manière la plus indicielle possible, le contenu du site ou l'annonce du contenu. […] Cependant, préfixe et suffixe doivent s'associer pour fournir une méta-information sur le contenu. En l'absence des deux termes, tous les leurres sont possibles, et les sites pirates de la Maison Blanche se déclinent en whitehouse.com, whitehouse.org, white-house.com, etc.*[519]» Nous avons montré précédemment que l'usage d'un « service de redirection d'adresses URL » en .bzh.bz peut être qualifié de tactique dans ce système de nomination sur le web, puisque les suffixes sont soumis à des règles et des procédures d'obtention. Le leurre participe à la nomination, à l'identification et à l'attachement territorial dans ce cas. Le nom propre attache à la chose qu'il désigne. Le préfixe renvoie au nom d'une association, d'une entreprise, d'une collectivité locale, d'une institution, d'une personne ou à un service, par exemple acheter-moins-cher.com. Ainsi, le préfixe d'un nom de domaine ne désigne pas et n'est pas uniquement constitué sur la base d'un nom propre. Cette question de la nomination et de l'identification est importante. Prenons l'exemple du nom de domaine *dastum.net,* dans notre corpus « web régional ». Schématiquement, ou l'internaute connaît l'association et son action, ou il est locuteur de breton, et sait que le terme breton « dastum » signifie recueillir en français, ou il ne connaît ni l'un ni l'autre et ne sait pas ce que ce terme désigne. Mais ce préfixe et ce suffixe peuvent également être un procédé de « nomination » sur le web, la maison comme coin du monde selon Gaston Bachelard[520].

[519] Emmanüel Souchier, Yves Jeanneret, Joëlle Marec (sous la dir.), *op. cit.*, p. 140.

[520] Gaston Bachelard, *La poétique de l'espace*, Paris, PUF, 2004, 214 pages.

Nous rappelons que les termes nomination et visualisation sont repris des travaux d'Anne Cauquelin[521], et ont été utilisés et précédemment présentés dans la grille d'analyse des sites web[522]. La « nomination » naturalise le web en se rapportant à la nomination par le nom, le lieu dans le territoire « physique », tandis que la « visualisation » qui peut être une carte, est une image dont la valeur de vérité prédomine sur le texte. Outre le signe textuel, des signes iconiques participent à nommer un éditeur, à l'identification par un internaute et à attacher territorialement cette adresse URL. Ainsi, en analysant le nom (l'URL) et son contexte d'énonciation (la barre d'adressage du navigateur) à partir d'un corpus restreint de quinze sites web, des régularités ont été relevées que nous avons ensuite généralisées sur le corpus « web régional », réduit à 531 références web[523]. En prenant en compte le contexte d'énonciation, nous avons comptabilisé le signe verbal et le signe iconique sous la forme de logotype, d'icône ou de pictogramme qui peuvent précéder l'adresse URL dans la barre d'adressage du navigateur et jouer un rôle de signalétique. Avant de décrire le rôle de ces signes qui accompagne l'adresse URL comme médiation entre web et territoire, il convient de préciser les définitions de procédé de nomination, d'identification et d'attachement territorial.

La nomination autorise la naturalisation du web en réalisant une « circonscription » par le nom propre ou le nom commun avec l'exemple de « Dastum ». Mais dans la convocation du nom du lieu, par exemple *rennes.fr*, c'est le procédé toponymique de définition du territoire « physique » qui est transposé sur le web. Comme en musique, la transposition oblige à la variation, à changer de tonalité. Dans le web, si le préfixe ne désigne plus la chose, il peut demeurer un repère pour l'internaute. Le nom de l'institution, le nom du lieu, et le blason de la ville placés devant l'adresse URL dans un signe iconique s'associent au préfixe comme procédé d'identification pour l'internaute. En ce sens, il rapproche puisqu'il est attaché contrairement à un signe abstrait, fonctionnel comme un pictogramme.

À la différence de la nomination, qui est la nomination de la chose, de soi au sein du web, le procédé d'identification en renvoyant au contexte (la barre d'adressage du navigateur) se détache de la chose qu'il désigne pour être partagé avec un internaute, en devenant une composante d'un ensemble de sens qu'est la thématique territoriale, la Bretagne. L'identification désignerait donc un repère orienté vers l'internaute, au contraire de la nomination qui serait un repère qui signale celui qui l'émet, l'éditeur ou le réalisateur du site web. Ainsi, dans la barre d'adressage du navigateur qui présente le site web *alaisebreizh*.com,

[521] Anne Cauquelin, *Le site et le paysage*, Paris, PUF, 2002, pp. 94-103.

[522] Cf. Annexes, grille d'analyse des sites web, étape 1, les procédés de nomination et de visualisation.

[523] Les sites web peuvent changer de nom, de préfixe, ou de suffixe, ou des organisations qui avaient plusieurs sites web en fonction des marques peuvent les regrouper etc. Le nombre de références diminuent en raison de la disparition sous leur nomination première dans le corpus « web régional » des références web.

le nom propre signale l'éditeur et le logotype (un personnage avec une coiffe du pays bigouden) est un repère visuel identifiable par l'internaute. En somme, le signe iconique devient un médiateur entre web et territoire. Seulement au cours de l'analyse, il ne devra pas devenir un élément sur-déterminant ou survalorisé dans l'analyse des relations entre sites web. Il convient de séparer dans l'analyse ce qui est porté par les acteurs humains (amateurs, professionnels) dans leurs pratiques, des attributs donnés au cours de l'analyse à des objets techniques (sites web), des acteurs non humains. De même, selon les contextes d'énonciation, dans la mise en scène, un signe n'a pas la même signification. L'interprétation que nous ferons de ce signe, de sa présence ou de son absence ne doit pas obliger à la présence ou à l'absence de relations entre les acteurs, ou être un attribut définitif des sites web dans une catégorie « sites web bretons ». En ce sens, nous avons défini la première acception de ce procédé d'identification, qui participe à une mise en relation entre les acteurs.

La seconde acception concerne le sens des signes iconiques. L'identification dans la barre d'adressage du navigateur prend en charge des signes. Ces signes iconiques seront présentés et leurs attributs analysés en fonction de la mise en scène sur les sites web. Ces signes issus du territoire « physique » et accolés à l'adresse URL ne sont pas comparables aux signes dans le territoire « physique », à ce stade de l'analyse. Peut-être sont-ils complémentaires, peut-être sont-ils concurrents[524]? Cependant nous ne voulons pas rapprocher ce terme identification, d'un espace contrôlé comme dans la définition de territoire en éthologie, où le territoire devient un support d'un attribut d'identification en tant qu'espace « approprié ». De plus, les signes du territoire découlent d'un processus de construction dans le temps. Anne-Marie Thiesse montre ce processus de construction depuis le XVIIIe siècle au sujet des identités nationales et qui perdure au XXIe siècle[525]. En ne prenant en compte ici que les signes, ils pourraient se rapprocher des « identifications pittoresques » qu'Anne-Marie Thiesse décrit à travers une « liste des éléments symboliques et matériels » indispensables à une nation[526]. Mais si ces signes ou, plus précisément le procédé d'identification peut être partagé par un ensemble d'acteurs (éditeurs, réalisateurs de sites web et internautes), il faut qu'ils puissent permettre une mise en relation. L'attachement ne doit pas prendre la forme d'une « liste identitaire » qui agencée comme dans les plans de montage d'un meuble en kit, permettrait d'obtenir une nation, ou une communauté imaginée.

[524] Jacques Lévy, Territoire, in Jacques Lévy, Michel Lussault (sous la dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Éditions Belin, 2003, p. 908 et p.910

[525] Anne-Marie Thiesse, *La création des identités nationales*, Paris, Éditions du Seuil, 1999, p. 14.

[526] Anne-Marie Thiesse, *op. cit.*, p. 14.

La limite entre l'identification et l'attachement territorial est difficile à circonscrire. Entre les deux, il convient de définir la dernière acception de l'identification qui repose sur la représentation *politique* du territoire. Dès la fin des anciens régimes, le mot pays devient, dans la définition juridique du terme territoire qui se met en place à partir du XVIIIe siècle, « une réalité linguistique », « *l'usage de la langue y supplantant des critères géographiques d'identification* » qu'étaient par exemple les douanes ou les péages[527]. Le procédé d'attachement territorial que nous définissons à partir des adresses URL prend en compte cette place de la langue. « *Dans les transports « matériels », la standardisation joue contre l'identification territoriale alors que dans le cyberespace « immatériel », cette identification est présente à travers les systèmes de représentations technologiques* [528]», selon Pierre Musso. Le web devient en ce sens un vecteur de contenus territorialisés qui permet leur circulation et le territoire un « support et une source de contenus » sur le web. De ce fait, le procédé d'attachement territorial reprend des signes qui peuvent circuler sur le web. Dans les notions d'identification et d'attachement, il serait également envisageable de se rapporter à l'ancrage dans un lieu, qui aurait de ce fait un rapport avec l'identité et les ressources naturelles. Or, au lieu d'ancrer cette identification dans les lieux, conduisant à la polarisation, nous proposons une définition de l'identification comme attribut de circulation des contenus. Ainsi le sens de l'identification est moins l'attractivité, au sens d'attraction par la puissance d'image dans un lieu du territoire « physique » ou d'un territoire sur le web, que l'identification comme extensivité, c'est-à-dire comme une puissance d'image qui s'étend, qui circule. Toutefois, cette circulation ne repose pas sur une logique de communauté d'intérêts équivalente à l'échange marchand selon Ernest Renan[529]. Elle reposerait sur une convention. Nous prendrons donc dans le procédé d'attachement territorial, la convention autour d'un signe comme forme et ce qu'il désigne, une convention entre le réalisateur, l'éditeur et l'internaute, induisant dans le même temps un changement de regard sur le lieu non par un repli mais par une extension.

Le regard sur le lieu change à la Renaissance avec la création de la perspective. Il fait apparaître le terme de paysage, terme inexistant dans la Grèce ancienne[530]. La perspective, « forme symbolique[531] » issue de la peinture conditionne notre perception qui se lie intimement au langage. Qu'en est-il aujourd'hui avec des images « virtuelles » ? Point de

[527] Paul Alliès, *L'invention du territoire*, Grenoble, PUG, 1980, pp. 84-85.

[528] Pierre Musso, Introduction, in Pierre Musso, (sous la dir.), *Territoires et cyberespace en 2030*, p. 13

[529] Ernest Renan, Qu'est-ce qu'une Nation ?, discours de 1882 [en ligne], p. 9, disponible sur < archives.vigile.net/04-1/renan.pdf>.

[530] Anne Cauquelin, *L'invention du paysage*, Paris, PUF, 2004, 181 pages.

[531] Anne Cauquelin, *op. cit.*, p.16.

nouvelle Renaissance, plutôt un retour à Byzance. Le paysage est aujourd'hui entouré de la croyance : il serait naturel. Or dès le XVe siècle, le paysage était peint en conditionnant de fait l'idée et la perception[532]. Des conventions étaient créées.

Ce changement de regard sur le lieu aurait donné sous une autre forme, le nationalisme, selon Benedict Anderson[533]. L'éloignement dû aux migrations fait porter un autre regard sur le pays des anciens. Le nationalisme d'Europe naît hors d'Europe à la fin du XVIe siècle[534]. Ce changement de regard sur les lieux, comme le montre Jacques Beauchard, est lié à l'arrivée des réseaux de communications : l'espace patrimonial, un espace « stable » face à un espace transactionnel, un espace « fluide ». « Avec la mobilité, le regard est devenu créateur, il est l'agent d'une virtualisation du réel qui non seulement donne à voir les lieux autrement et à une échelle différente, mais qui en propose une compréhension originale. [535] » De ce fait, Jacques Beauchard oppose la communauté et l'ordre commun, le mythe au politique et au social. Toutefois, comme le souligne Jacques Lévy sur les représentations territoriales, le politique n'est pas moins présent que l'individu qui occupe l'espace politique. « Les lieux d'appartenance se multiplient avec la relativisation de l'État-Nation et entrent en concurrence avec d'autres expressions de la singularité. [536] » Plus de transcendance de la part des superstructures, de légitimation du « haut » vers le « bas » plutôt une complexité accrue par rapport aux systèmes d'identification. « L'espace n'est parfois présent qu'à la limite, par juxtaposition d'unités indépendantes (exclusivement des sociétés locales faiblement impliquées dans les choix nationaux) […] ou encore par une circulation généralisée des hommes et des idées qui laisse la place à l'ubiquité. [537] » Il existe donc deux spatialités, l'une de représentation et l'autre de légitimation, selon Jacques Lévy. Elles coexistent si le passage de la société civile à l'État s'effectue sans distorsions. Dans le cadre du web, la distorsion entre territoire et web est effective. Quant au passage de la société civile à l'État, la création d'une image symbolique serait le rôle du « Conseil Régional de Bretagne ».

Néanmoins, la question demeure, l'imagerie bretonne peut-elle être structurée sans distorsions ? Sur les sites web, l'attachement territorial repose sur des signes verbaux et iconiques, des mises en relation via des liens hypertextes. Nous avons établi à travers l'analyse des URL l'attachement territorial par le nom, le nom de lieu, la langue et les signes

[532] Anne Cauquelin, *L'invention du paysage*, Paris, PUF, 2004, p.1.

[533] Benedict Anderson, *L'imaginaire national*, Paris, La découverte, 2002, p. 10.

[534] Benedict Anderson, *op. cit.*, p. 10.

[535] Jacques Beauchard, *La bataille du territoire*, Paris, L'Harmattan, p. 119.

[536] Jacques Lévy, *L'espace légitime*, p. 175.

[537] Jacques Lévy, op. cit., p. 177.

iconiques attachés au territoire « physique » de référence. Ces trois procédés sont complémentaires et non exclusifs, c'est-à-dire que la référence URL ou l'acteur peut se nommer au sein du web, sans procédé d'identification ou d'attachement territorial. Or, dans le même sens, une marque n'est pas uniquement captive de son marché et peut également s'inscrire dans un attachement territorial. Alain Degenne et Michel Forsé parlent en ce sens de millefeuille car chaque individu pris dans ses relations travaille à plusieurs niveaux[538].

4 - 3 - Les signes qui composent l'adresse URL

Sur 531 références web et un corpus restreint de quinze sites web, un décompte a été entrepris de ce procédé de Nomination, d'Identification et d'Attachement Territorial (NIAT). Une entreprise exceptée[539], le procédé de nomination et d'identification repose sur une chaîne de caractères. Cette chaîne de caractère ne sert pas uniquement à désigner le contenu de site web, elle sert également à un éditeur pour se nommer au sein du web. Cette nomination peut être doublée d'une nomination d'une plateforme où sont hébergés le site web, le blog ou autres : comme *44breizh.blogspot.com, 44bzh.canalblog.com, a.c.b.free.fr,* où les terminaisons *blogspot.com, canalblog.com, free.fr* renvoient à la plateforme sur lesquelles sont créées ces références web. Mais d'autres éléments composent cette adresse URL.

À partir du corpus restreint, le tableau suivant présente douze captures d'écran de l'adresse URL dans la barre d'adressage du navigateur.

[538] Alain Degenne, Michel Forsé, *Les réseaux sociaux*, Paris, Armand Colin, 2004, p. 178.

[539] Il est à noter qu'une entreprise basée à Brest, spécialisée dans la diffusion en direct ou en différé de vidéo sur le web, « Illipack », a son adresse IP présente sous la forme numérique dans le corpus, http://91.121.31.27/.

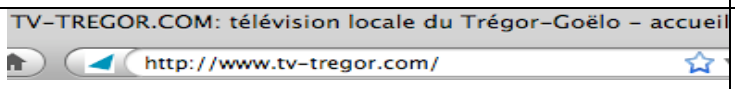
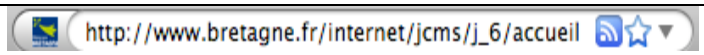
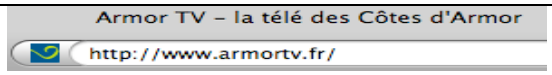
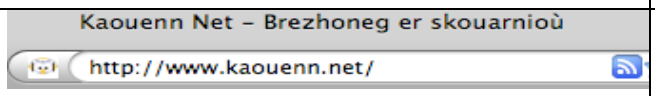
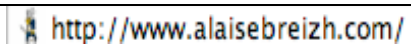
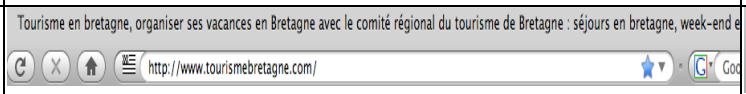
Identification du site web Signe Verbal	**Nom et contexte « nomination »** Capture d'écran de l'adresse URL dans la barre d'adressage du navigateur	Capture d'écran de l'icône associé (Favicon)
www.multiplast-yachts.com juin 2009 : http://www.multiplast.eu/		
www.tv-tregor.com		
www.bretagne.fr		
www.rennes.fr		
www.cg22.fr www.cotesdarmor.fr		
www.armortv.fr		
www.kaouenn.net		
www.antourtan.org		
www.alaisebreizh.com		
www.geobreizh.com		
www.tourismebretagne.com		

Tableau 7. Présentation des procédés de nomination, d'identification et d'attachement territorial sur douze adresses URL (captures d'écran des barres d'adressage des navigateurs)

Dans ce tableau, nous pouvons noter dans la première colonne, une chaîne de caractères. Cette chaîne de caractères comporte un signe verbal. Il est parfois un nom propre (*multiplast.eu*) ou parfois le nom d'un « lieu physique » du territoire (*rennes.fr*). Nous nous intéresserons au procédé de nomination à partir du nom de lieu présent dans le signe verbal. Dans la troisième colonne de ce tableau, les icônes favoris ont été relevés. Ils se situent devant la chaîne de caractères, ou le signe verbal dans la barre d'adressage du navigateur. Peu lisibles

sur papier, ils accompagnent le signe verbal de l'adresse URL dans une liste de sites web favoris d'un navigateur que peut constituer un internaute. Ici, ils sont signes iconiques servant à l'identification. Le signe verbal, *antourtan.org* est accompagné d'un phare, signification du terme breton antourtan en français. Par contre ce signe verbal en breton ainsi que le signe iconique qui accompagne le signe verbal *tourismebretagne.com* qui est un drapeau breton, sont qualifiés quant à eux d'attachement territorial.

1) Le lieu

La nomination au sein du navigateur web repose sur un nom propre pour quatre références, qui peut-être généralisé à l'ensemble de l'échantillon, *cg22.fr* excepté. En fait le nom désigne alors la fonction de l'éditeur (un Conseil général) et le lieu, qui est le département des Côtes d'Armor, avec le numéro 22. Mais une autre nomination existe pour cet éditeur avec le nom du département www.cotesdarmor.fr. Il en a été de même pour le « Conseil régional de Bretagne », qui auparavant été nommé www.region-bretagne.fr et dont la dernière nomination est www.bretagne.fr. Ce procédé de nomination par la toponymie s'associe parfois au nom propre ou à la fonction, par exemple « tv-tregor », devient le nom propre du site web édité par l'association « Trégor vidéo ». Le nom du site web désigne sa fonction (une télévision), et son lieu géographique de couverture (le Trégor), qui est un nom de pays traditionnel de Bretagne. Ce procédé de nomination par le lieu au sens de la toponymie, est prédominant puisqu'il est présent dans 51 % des 531 références. Ce procédé de nomination par le nom de lieu est utilisé par les institutions ou collectivités locales et territoriales, mais pas exclusivement puisqu'elles représentent moins de la moitié, soit 40 % des références qui se nomment par ce procédé.

Dans la barre d'adressage du navigateur « Mozilla », le nom du site web et ses fonctionnalités ou son contenu peuvent être mentionnés (Cf. Tableau précédent). Par exemple pour *tourismebretagne.com,* le descriptif est « Tourisme en Bretagne, organiser ses vacances en Bretagne avec le comité régional du tourisme en Bretagne : séjours en Bretagne, week-end en Bretagne. » Dans cet exemple, le lieu Bretagne est cité à cinq reprises. Le nom du site web « Tourisme en Bretagne » n'est pas le nom de l'éditeur qui est « Comité Régional du Tourisme en Bretagne » (CRTB). Le signe verbal comme procédé de nomination assure différentes fonctions dont nommer la chose (le site web puisque le site web dispose de son nom sans être le nom de l'éditeur) ou désigner l'éditeur, par exemple avec le nom d'une entreprise « Multiplast », d'une coopérative « Laïta », d'une association « Dastum », « Kaouenn » ou d'une marque « Paysan Breton ». Il définit également le lieu qui se rapporte aux noms des lieux du territoire « physique » et à sa toponymie. Dans la barre d'adressage du navigateur, le signe verbal ne désigne plus uniquement le site web, il présente le nom du site

web, ses fonctions, la prestation et le nom de l'éditeur dans l'exemple de *tourismebretagne.com.* En ce sens, le procédé de nomination de l'adresse URL contribue à la définition du soi (site web ou éditeur du site web) par le dépôt d'un nom associé à la toponymie du territoire « physique », en vue de naturaliser le web. Le procédé d'identification entre dans un processus de création de repères et d'échange avec l'expérience ordinaire de l'internaute, par le descriptif de quelques mots.

2) Le signe iconique, de l'abstrait à l'attachement territorial

En dehors du signe verbal, les signes iconiques sont présents. Sur un corpus de 15 sites web, quatre ne disposent pas de procédé d'identification et, ou d'attachement territorial visuel (*laita.com, paysanbreton.com, dastum.net, brezhoweb.com*). Pour le corpus « web régional », 35 % disposent d'un signe iconique. Ces signes sont au format de fichier Graphic Interchange Format[540] (GIF) pour 3 des 15 références du tableau et 7 au format de fichier ICO qui gère les icônes sous le système d'exploitation Microsoft Windows. En ce sens, ces signes iconiques sont nommés « images » pour les fichiers GIF et « icône » pour les fichiers ICO par les réalisateurs des sites web. Nous n'avons pas établi de corrélation entre ces deux formats et le contexte d'usage ou le sens de ces signes. Ces termes ne sont pas équivalents aux définitions sémiotiques des auteurs que nous mobilisons. Pour nous, il s'agit de distinguer les signes iconiques qui se rapportent uniquement à l'éditeur du site web (un logotype, soit 75 % des signes iconiques utilisés dans le corpus « web régional ») et les signes visuels qui « s'attachent » au territoire de référence, soit 20,44 % des signes iconiques présents dans la barre d'adressage du navigateur. Ces signes sont par exemple le drapeau breton (Gwenn-ha-du), la moucheture d'hermine, l'hermine (animal), le triskèle et la coiffe du pays bigouden[541]. Il faut également distinguer ces signes des signes de fonctionnalité comme l'étoile et l'onde dans un carré bleu, situés dans les barres d'adressage du navigateur qui sont des pictogrammes. En effet, l'étoile désigne l'ajout aux favoris du navigateur et l'onde dans un carré bleu, la présence d'un flux de syndication de contenu (RSS) disponible. Ces icônes comme éléments graphiques présents à l'écran renvoient à l'exécution d'une tâche dans un logiciel, et ils ne sont pas pris en compte dans l'analyse[542].

Les signes retenus se situent devant l'adresse URL et leur proximité visuelle à l'écran insiste sur le lien avec cette dernière. Ces signes pourraient être qualifiés de logotypes, au

[540] GIF, acronyme de Graphics Interchange Format (littéralement « format d'échange d'images » en français) est un format d'image numérique. Le format PNG (Portable Network Graphics) est une alternative libre au format GIF.

[541] Ces termes sont donnés comme exemple. Chacun des signes est défini dans la troisième partie de cette thèse.

[542] Aline Hartemann, Icones et pictogrammes : Du « malaise dans la communication » au rêve d'un langage universel, in EURO RSCG-Publising, *La danse des signes*, Paris, Hatier, 1999, p. 123.

sens de représentation de l'éditeur du site web, de sa marque, de son institution comme l'entreprise « Multiplast », avec absence de polysémie du signe iconique retenu. Le logotype peut également désigner le site web et non l'association, l'entreprise qui l'édite comme *tv-tregor.com* ou *armortv.fr.* Dans huit cas, le signe iconique reprend le logotype de l'institution ou collectivité locale, de l'entreprise, de l'association. Ainsi le logotype à l'instar du nom renvoie à la chose qu'il désigne (l'éditeur du site web ou le site web lui-même). Par exemple, la chouette avec un casque renvoie au nom du site web et de l'association « Kaouenn » qui signifie littéralement, chouette ou hibou en français. Dans le dernier cas du tableau *tourismebretagne.com*, le signe iconique « drapeau breton » n'est plus associé ni à l'éditeur ni au site web mais au territoire de la Bretagne. Dans quatre cas, des signes « hybrides » avec des éléments associés au territoire breton apparaissent, la moucheture d'hermine pour *bretagne.fr,* le phare pour *antourtan.org* (an tour tan signifiant phare en français), un personnage avec une coiffe du pays bigouden pour *alaisebreizh.com* et une tête d'hermine (animal) pour *geobreizh.com*. Les couleurs des logotypes peuvent rappeler le terme « glaz » en breton qui désigne les couleurs vert et bleu, et aussi se rapporter au découpage entre « armor » et « argoat » de la Bretagne, « la mer » et « la terre ». En ce sens, 38 % du total du corpus « web régional » présente un signe attaché territorialement. Ces signes reprennent les « identifications pittoresques » décrites par Anne-Marie Thiesse[543]. Ils sont construits par les acteurs, néanmoins ils fournissent un élément commun avec l'internaute. Dans le cas des signes attachés au territoire de référence, la connotation est extensive par rapport à l'objet désigné, le site web ou l'éditeur du site web. Le drapeau breton ne renvoie pas au tourisme, ni au « Comité régional de tourisme », seulement à la Bretagne (et peut-être au-delà). En ce sens, ces signes constituent bien le procédé d'attachement territorial que nous avons défini.

3) La langue

Cette référence au territoire de la Bretagne se retrouve dans le signe verbal, avec 31 % du corpus « web régional » dont l'adresse URL comporte un terme en breton, et dans une moindre proportion en gallo. Ces termes en breton désignent l'éditeur du site web, avec les associations « Dastum », « Kaouenn », « An Tour Tan », le service sur le web « Armor tv », « Tv Trégor », « Brezhoweb » ou « Geobreizh », la marque et l'entreprise « A l'Aise Breizh ». Ces termes sont des verbes « dastum » (recueillir), des noms « kaouenn » (chouette), « an tour tan » (phare), «Breizh » (Bretagne), « tregor » (Trégor), « Armor » (la partie maritime). Les noms sont parfois coupés comme dans « Brezhoweb » où « Brezho » paraît renvoyer à « Brezhoneg » (breton, au sens de langue). Ce ne sont que quelques

[543] Anne-Marie Thiesse, *La création des identités nationales*, Paris, Éditions du Seuil, 1999, p. 14.

exemples, car traduire l'ensemble des termes bretons présents sur le web reviendrait à faire un dictionnaire, ce qui n'est pas le but de ce travail. La présence de terme en breton, afin de nommer le territoire (la Bretagne ou Breizh), montre un attachement au territoire de référence dans sa dimension culturelle et non plus exclusivement topographique comme les noms de lieu. Pierre Musso le souligne à propos des télévisions en région[544], la langue fait partie du temps de la mémoire. Elle pose la différence à l'Autre et donne une dimension régionale et culturelle à un projet de télévision. Dans le cadre du web, l'usage du breton dès l'adresse URL attache le site web à un territoire. La dimension linguistique devient un élément d'attachement territorial, qui contraste avec la globalité de ce réseau. En ce sens, la langue est un procédé d'attachement territorial au même titre qu'un drapeau.

Ainsi les signes de l'adresse URL, en plus de naturaliser le web en étant un procédé de nomination et d'identification, l'adresse URL et son accompagnement par un « favicon » participe à l'attachement territorial de la référence web. La forme iconique et verbale ramène à un coin du monde, en utilisant la toponymie, la langue et les objets iconiques en lien avec le territoire. Ces signes iconiques ne sont pas uniquement repris au passé, ils sont également repris et « mixés » comme le logotype d' « À l'aise Breizh ». Le signe est attaché territorialement, pourtant il a aussi la capacité de circuler à travers une liste de favoris de navigateur web, il devient donc un signe transposable. Par conséquent, dès l'adresse URL une médiation sociale[545] se met en place qui est source d'identité selon Yves Jeanneret. Selon notre analyse, elle est également source d'attachement territorial. Elle nomme, elle permet une identification et un attachement territorial selon le signe avec lequel elle est associée par l'éditeur du site web. Toutefois, entre tous ces attachements territoriaux nous ne pouvons pas trouver une structuration, les éléments se juxtaposent. Nous pouvons les recenser tout en restant au stade de l'imagerie[546].

L'adresse URL en tant que procédé de nomination, d'identification et d'attachement territorial (NIAT) est une médiation. Si dans une première définition, cette adresse URL était porteuse d'un « *signe d'identité* [547]», se rattachant aux noms de l'entité qu'elle désigne, nous avons mis en évidence qu'elle pouvait être une tactique utilisée par les acteurs pour définir un attachement à la Bretagne sur le web et pour marquer une inscription bricolée, tel que le .bzh.bz dans le système de nommage d'internet. Cette tactique apparaît antérieure au projet

[544] Pierre Musso, *Régions d'Europe et télévision*, Paris, Éditions Miroirs, 1991, 350 pages.

[545] Emmanüel Souchier, Yves Jeanneret, Joëlle Marec (sous la dir.), *Lire, écrire, récrire*, p. 61.

[546] Pierre Musso (et al.), *Fabriquer le futur*, Paris, Pearson Education France, 2005, p. 11.

[547] Yves Jeanneret, Annnette Biguin, Dominique Cotte, et al., Formes observables, représentations et appropriation du texte de réseau, in Emmanüel Souchier, Yves Jeanneret, Joëlle Marec (sous la dir.), *op. cit.*, p. 139.

.bzh. La nomination et l'identification servent à naturaliser le web, à le « faire sien », et l'attachement territorial est porté par des signes qui vont attacher les adresses URL dans le territoire « physique », et le désigner. Parallèlement, ils vont circuler avec l'adresse URL sur le web. L'adresse URL n'est plus dépendante du contenu du site web, elle est associée à un signe qui va la distinguer, par exemple, dans une liste de favoris d'un navigateur web. Ce n'est donc pas le site web et son éditeur qui font l'attachement au territoire. Par exemple, le drapeau associé au « Comité Régional du Tourisme » ne désigne pas le tourisme mais seulement la Bretagne. Le signe lui-même est capable de transposer le territoire et dans le même temps de circuler. En ce sens nous avons distingué divers signes : le nom de lieu, le signe iconique attaché territorialement et la langue. Nous allons présenter maintenant une autre médiation portée par les amateurs et les professionnels, la carte.

5 - Chapitre 5 –

Quatrième médiation : La carte comme procédé de nomination, d'identification et de visualisation

Le procédé de nomination s'associe au procédé de visualisation pour naturaliser l'espace en ligne, c'est-à-dire pour renforcer un attachement au territoire « physique », considéré comme « allant de soi », comme naturel. Notre corpus « web régional » permet de rendre compte d'un autre procédé utilisé pour mettre en scène le territoire « physique » sur le web. L'un des champs d'entrée de l'inventaire relevait la présence ou non de carte. Il existe différents types de cartes par leurs échelles, leurs formats techniques et leurs contenus. Sur 591 références, 41 % des références web avaient une carte. Sur le corpus restreint de 15 sites web à partir duquel nous étudierons le contexte, deux n'ont pas de carte : un site web dit « serveur de la diaspora » et un site web d'une entreprise de fabrication de bateaux de plaisance et de course. En tant que procédé de nomination, d'identification et de visualisation (NIV), comment la carte opère-t-elle une médiation entre web et territoire ? Comment rend-elle compte du territoire « physique » sur le web ? Comment les éditeurs utilisent-ils cette carte qu'ils peuvent modifier, compléter ?

5 - 1 - État des lieux d'un procédé de visualisation

Il a été mentionné précédemment que selon Jacques Lévy, le lieu est un chorotype qu'il définit selon trois valeurs dont l'échelle et la métrique[548]. Si le site web ne duplique pas le lieu sur le web, les éditeurs usent de cartes du territoire « physique ». Ces cartes se placent à la fois dans le territoire « physique» en matérialisant soit le lieu de référence de l'éditeur du site web, soit en plaçant le lieu dans une carte à une échelle mondiale. Cette dimension mondiale est également sous-entendue par la provenance géographique des internautes. En effet, présenter une carte de l'Europe avec un point rouge sur une commune proche de Guingamp n'a pas d'intérêt en soi sauf pour une vague localisation pour un internaute de France ou d'Europe. Ce procédé de visualisation qu'est la cartographie a été associé dans la grille d'analyse au procédé de nomination, comme naturalisation de cet espace appuyé par la valeur de vérité de l'image. La projection du monde en deux dimensions permet une maîtrise, selon Bruno Latour[549]. La carte est panoptique ou synoptique. Nous verrons que l'apparition de carte en mode dit immersif, en trois dimensions ou interactives permet d'entrer dans une

[548] Jacques Lévy, *L'espace légitime*, p. 52-53.

[549] Bruno Latour, Le topofil de Boa-Vista, in *Raisons pratiques*, 1993/4, pp. 187-216.

logique « parcourante »[550]. La vue n'est plus obligatoirement frontale ou panoptique (vue d'ensemble). Nous avons relever dans le « corpus web régional » l'échelle, le format (technique) et le contenu des cartes. Pour ensuite présenter ce que les éditeurs en font à partir d'un corpus restreint. Les cartes servent à assister les déplacements de l'internaute, à se nommer, à être identifiés et à attacher territorialement, comme nous le présenterons.

1) Échelle

Le maillage territorial dans le cadre de ces cartes, qui peuvent être qualifiées de représentations graphiques, laisse place à d'autres logiques chez les acteurs. Ces cartes ou plans s'inscrivent majoritairement dans la proximité territoriale[551]. Le lieu, la ville, la communauté de communes ou l'île sont les niveaux privilégiés. Au niveau de l'échelle régionale, il est à noter que la Bretagne à cinq départements est affichée dans 47 cartes, contre 27 cartes pour une Bretagne à quatre départements. Pour 12 cartes, le découpage était flou, ce qui ne permettait pas de savoir si la Bretagne se composait alors de quatre ou de cinq départements. La Bretagne à trois départements correspond à un découpage qui inclut le Finistère et les deux départements limitrophes, les Côtes d'Armor et le Morbihan. Il apparaît que pour le département du Finistère les découpages vont plus loin avec une présence sur quatre cartes de la partie nord et dans deux cartes de la partie sud du département. La partie nord du département renvoie à un ancien pays breton (« bro »), le Léon et également aux limites d'une communauté de communes, d'un pays issu de la loi Voynet. Ce relevé n'est pas exhaustif. Les cartes reprennent des applications qui proposent des vues du ciel du territoire, voire des vues de satellite pour des échelles comme la France, l'Europe ou la région Bretagne. Avec l'application *Google Earth* en mode ciel, une des cartes rencontrées était même celle du ciel (des étoiles) ! De la carte du monde à la carte du ciel, le télescopage des échelles est présent.

2) Format[552]

Des images produites avec des outils comme *Google Map*, *Mappy*, *Quickmap*, *Maporama*, *Via Michelin*, ou *Google Earth* sont donc directement mises en ligne afin de situer le lieu où est implanté l'éditeur dans le territoire « physique ». La localisation du lieu d'implantation est indiquée par exemple via des coordonnées que l'internaute enregistre sur un système de navigation appelé « GPS ». Le format Portable Document Format (*PDF*) est

[550] Anne Marie Duguet, L'art – et son double – (L'art), in Anne Cauquelin, *Paysages virtuels*, Paris, Éditions Dis Voir, 1988, p. 6.

[551] Cf. Tableau 25. Fréquence et échelles des cartes, p. 462.

[552] Cf. Tableau 26. Format et fréquences des cartes ou plans, p. 463.

utilisé pour permettre à l'internaute de télécharger un plan, qui peut être imprimé. Ces outils apparaissent comme des aides au déplacement dans le territoire « physique ». Sur le site web *eaubretagne.fr*, les cartes ne sont pas placées sur le site web, seuls des liens hypertextes renvoient à d'autres sites web qui proposent les cartes. Les principaux formats images utilisés sont *JPEG*[553], *GIF*, *PNG*. Le degré d'interactivité varie entre la loupe (grossissement), le lien hypertexte intégré renvoyant à d'autres pages du site web, et des informations complémentaires. Les cartes ou plans interactifs ou plans dynamiques, selon la qualification attribuée par les concepteurs, donnent des informations complémentaires selon la sélection effectuée par l'internaute. Avec les animations Flash, le télescopage des échelles fait passer d'une vue Monde ou Europe, à la France puis à la Région ou au lieu en quelques secondes. Parfois ce télescopage se fait à partir d'outils comme *Google Earth*, comme pour l'association « Breizh en OC »[554]. Les formats, dont nous ne traitons pas spécifiquement, paraissent varier selon les objectifs des éditeurs :

- se situer à une échelle supérieure,
- aider au déplacement, donc à l'accès dans le territoire « physique ».

3) Contenu[555]

Les cartes planes sont des plans d'accès ou des cartes touristiques. Il y a des vues satellitaires ou aériennes avec un angle plus ou moins grand de la ville, la région au pays, voire au continent. Il est possible de rencontrer des visions en 3D plus ou moins élaborées, qui concernent principalement les villes. L'accès au lieu d'implantation dans le territoire « physique » est présent sur 82 plans. Ces cartes mises en ligne servent à localiser la situation de l'organisme à des échelles diverses comme la Bretagne, la France ou l'Europe. Généralement cette localisation est formalisée par un point rouge sur la carte. Les regroupements des communes en des structures comme des communautés de communes aboutissent dans vingt-deux cas à une présentation du territoire de cette structure. Le territoire de la commune peut également faire l'objet d'une présentation. Hélène Martin-Brelot souligne l'attente des habitants de Saint-Quentin-en-Yvelines. « La mise en ligne du plan de ville interactif dans la dernière version du site Internet de la Communauté d'Agglomération répond en partie aux attentes de la population en matière d'information géographique locale. Les sondages montrent que la présence de cartes représentant l'agglomération est appréciée pour la connotation d'appartenance au territoire et le complément d'information apporté. Les

[553] JPEG, acronyme de Joint Photographic Experts Group (littéralement « groupe d'expert photographique mixte ») qui est une norme de compression d'images numériques.

[554] Accessible via le lien hypertexte, http://www.breizhenoc.org/plans/Salle_du_Bazacle-_-Breizh_en_Oc.kmz .

[555] Cf. Tableau 27. Contenu des cartes ou plans, p.464.

jeunes expriment un souhait d'appropriation de la Ville Nouvelle au travers de nouvelles rubriques (tribune libre, courrier des lecteurs, concours, bande dessinée...) et définissent une attente en matière de loisirs avec un élargissement aux communes limitrophes, voire à la région. [556]» L'échelle et le contenu peuvent donc varier en fonction des attentes des publics, de l'attachement ou de l'appartenance aux territoires sur un registre de proximité ou, selon cet auteur, des services ou des informations complémentaires. Pour les plus jeunes, dans cet exemple, les informations complémentaires sont les sorties et les loisirs dans une logique d'ouverture au territoire plus vaste que celui de la commune.

D'autres thématiques sont traitées dans les cartes, le relevé a permis d'en identifier 34. Les cartes peuvent localiser des objets statiques comme des monuments, ou des événements : des festoù-noz, littéralement fêtes de nuit, des festivals. Sur 7 sites web du corpus « web régional », les cartes comportaient trop de thématiques différentes pour pouvoir leur trouver une thématique générale. La carte sert également à calculer les distances entre les villes.

Outre le télescopage des échelles, il apparaît qu'un certain télescopage dans le temps est également présent. Les anciennes cartes du duché, des anciens pays « broioù », des évêchés, des danses traditionnelles, des zones linguistiques du breton sont accessibles en ligne sous forme de *PDF*, issues le plus généralement de documents d'archives numérisés. Ces anciennes cartes trouvent une diffusion plus large, et peuvent faire même l'objet de nouvelles éditions comme sur le site web *geobreizh.com*.

Comme pour les liens hypertextes, la dimension réticulaire liée ou non au web est affichée par les éditeurs. Des cartes mentionnent l'implantation géographique des membres, des adhérents, les implantations d'une entreprise à l'étranger ou sur le territoire breton, les bibliothèques etc. La carte peut même venir localiser géographiquement les sites web ou plutôt les éditeurs des sites web comme sur l'annuaire *cotesdarmor.net*.

La carte présente sur le site web est-elle une simple composante permettant de définir un genre ou un type de site web ? De ce point de vue la carte serait l'un des outils du site web dit « brochure ware » regroupant les versions numériques de journaux, de magazines, de guides, de catalogues, de cartes, de plans etc[557]. Mais si les échelles, les formats, les contenus sont pris en compte, la carte fait partie intégrante d'une scénographie du site web, d'une mise en scène du territoire sur le web. Elle constitue un procédé de visualisation. En ce sens, la démonstration s'intéressera moins à la sémiologie graphique de la carte (couleur, forme,

[556] Hélène Martin-Brelot, TIC et territoires locaux dans une perspective de développement durable. L'expérience Rhizome - TV Film 78 – Saint-Quentin- en- Yvelines. Thèse de Doctorat en géographie, École normale supérieure Lettres et Sciences Humaines, Janvier 2006, p. 158.

[557] Peter Stockinger, *Les sites web*, Paris, Lavoisier, 2005, p. 16.

taille, valeur, grain, orientation), définie par Jacques Bertin[558] qu'au contenu et à la mise en scène du territoire sur les sites web. Par rapport au territoire, la carte opère un premier changement selon Lucien Sfez. « *Le changement, ou différence, est un changement de niveau d'information, un recadrage, c'est-à-dire, la création d'un contexte.*[559]» Avec le web, les exemples de cartes présentes dans le corpus « web régional » montrent que les cartes mentales du territoire prennent place dans ces cartes. Les cartes renvoyaient à la contiguïté, c'est-à-dire à un espace en mailles. Or la complexité renvoie au chevauchement, au recouvrement, à l'émancipation de la contiguïté[560]. Selon Jacques Lévy, les cartes possèdent une sémiologie graphique car les cartes sont des figures, en tant qu'unité de perception visuelle et des images avec différentes composantes graphiques, et comme nous le montrerons, des composantes sonores. La cartographie du territoire est vue par Laurent Gille, Marc Guillaume et Jean Zeïtoun[561] comme un support et une représentation de ses attributs, une classification des lieux et des échanges entre les lieux. Cependant, la représentation des flux sur des cartes géographiques, selon ces auteurs, n'est pas pertinente. Il faudrait créer des « hypercartes » à partir de bases de données, sous forme de graphes par exemple. Ainsi la métrique place les entités d'un même territoire dans un espace de représentation selon un mode classificatoire (similitude ou non) ou un mode de flux (interaction, reconnaissance, échanges). La carte du géographe perd de sa maîtrise du monde d'un point de vue administratif, d'un découpage du territoire en zones (classificatoires) face au retour de la carte mentale de l'individu dans les cartes, selon ces mêmes auteurs.

Selon les exemples observés dans le corpus « web régional », la géolocalisation et la mobilisation d'autres découpages territoriaux basés sur la culture ou un territoire composé par le réseau des membres d'une association bouleversent ces modes classificatoires. Dans les propriétés (échelle, format, contenu) de la carte, la métrique euclidienne perd de sa pertinence pour devenir une métrique de relation ou de sens partagé (convention), tandis que les objets sont remis dans le territoire, ils sont géolocalisés. La carte nomme, identifie, visualise. Les photographies sont remises dans une carte de l'application *Google Earth*, comme sur *geobreizh.com.* Selon Benedict Anderson, la carte a créé deux « avatars » au XVIIIe siècle : la carte historique (antiquité du territoire, notamment colonial) et la carte comme logo. « *Aussitôt reconnaissable, partout visible, le logo-carte pénétra profondément l'imagination*

[558] Jacques Bertin, *Sémiologie graphique*, Paris, Éditions de l'EHESS, 2005, 452 pages.

[559] Lucien Sfez, *Critique de la communication*, Paris, Éditions du Seuil, 1992, p. 78.

[560] Jacques Lévy, Un tournant géographique, in Bernard Debarbieux, Martin Vanier (sous la dir.), *Ces territorialités qui se dessinent*, Paris, DATAR/ Éditions de l'Aube, 2002, pp. 129-144.

[561] Gille, Laurent, Marc Guillaume, Jean Zeïtoun, De nouvelles représentations de l'espace, in Pierre, Musso (sous la dir.), *Communiquer Demain*, Paris, DATAR/Éditions de l'Aube, 1994, pp. 29-63

populaire, formant un puissant emblème pour les tout jeunes nationalismes anticoloniaux. [562]» Nous définirons ce « logo-carte » comme une forme aux contours identifiables qui peut-être déclinée sur différents types de supports et largement mobilisée sur le web (sur un corpus restreint de quinze sites web, seuls six sites web n'ont pas de cartes). La carte devient ruse, retirant des découpages passés une nouvelle visualisation d'un territoire à cinq départements.

5 - 2 - L'information complémentaire

L'information complémentaire peut être une attente du public sur des outils mis en ligne par une municipalité. Mais les internautes peuvent également fournir cette information complémentaire. Les cartes mises en ligne sont « loin d'une représentation mimétique [563]» selon Andrey Lohard, et dans ce corpus « web régional » d'une mimétique du territoire de la Bretagne sur le web. Les outils ou applications mis à disposition des internautes permettent d'enrichir et de partager des cartes, notamment avec *Google Maps,* l'outil le plus présent dans ce corpus « web régional ».

Prenons l'exemple du site web spécialisé sur la géographie de la Bretagne, *geobreizh.com*[564]. Les quatre rubriques présentent des cartes « Ville par… », « Géographie », « Données », « Boutique ». La visualisation du territoire se fait sous forme de photographies sur la page d'accueil avec des images JPEG ou GIF. Les thèmes autour de ces cartes sont les villes, la géographie et la vente en ligne de cartes. La visualisation dans *geobreizh.com* n'est pas multimédia seulement cartographique ou héraldique-vexillologique. La visualisation n'est pas animée, elle repose sur des cartes, des blasons et des drapeaux, voire des panneaux de signalisation routière. Au niveau des titres des cartes différentes échelles territoriales sont disponibles allant de la commune à l'Europe, puisque deux posters en vente s'intitulent « 100 nations d'Europe », « Peuples minoritaires européens ». Au niveau des villes et des cartes de Bretagne, ce sont différents territoires administratifs ou historiques ou traditionnels. De ce fait, les représentations des territoires se font sur une échelle administrative (villes, communes, département, Pays de Loi Voynet) et sur une échelle temporelle (/contemporains/ et /historiques/) avec une distinction subtile entre les /pays historiques/ et les /pays traditionnels/. Cette distinction reprend un découpage selon les anciennes cités romaines puis les évêchés, les anciens découpages administratifs avant 1789 (/pays historiques/) et les /pays traditionnels/ dont le nombre n'est pas fixé et qui se basent sur un découpage pratique,

[562] Benedict Anderson, *L'imaginaire national*, Paris, La découverte, 2002, p. 178.

[563] Audrey Lohard, Les territoires physiques vus du cyberespace, *Quaderni*, n°66, printemps 2008, p. 56.

[564] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web geobreizh.com.

culturel dans le cadre d'abstraction sous forme de carte, ou plus exactement, d'image mentale dans le cadre de représentation mentale.

Il existe donc différents formats de carte que nous avons distingués entre les cartes fixes (*GIF*, *JPEG* et *PDF*) et des cartes manipulables (format *PNG* pour l'application *Google Maps*). Les cartes fixes correspondent à une compilation de données effectuées par le webmaster du site web. « *Toutes les cartes en ligne, elles ont été produites une par une. En fait, j'ai un fond de carte sous Illustrator, donc un logiciel de dessin vectoriel, sur lequel il y a les 1500 communes de Bretagne. Donc ça, c'est retravaillé… c'est totalement libre de droit. Donc, je peux travailler ce fichier sans rendre de compte à personne. Et, ensuite je situe mes différents territoires dessus selon les données que j'ai. C'est du fait maison, mais cela fonctionne bien, c'est le principal. En fait, quand on crée ce genre d'outil, comme ce n'est pas de l'outil professionnel, on est obligé de faire beaucoup avec de la débrouille mais cela marche quand même.* [565]» Ces données ne sont pas accessibles sous cette forme et sur cette thématique territoriale sur un autre support. Ce site web se situe donc dans une niche en matière d'information et de représentation graphique. Pourtant la création des cartes n'est pas professionnelle, le webmaster n'est pas géographe ou informaticien, il se définit comme vexillologue. Ces cartes sont statiques, or il existe des cartes manipulables par l'internaute.

Les cartes manipulables par l'internaute se trouvent sur des applications en ligne et disponibles gratuites le plus généralement et d'un usage facile. « *À mi-chemin entre les nouvelles possibilités de cartographie et la promenade dans les répliques virtuelles du monde, on trouve des visualisations des territoires physiques depuis le cyberespace proposées par Google Earth, Virtual Earth de « Microsoft », ou encore GéoPortail de l'IGN. Ces représentations sont des tentatives de reproduction à l'identique, efforts pour « coller » parfaitement au territoire physique au moyen de photographies aériennes ou satellitaires.* [566]» Ces applications offrent un intérêt supplémentaire, celui de la géolocalisation, c'est-à-dire que la carte va s'enrichir des représentations mentales, géolocalisées ou géolocalisables et surtout partagées. Le succès de ces applications réside dans cet ajout d'informations, dans la facilité de manipulation dans l'usage et d'intégration dans une interface de site web, selon Audrey Lohard. Cette proposition de facilité d'usage est confirmée par le webmaster de *geobreizh.com*, qui va plus loin en prenant en compte le service offert à l'éditeur pour son propre usage, et du choix de la vue par l'internaute. « *C'est vrai qu'aujourd'hui, Google propose différents outils qui sont quand même très intéressants en termes cartographiques. C'est parmi les acteurs qui sont allés le plus loin dans ce*

[565] Cf. Annexes DVD. Entretien avec Mickael Bodlore-Penlaez, webmaster de geobreizh.com, le 22 avril 2008.

[566] Audrey Lohard, Les territoires physiques vus du cyberespace, *Quaderni*, n°66, printemps 2008, pp. 53-54.

domaine-là. Et ils proposent des modules pour intégrer leurs cartes dans différents sites web. Donc du moment que les données dans un site web sont géolocalisées, il y a la possibilité de pointer sur une ville via la longitude et la latitude. Donc, sur une carte, on peut intégrer ce type de modules. Pour Geobreizh, c'est un contenu complémentaire intéressant pour les internautes qui visitent le site web. Ils peuvent aller directement sur les cartes Google ou directement les voir au format satellite. Ce sont donc des modules intéressants à intégrer dans ce type d'outils. Cela répond en quelque sorte aux cartes mentales des internautes par rapport aux lieux. [567]»

Les cartes mentales sollicitées se situent chez cet acteur non pas dans les découpages administratifs du territoire plutôt dans des découpages historiques, culturels du territoire. L'intérêt de ce site web est l'information complémentaire, issue de la compilation de données de l'INSEE principalement, accompagnées des drapeaux et blasons de ces territoires et de photographies de l'église pour les communes. Ce site web présente une nouvelle manière d'écrire la géographie du territoire entre données officielles, photographies contemporaines du territoire et dimension historique par les illustrations. Ces cartes ne se situent plus sur une accumulation de savoir disciplinaire mais sur la volonté de produire des cartes sur un sujet donné. « *On le comprend, de plus en plus d'informations vont être géoréférencées. Toujours plus nombreux seront les lieux et itinéraires « physiques » accessibles depuis le web. En ce sens, les techniques de géolocalisation permettent d' « augmenter » le territoire, de fournir des informations qui n'étaient jusqu'ici pas disponibles et qui transforment notre rapport au territoire.*[568] » Nous ne pouvons pas affirmer que ces cartes transforment notre rapport au territoire, ce qui induirait une nouvelle manière de lire, de représenter, de se représenter et de penser le territoire. Cependant, elles opèrent une médiation, une distorsion en créant un nouveau contexte, un autre cadrage. De plus, comme le souligne Audrey Lohard, « la géolocalisation devient un enjeu industriel et économique pour les opérateurs de téléphonie, les fournisseurs de données géographiques, etc.[569] ». En effet, la carte fournit ou doit fournir des informations complémentaires et doit répondre, parallèlement, à d'autres découpages ou représentations des territoires que les territoires administratifs bornés, d'après notre analyse du corpus « web régional breton ». Le territoire-espace se conjugue avec le territoire-temps dans ce procédé de visualisation et d'attachement territorial qu'est la carte. Sur le fond de carte, les informations compilées provenant de l'histoire de ce territoire en modifient les

[567] Cf. Annexes DVD. Entretien avec Mickael Bodlore-Penlaez, webmaster de geobreizh.com, le 22 avril 2008.

[568] Audrey Lohard, Les territoires physiques vus du cyberespace, *Quaderni*, n°66, printemps 2008, p. 55.

[569] Audrey Lohard, Les territoires physiques vus du cyberespace, *Quaderni*, n°66, printemps 2008, p. 55.

limites administratives, passant de quatre à cinq départements. Les acteurs créent un nouvel espace, une nouvelle géographie.

5 - 3 - **Projection des lieux sur le web ou de l'internaute dans les lieux du web** ?

Il apparaît difficile de distinguer la projection des lieux sur le web ou de l'internaute dans les lieux lorsque l'on observe la mise en scène du territoire par la carte à partir du site web. La projection d'un lieu sur le web et de l'internaute dans les lieux sur le web, ou dans les lieux projetés sur le web pourrait se limiter à élaborer les critères des sites web vitrines pour accroître la visibilité d'une ville ou d'une entreprise. Les exemples rencontrés ne sont pas des outils créant un environnement virtuel ou immersif de type jeux vidéos. Néanmoins, ils ont permis de distinguer deux types d'informations mis en scène :

- les cartes sont conçues comme des plans d'accès, d'information mise à disposition de l'internaute pour gérer ses déplacements dans l'environnement « physique »,
- ou elles sont conçues comme la projection de l'internaute dans les lieux du territoire sur le web, dans des environnements en trois dimensions ou dans des cartes sonores.

Entre la carte du territoire pour gérer des déplacements et la carte du territoire pour y promener l'internaute, les procédés de visualisation du territoire ne sont pas identiques.

Dans la gestion des déplacements dans le territoire « physique », il existe diverses mises en scène des rubriques nommées « accès et horaires », « informations pratiques » ou « contact ». Le site web peut renvoyer à des sites web externes de gestion des déplacements selon différents modes de transport. La visualisation sur le site web *bretagne.fr* du « Conseil régional de Bretagne » est multimédia et non cartographique. L'accès aux bâtiments est présenté sous des formats *JPEG* de photographies des façades des bâtiments, sous des signes verbaux que sont l'adresse postale, les horaires d'ouverture et un renvoi à des sites web externes pour les transports individualisés et routiers, *viamichelin.fr* et *mappy.fr*, ou les services de transports comme le « Service des Transports en commun de l'Agglomération Rennaise » (STAR) ou le « Transport Express Régional » (TER). Des cartes sont présentes sous les formats *PDF* ou les formats *JPEG* représentant des vues partielles de cartes qui accompagnent des articles mis en ligne, comme des projets de coopération interrégionaux Bretagne et Pays de la Loire, ou la « Carte des Parcs naturels régionaux ». Dans cet exemple, la vue est panoptique, le territoire est administré. La carte de présentation du territoire est statique. Pour la gestion des déplacements, la carte est dynamique et sa réalisation est confiée à des acteurs externes. En ce sens, les cartes fixes ou statiques présentent une maîtrise du territoire sur des thématiques diverses, les acteurs professionnels, les sites naturels, les activités de loisirs, les axes routiers par l'acteur qui les met en ligne. Le format *PDF*, utilisé

sur les sites web *rennes.fr, bretagne.fr* et *tourismebretagne.fr*, permet à l'internaute de les télécharger, de les imprimer et de les transférer par mail depuis le site web où elles sont mises en ligne.

Dans l'accès aux lieux du territoire « physique » sur une carte plane, des parties peuvent être capturées sur des applications comme *Google Maps.* Sur *alaisebreizh.fr*, les plans d'accès aux boutiques sont des images *GIF* avec une matérialisation de la boutique par la présence du logotype dans un plan à l'échelle du quartier. Ces cartes sont mises en scène avec des informations complémentaires, comme un descriptif historique de la « Boutik », littéralement boutique, la présentation du gérant avec son visage mis sur un corps de dessin de Bigouden[570] et la mention de son prénom, des horaires d'ouverture. La carte est descriptive, voire illustrée.

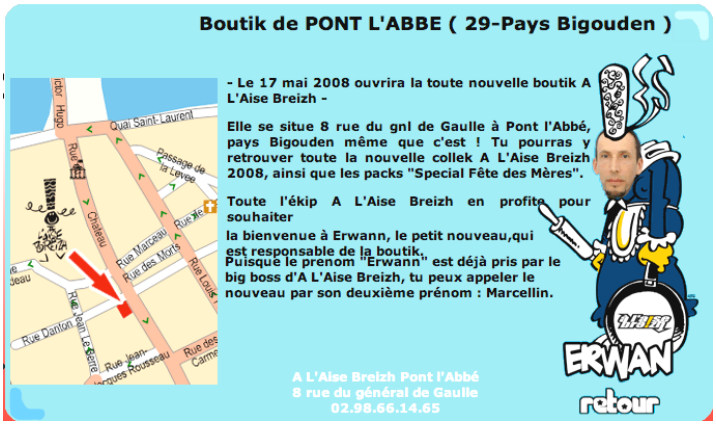


Figure 8. alaisebreizh.com*, capture d'écran de la mise en scène de l'accès aux points de vente dans le territoire « physique »*

Si l'accès aux lieux du territoire physique est le premier thème du site web *tourismebretagne.com*[571], le second thème est la mise en scène dans une logique marchande de prestataires de services. Dans les pages du site web, les cartes sous format *Google maps* géolocalisent les professionnels ou les cartes en *GIF* interactives géolocalisent les lieux ou les activités de loisirs. Les vidéos mises en ligne sur la plateforme de partage de vidéos *You Tube* permettent la visualisation en sons et en images des prestations proposées dans le territoire « physique ». Par l'intermédiaire de menus déroulants, l'internaute sélectionne une ville et une activité. Les résultats obtenus sont géolocalisés sur la carte qui croise les données selon les choix de l'internaute. Le territoire est choisi, sélectionné au gré des envies de l'internaute et des données mises à disposition par l'éditeur.

[570] Bigouden, en référence à la coiffe portée dans le sud du Finistère et le pays traditionnel « Bigouden ».

[571] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse > tourismebretagne.com.

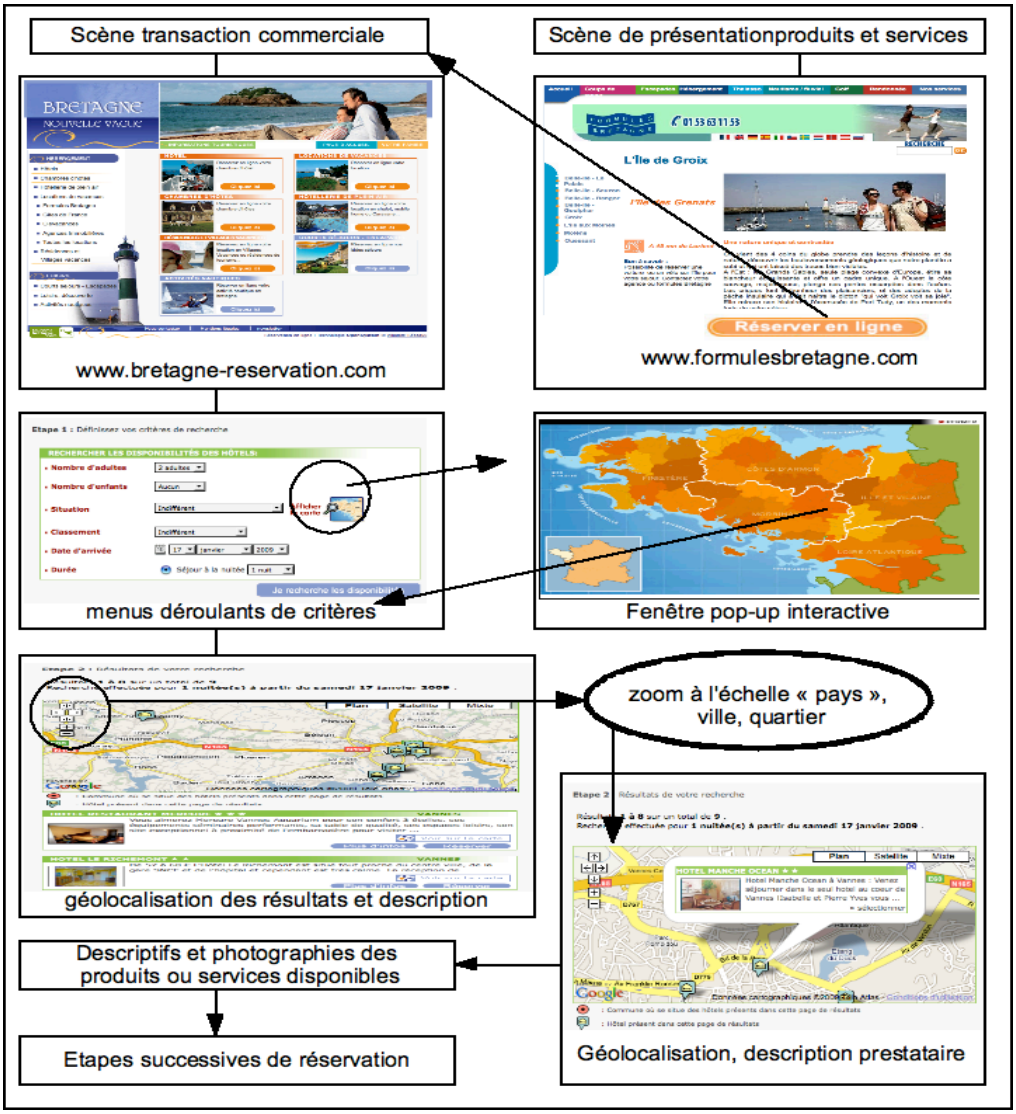


Figure 9. tourismebretagne.com, captures d'écran et représentation schématique des scènes de transaction commerciale

Dans les pages web du site web *tourismebretagne.com* dédiées à la transaction commerciale et à la présentation des produits et services, une géolocalisation est associée pour acheter un séjour. Dans ce cas les lieux, les prestataires de services, les acteurs du territoire ou les services sont matérialisés sur la carte. Les lieux présentés sont les lieux considérés comme ayant un attrait touristique ou les lieux avec des acteurs adhérents au « CRTB ». Ce site web se veut donc être une porte d'entrée unique vers l'ensemble des acteurs régionaux du tourisme, qu'elle gère selon un principe de base de données mise à disposition des internautes. La dimension à effet panoptique de la maîtrise de son territoire de compétence par un acteur (de type institutionnel) tend vers une dimension à effet synoptique, vers le détail, vers le plus petit, la ville, le lieu du prestataire de service, la chambre d'hôtel à louer. La carte offre la possibilité de gérer la distance, de visualiser les lieux, de s'y projeter par

avance. La gestion des cartes associées à une base de données autorise également la création d'applications permettant de gérer ces déplacements selon une variable de temps et non exclusivement de disponibilité, d'accès et de transports. Le temps disponible de l'internaute s'accorde avec les temps de disponibilité des lieux grâce à une carte du territoire (disponible, ou concordant).

Cette notion de temps de parcours du territoire « physique » à partir du territoire en ligne est visible sur www.tictac.rennes.fr/, « le temps à la carte », le site web disponible à partir de la rubrique « Tout trouver en un clic » sur *rennes.fr*. Comme indiqué sur le site web, Rennes est la « première ville européenne » à expérimenter ce dispositif, financé dans le cadre d'un projet européen « Equal », « "Rennes, égalité des temps" destiné à lutter contre les inégalités professionnelles entre les femmes et les hommes.[572]». Ce service permet à l'internaute-habitant de rechercher des services municipaux ouverts en fonction de son emploi du temps et du quartier souhaité.

La carte sur le site web est synoptique. Le territoire est prélevé selon des variables simultanées d'accès, de temps, de prestation offerte, de localisation. Nous avons présenté différents filtres entre des catégories de menus déroulants, et des sélections de zones géographiques sur une carte interactive. Cependant toutes ces techniques ne donnent pas une vue englobante du territoire, uniquement des « prélèvements » précis et sélectionnés.

Il existe d'autres mises en scène du territoire, dans une logique qui dépasse la gestion des déplacements, mais qui constitue un parcours du territoire en ligne. L'un des sens que devrait mobiliser ce web « immersif » selon Dominique Boullier est l'ouïe. « *Nos propres travaux sur les conditions de succès des jeux vidéos ont fait apparaître la qualité immersive du son comme un critère essentiel.*[573] » Pour que le web devienne plus immersif, il faut qu'il propose une immersion perceptive. Nous présenterons deux exemples d'immersion perceptive avec le son que sont les sites web de *dastum.net* et la rubrique « Panorama »[574] et le site web, *citevisions.rennes.fr* et la rubrique « visite immersive »[575].

Sur *dastum.net,* les éléments du maillage territorial comme les villes, mentionnées sur la première carte de la rubrique « Panorama », s'effacent au profit d'un maillage provenant des terroirs et des pays, d'une organisation du territoire basée sur un rapprochement vers l'individu, de l'organisation sociale passée, souvent située à l'échelle d'une paroisse,

[572] Tic Tac, disponible à l'adresse URL www.tictac.rennes.fr/, Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web rennes.fr.

[573] Dominique Boullier, Le web immersif, *Quaderni*, n°66, printemps 2008, p. 69.

[574] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web Dastum.net.

[575] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web Dastum.net.

nommée « bro » (littéralement « pays »). Dans l'exemple présenté, le Léon est un « bro », terme féminin breton signifiant « pays » qui se situe au nord du département du Finistère. L'internaute dans la rubrique « Panorama » se trouve face à un découpage issu de la culture bretonne, voire traditionnelle ou tout simplement de l'histoire. Les éléments qui définissent ce « bro » sont alors la danse, le costume, les instruments, les collecteurs, l'histoire, présentés par des photographies et un extrait audio au format MP3 en streaming. Une autre rubrique propose un parcours sur la carte des danses de Bretagne, dans la rubrique : « Fest-noz, Venez découvrir les Danses de Bretagne ».

Dans ces cartes au format *GIF*, le rapport entre le territoire et l'espace en ligne se fait par un objet sonore. La musique disponible à l'écoute reprend la musique et les chants traditionnels, ou avec des arrangements modernes. Cet objet sonore reprend un élément culturel attaché à un territoire. L'appropriation de ce territoire en ligne dépend du parcours de l'internaute, et de l'activation avec la souris de certaines zones des cartes interactives. La mise en scène n'est donc pas immersive visuellement, c'est le son associé à la carte qui crée l'immersion. L'espace en ligne reprend des éléments visuels et sonores liés à un territoire. L'internaute pratique cet espace par un ensemble d'actions permettant une écoute, une visualisation d'un territoire « physique » sélectionné. Le point de vue choisi par le concepteur des cartes détermine le territoire, mais ce point de vue n'est plus uniquement politique. Dans la rubrique « Panorama », des cartes interactives décrivant les pays, les terroirs avec les pratiques musicales et de danses qui y sont associées, offrent un nouveau type de visualisation des territoires bretons. Nous avons qualifié ce type de visualisation de parcours « sonore » du territoire culturel et traditionnel breton. Les cadres de références deviennent ceux de ce territoire. Le prélèvement et la sélection sont précis, limités, la carte est enrichie, mais le territoire est sélectionné. L'attachement territorial campe le site web de l'association « Dastum » dans ce territoire, sans entrer dans un registre plus large que seraient les pays celtiques (le terme « celtique » est utilisé une seule fois).

L'immersion sonore peut être associée à une immersion visuelle, comme dans la rubrique « visite immersive » du sous-site web de la ville de Rennes, *citevisions.rennes.fr*[576]. Ces applications reposent sur une base de données urbaine (BDU) constituée par les services de la ville de Rennes, soit trente-six mille bâtiments géolocalisés par un Système d'Information Géographique (SIG). L'application « Citévisions » se présente sous deux formes, celle d'un plan en 3D, rubrique intitulée « Rennes en 3D » et celle d'une promenade dans l'hypercentre de la ville, sous forme de vidéos avec des fonctionnalités de parcours avec déplacement dans l'image intitulés « Visites immersives ».

[576] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web Rennes.fr.

L'internaute n'a pas le choix : son parcours de visite s'effectue selon un nombre limité de lieux pré-sélectionnés du centre de la ville, avec une dimension historique. La « visite immersive » de l'opéra de Rennes se déroule sur un fond musical d'accords des instruments à cordes. Le parcours de ce lieu se fait selon trois angles à sélectionner : « le parterre », « le balcon » et le « plafond ». Le passage d'un angle ou d'une vue à l'autre est matérialisé sur l'image par un carré blanc apparaissant en alternance ou dans la liste de choix située (menu) en dessous du titre « opéra »[577].

Notre intérêt s'est porté sur le fond musical en rapport avec les images et l'accompagnement textuel présenté dans la colonne de droite pour chacun des « lieux des visites immersives »[578]. Cette comparaison met en évidence une absence de concordance entre l'image du lieu souvent sans personnage et un accompagnement sonore qui met en son (mettre en son au sens de mettre en scène) plusieurs personnes, évoquant parfois le tapage. Le bruit de « talons sur le pavé » est repris pour plusieurs lieux comme le chant des oiseaux même si le sol du lieu est recouvert de graviers ou de neige. La description des lieux, parfois accompagnée de texte, repose sur une description historique du patrimoine bâti. Les lieux de vie comme le « Marché des lices » ou le « Parc du Thabor » ne sont pas décrits textuellement. Les faits historiques des lieux sont mentionnés ou occultés. Par exemple, des « autonomistes bretons » ont détruit en 1932 la statue d'Anne de Bretagne et du Roi de France sur la mairie, mais il n'est pas fait mention de l'incendie du Parlement de Bretagne, le 4 février 1994. Ce « Parlement » est qualifié de « Parlement de Bretagne » uniquement dans le texte et non dans les dénominations des rubriques. Dans les textes, quatre lieux sont décrits selon leurs fonctions actuelles. L'attachement au territoire de la Bretagne se fait par petites touches autour des termes « danseurs bretons », « Parlement de Bretagne », tout en évoquant un certain « rejet » de l'aspect « autonomistes bretons ». Deux éléments se rapprochent d'éléments symboliques de la Bretagne comme « l'Hermine symbolisant la Bretagne » et « Hermines de Bretagne ». Deux signes verbaux en breton sont présents et non traduits dans le texte, « Tro Breiz », signifiant littéralement « Tour de Bretagne [579]».

[577] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web rennes.fr, représentation schématique de la scène de visualisation « immersive » de l'opéra de Rennes

[578] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse rennes.fr, tableau de l'accompagnement sonore, visuel et verbal des visites immersives.

[579] Le « Tro Breiz » est un pèlerinage qui s'effectuait autrefois en l'honneur des sept saints fondateurs de la Bretagne. En 1994, l'association « Chemins du Tro Breiz » a relancé ce pèlerinage. « Les chemins du Tro Breiz », site web de l'association disponible à l'adresse URL www.tro-breiz.com/

Les objets n'existent que par l'action du « spec-acteur », comme la visite d'une ville virtuelle, définie par Jean-Louis Weissberg[580]. Ces objets deviennent sécables et recomposables à l'infini, tout comme l'espace représenté. Plus de re-présentation car le spec-acteur entre dans la simulation, celle d'une différenciation des modalités de présentation, il devient interactant en se promenant. Passé le cap de la maîtrise des modalités d'évolution dans cette présentation en troisième dimension, « *à la quasi instantanéité de la perception de la profondeur dans la perspective succède la durée palpable d'une exploration. Et cette profondeur qui nécessite une activité pour se dévoiler, manifeste une négation de l'instantanéité. L'épaisseur temporelle de l'activité d'exploration, de construction de l'image-objet n'est pas une illusion interactive. Cette épaisseur est le contrepoint logique de l'opacité de la simulation interactive. Il faut du temps pour y pénétrer parce qu'elle n'est pas une image planaire que l'on peut saisir quasi instantanément, mais une méta-image qu'il s'agit à la fois de construire et d'explorer.* [581]» Les différentes formes de visualisation du territoire rennais par des outils de cartographie sont :

- des cartes ou plans d'un territoire administré aux informations pérennes ;
- un plan en 2D avec des informations pérennes (arrêt de bus) et événementielles (travaux) ;
- une « maquette » en 3D pour gérer les déplacements dans le territoire « physique » ; un outil de recherche et de géolocalisation d'informations administratives pour gérer le temps des déplacements ;
- un parcours 3D historique.

De ce fait, l'espace en ligne des institutions publiques, et plus particulièrement d'une mairie, ne repose pas uniquement sur de l'e-administration autrement dénommée la dématérialisation des documents mais entre autres, sur la proposition d'outils permettant d'autres modes d'appréhension du territoire « physique » dans l'espace et le temps. Un espace en ligne de pratique du territoire sur le mode de la gestion des déplacements dans le territoire « physique », selon une variable de temps, reprend ainsi le rapport entre société et espace qui, selon Jacques Lévy , consiste à lutter contre la distance[582]. Cette distance est également temporelle, la question est celle de l'accessibilité. C'est une logique parcourante du territoire qui est proposée comme pour le réalisme de synthèse[583], même si les images des visites immersives sont issues d'enregistrement du territoire « physique ». Néanmoins, dans ce web immersif, il manque la dimension narrative, caractéristique des jeux vidéos. Les « prises », au

[580] Jean-Louis Weissberg, Sous les vagues de la plage, in Anne Cauquelin, *Paysages virtuels*, Paris, Éditions Dis Voir, 1988, p. 29

[581] Jean-Louis Weissberg, Sous les vagues de la plage, in Anne Cauquelin, *op. cit*. p. 29.

[582] Jacques, Lévy, A-t-on (vraiment) besoin du territoire ? in *EspacesTemps*, 1991, 51/52, p. 106.

[583] Anne Marie Duguet, L'art – et son double – (L'art), in Anne Cauquelin, *op. cit*. p. 6.

sens où la mémoire fait réapparaître une expérience sensorielle[584], demeurent limitées par le signe verbal même pour un internaute qui a parcouru auparavant les lieux « physiques ». Le procédé d'identification demeure limité en raison de la volonté d'attachement territorial proposée dans ces deux sites web par le signe sonore et d'un partage de sens avec un internaute. La carte demeure un procédé de visualisation de la sélection d'un territoire par l'éditeur.

5 - 4 - Marquer sa répartition dans l'espace « physique »

La carte peut servir à marquer sa répartition dans l'espace qui dépasse parfois les frontières du territoire de référence. Le territoire n'est plus borné ou défini ; le territoire est créé selon la répartition de ses membres (Cf. *dastum.net*), de ses jumelages (Cf. *rennes.fr*) ou de ses implantations (Cf. *laita.com*)[585]. « [La carte] devient un territoire symbolique, celui de nos relations avec les autres et de nos interactions avec le monde qui nous environne. [586]»

Le site web *dastum.net* mentionne sur une carte interactive les pôles associés de son réseau ainsi que les points de consultation de ses archives sonores avec leurs coordonnées respectives.

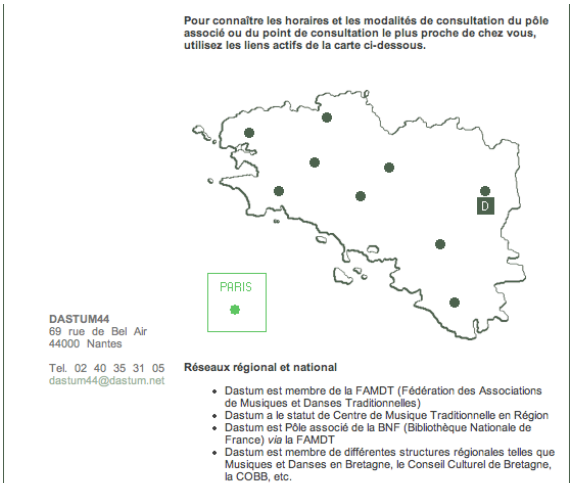


Figure 10. dastum.net, capture d'écran du territoire physique de référence (carte des membres)

La carte au format image *GIF* représente la Bretagne avec cinq départements et une extension avec un carré vert mentionnant, la « Mission Bretonne » située dans la ville de Paris. Cette sous-rubrique « Réseaux et partenaires » met en scène les neuf membres ou pôles associés du réseau de l'association. Le territoire « physique » de référence est issu de la mise

[584] Dominique Boullier, le web immersif, *Quaderni*, n°66, printemps 2008, pp. 70-71.

[585] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse correspondante aux noms des sites web.

[586] Audrey Lohard, Les territoires physiques vus du cyberespace, *Quaderni*, n°66, printemps 2008, p. 53.

en scène de l'association, du réseau de ses membres, ou de la Bretagne, comme tradition avec ses terroirs, ses danses (dont découlent la musique et les pratiques instrumentales et vocales), ses costumes. Le territoire représenté est celui de la Bretagne (y compris le département de la Loire-Atlantique) dans sa dimension historique, et des lieux d'implantation contemporains des partenaires du réseau « Dastum ». La carte devient un signe de l'attachement territorial et non un service d'orientation offert à l'internaute. Les cartes ont des fonctions symboliques plus que pragmatiques.

L'inscription à une échelle internationale de *rennes.fr* se fait sous la forme d'échanges culturels (« jumelages ») et de solidarité (« partenariat »), intitulés « L'international ». Dans cette même rubrique « Découvrir Rennes », le site web qualifie la ville de capitale « régionale » et « bretonne », en mentionnant les administrations « à dimension régionale » présentes sur le territoire de la ville (« Conseil Régional de Bretagne », « Préfecture de Région, etc.). Toutefois dans les discours, *rennes.fr* s'inscrit dans le territoire « physique » et borné de la ville, de l'agglomération pour les cartes planes ou en PDF. Son ouverture sur le monde passe par les relations avec des partenaires étrangers. La carte des jumelages se situe dans la rubrique « Rennes ouverte sur le monde » présentant un planisphère avec les villes jumelées matérialisées par un point rouge.

La mise en scène de la dimension internationale de la filiale de lait « Laïta » des trois coopératives agricoles, « Coopagri Bretagne », « Even » et « Terrena » repose sur trois cartes. La première, une image au format *JPEG,* présente des cercles successifs à partir de la région ouest de la France jusqu'aux États-Unis, aux Antilles, à l'Afrique et à la Russie. La seconde est une image au *ShockWave Flash*[587] qui présente sur une carte mondiale les implantations commerciales dans le monde. Au survol de la souris, le point bleu sur la carte indique le lieu d'implantation, des coordonnées de la structure commerciale. La troisième est une application *Google maps* qui géolocalise les implantations commerciales pour la France. Les cartes sur le site web de la filiale *laita.com*[588] mettent en scène la dimension internationale des activités commerciales, une extension du territoire sur une logique marchande. Sur le site web de la marque *paysanbreton.com*, les cartes ne sont pas présentes, seuls les produits sont mis en scène. Sur le sous-site web du label qualité de la marque « Paysan Breton », les cartes s'inscrivent au contraire dans le territoire de production, de référence. Les cartes soutiennent le discours du site web. Sur *qualite.paysanbreton.com*, la rubrique « Sur les chemins du goût » renvoie à une application Flash qui met en scène la filière du lait en treize étapes. Partant d'une vue à l'échelle européenne, l'animation descend au fur et à mesure vers le

[587] Logiciel de création et de lecture d'images distribué par « Adobe Systems ».

[588] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web de laita.com, paysanbreton.com et qualite.paysanbreton.com.

territoire de référence la Bretagne. Avant le démarrage des treize étapes, deux pages de l'application Flash présentent le territoire de la Bretagne par des cartes, la première, introduite par « Quelque part en Bretagne… », la seconde, sans signes verbaux.

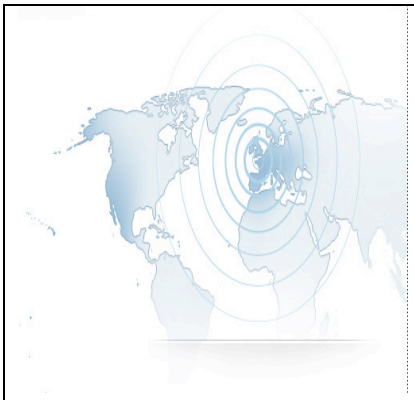


Figure 11. laita.com, capture d'écran de la carte des exportations, format JPEG	*Figure 12. laita.com, capture d'écran de la carte présentant les structures commerciales dans le monde, format shockwave Flash*	*Figure 13. laita.com, capture d'écran de la géolocalisation des structures commerciales, application Google maps*

Sur les produits commercialisés, l'emballage présente une péninsule, une forme aux contours identifiables. À ce stade, la Bretagne n'est qu'une forme aux contours identifiables. Présents dès 1969, sur l'emballage du beurre moulé de la marque « Paysan Breton », les contours de la Bretagne sont plus larges que les quatre départements, à l'échelle monde c'est la forme de la pointe de la péninsule armoricaine qui est mise en avant. Sur le web, la péninsule est ciblée par un cercle rouge et un signe visuel (une flèche de lecture) au milieu, car l'échelle est à un niveau supérieur. L'attachement territorial vient sur la seconde image avec le signe verbal « Bretagne » et le signe iconique /triskèle/ en transparence en bas à droite.

Figure 14. qualite.paysanbreton.com, mise en scène par carte de format flash du territoire de référence à l'échelle de l'Europe et de la Bretagne

En plus d'une explication textuelle dans un but pédagogique, avec des options zoom sur certaines parties de l'image, comme le pis de la vache, des vues panoramiques à 360 degrés sont présentes dans les étapes intitulées comme « Hygiène et bien-être » mettant en scène des

vaches dans une stabulation. Dans l'étape « Hygiène et bien-être », une vidéo de trente secondes met en scène le ramassage des vaches, dans un jeu de plans entre le premier plan des vaches et l'arrière-plan, la mer, contraste évoquant l'armor et l'argoat et une petite fille ramenant les vaches avec un bâton dans les mains. Ce personnage enfant est présent dans tous les messages publicitaires « Paysan Breton », de même que le signe sonore, sorte de leitmotiv associé à la marque composé d'un thème joué à la harpe et à l'accordéon diatonique, avec une transition à la flûte irlandaise puis le même thème joué par une bombarde et une guitare. L'étape « la collecte de lait » est accompagnée de trois vidéos pour décrire en images et sans parole, mais avec le son de la musique des publicités de la marque « Paysan Breton ». Ce son est donc transposable du territoire au web. Il attache la marque à un territoire, la Bretagne et il circule sur le web.

Outre la dimension internationale de la filiale, l'inscription de la marque, des producteurs et de la qualité dans le territoire de la Bretagne mobilise la carte et une vidéo. La carte situe géographiquement, le son et l'image développent le métier d'agriculteur, le bien-être des animaux, la qualité du lait et du suivi de cette qualité. La musique rappelle les messages publicitaires télévisés de la marque « Paysan Breton », avec une présence d'instrument dit traditionnel comme la bombarde. Le signe utilisé en premier lieu est le logo-carte identifié par Bénédict Anderson au sujet des cartes coloniales[589]. Le premier signe utilisé dans la carte de ce corpus « web régional » est les contours de la forme de la péninsule armoricaine. Le second signe est cette immersion sensorielle par le son, rappelant les publicités télévisuelles de la marque afin d'expliquer la qualité des produits. Ces signes attachent au territoire et circulent sur le web, ils sont donc transposables.

5 - 5 - « Où je suis » dans une région Bretagne à cinq départements

Dans les récits d'espace les bornages se déplacent comme les *xoana* grecques de Dédale. « *Là où la carte découpe, le récit traverse. Il est « diégèse », dit le grec pour désigner la narration : il instaure une marche (il « guide ») et il passe à travers (il « transgresse »). L'espace d'opérations qu'il foule est fait de mouvements : il est topologique, relatif aux déformations des figures, et non topique, définisseur de lieux. La limite n'y circonscrit que sur un mode ambivalent. Elle mène un double jeu. Elle fait le contraire de ce qu'elle dit. Elle livre la place à l'étranger qu'elle a l'air de mettre dehors. Ou bien, quand elle marque un arrêt, il n'est pas stable, il suit plutôt les variations des rencontres entre programmes. Les*

[589] Benedict Anderson, *L'imaginaire national*, Paris, La découverte, 2002, p. 178.

bornages sont des limites transposables et des transports de limites, des metaphorai eux aussi. [590]»

La carte a subi des changements au cours de l'histoire. Entre le XVe et le XVIIe siècles, la carte représentait des parcours, les chemins de pèlerinages, avec l'indication des étapes et des distances en temps de marche. Elles étaient un « memorandum prescrivant des actions ». Dans le même temps, la carte acquiert de l'autonomie. Les figures picturales dont la glose visuelle qui indiquait par exemple un voilier selon le type de voyage, de guerre ou de commerce sont éliminées. Les lieux deviennent abstraits[591]. En effet, c'est « le monde de papier », selon David Olson « *non pas saisir le monde lui-même, mais tel qu'il est peint et décrit* [592]». Cette proposition rejoint la présentation de l'invention du paysage par la peinture proposée par Anne Cauquelin[593]. Le monde-papier est un schéma conceptuel. En raison de la carte imprimée et de l'introduction du quadrillage mathématique (latitudes-longitudes), les penseurs de l'époque vont devoir résoudre le problème de la projection d'un objet sphérique. Aux XIVe-XVe, le cône de Ptolémée produit des distorsions. En 1492, Martin Nurenberg produit le globe. Mercator, qui doit imprimer des cartes pour les coller sur un globe, met au point une technique : une projection sur un cylindre. C'est la carte Mercator. Les navigateurs vont entrer dans une géométrie euclidienne puis descriptive. C'est à cette époque que les contours des côtes atlantiques sont projetés sur une carte, tandis que les navigateurs perfectionnent leurs outils de navigation (portulans, quadrant). L'imprimerie, la gravure et les mathématiques produisent un « cadre de référence commun »[594].

Dans le même temps, on introduit une dimension juridique quand il existe un litige[595]. Le récit est une fondation[596] qui délimite un espace légitimé pour des actions *: créer un théâtre d'action. Les frontières et les ponts* sont des rapports entre l'espace légitimé et l'extérieur. La limite et la mobilité sont un rapport entre points et actant, un passage et un entre-deux, la frontière devient donc échanges et rencontres, elle n'est pas vide, elle devient pleine, voire lieu établi. Le *pont* quant à lui est ambivalent à la fois soudure et opposition selon Michel de Certeau. En ce sens, « la carte découpe, le récit traverse ». La présence de cartes où les limites du territoire sont dépassées, ou le territoire n'est plus seulement un espace mais un territoire qui prend également en charge le temps, avec la présence d'anciens

[590] Michel De Certeau, *L'invention du quotidien*, tome 1, p. 189.

[591] Michel De Certeau, *op. cit.*, p. 178-179.

[592] David Olson, *L'univers de l'écrit*, Paris, Éditions Retz, 1998, p. 221.

[593] Anne Cauquelin, *L'invention du paysage*, Paris, PUF, 2004, 181 pages.

[594] David Olson, *L'univers de l'écrit*, pp. 233-235.

[595] Michel De Certeau, *op. cit.*, p. 180.

[596] Michel De Certeau, *op. cit.*, pp. 182-189.

découpages territoriaux, confirme la thèse de Michel de Certeau, entre un découpage cartographique et un dépassement des frontières par le récit. Dans le cadre des cartes sur le web, le récit dépose également ce temps de la mémoire du territoire, ou des « cartes mentales », ce que les sciences cognitives nomment des « modèles mentaux ». « Nous reconnaissons maintenant que l'esprit sait mener bien des opérations complexes, sans l'aide de représentations abstraites ou de notions mathématiques. […] Il est cependant important de reconnaître que notre manière de penser le monde est profondément influencée par les modèles explicites grâce auxquels nous le représentons. [597]»

Le web offre un outil où les cartes peuvent être enrichies, partagées et où elles peuvent être manipulées au sens technique du terme par exemple. En colorant une zone de cinq couleurs différentes et en nommant la carte « Bretagne », la Bretagne devient une région à cinq départements. « La Bretagne compte 5 départements » sur *geobreizh.com*. Le territoire administratif est redéfini selon un découpage « historique ». En résumé, la scène principale comme nœud du scénario est la présentation du territoire de la Bretagne, qui au fur et à mesure du parcours de *geobreizhcom* ne réside pas dans les données géographiques, démographiques ou administratives compilées. Dans le même temps, les territoires-espaces laissent place aux territoires-temps des évêchés et des pays (broioù). Le webmaster commente la carte à cinq départements et le découpage des catégories de recherche sur son site web en cinq départements dans les termes suivants :

« […] Il y a deux types de cartes, des cartes historiques et des cartes administratives. […] C'est que le site véhicule aussi des messages. Il n'y a pas que le contenu géographique sur la Bretagne. Il y a deux messages essentiels derrière :

- *La langue bretonne a toute sa place en Bretagne,*

La Bretagne est un territoire qui a toujours été un territoire à cinq départements, à neuf pays, c'est-à-dire incluant tout le temps le pays de Nantes et toute la région environnante […] Et dans la manière de présenter les cartes historiques, c'est de dire « voilà la Bretagne, telle qu'elle était hier, qui garde quand même une réalité dans la vie des gens. » […]

Donc le fait de présenter ces cartes historiques, c'est d'avoir cet attachement qui reste réel encore dans le vécu des gens.

Et, le fait de présenter les cartes contemporaines administratives mais en incluant la Loire-Atlantique c'est pour aussi véhiculer l'image d'une Bretagne qui est toujours intégrale. Du coup, quand une personne recherche une carte de Bretagne, dans Google Images pour ne prendre qu'un seul exemple et tape Bretagne, le but - et c'est un but que je n'ai aucun scrupule à dire et à afficher - est que la personne trouve la Bretagne dans sa dimension historique et non amputée de la Loire-Atlantique. Donc, […], il y a aussi un objectif militant qui est clair et qui est subtil car derrière la personne qui va aller voir le site ne va pas le percevoir d'une manière insistante et un peu lourde. Mais elle va le voir d'une manière qui est totalement transparente. Par contre, c'est vrai que cela peut créer de la tromperie. La personne qui va chercher des informations sur les Pays (loi Voynet) ou les communautés de communes, ce ne sera pas la Bretagne administrative. Et en même temps, d'un point de vue

[597] David Olson, *op. cit.*, p. 242.

de certains, cela peut-être de la tromperie, pour moi, non, parce que la Bretagne de toute façon, elle a cinq départements. C'est une vision peut-être obtuse de la Bretagne mais c'est une vision qui est en plus partagée par beaucoup, donc là-dessus, il n'y a pas d'ambiguïté. Donc, quand une personne va chercher les communautés de communes de Bretagne, elle va les trouver sur les cinq départements bretons, tout simplement. »

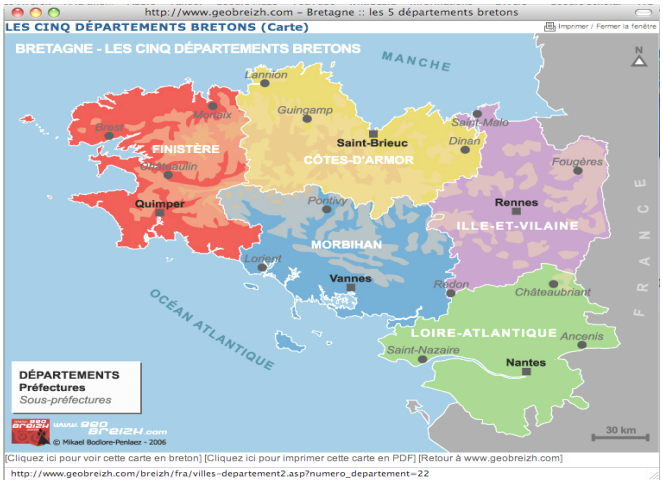


Figure 15. geobreizh.com, capture d'écran de la fenêtre pop-up de présentation des cartes de Bretagne, "Les cinq départements bretons"

La création de l'image symbolique dans le cyberespace est la cohésion d'une Bretagne à cinq départements de par sa géographie et son histoire. Pour la créer, la *métis* intervient une nouvelle fois dans ce « web régional ». L'occurrence « Bretagne » saisie dans le moteur de recherche *Google Images* en mai 2009 fournit comme première carte, la carte du site web *geobreizh.com*. La carte mentale n'est pas uniquement comme le définit le webmaster un acte militant. L'attachement territorial repose sur un ordre logique comme la carte mentale définie par Abraham Moles et Elisabeth Rohmer, par le concept de coordonnées intrinsèques[598]. Récusant la métrique du géographe, ils montrent d'autres types de mesures. Comme pour l'île[599], la grandeur est celle d'en faire le tour à pied, la distance de l'île au continent en termes de kilomètres mais aussi de temps, de moyen de transport, etc. L'île induit une « *notion de contour, de fermeture par un rivage*[600]», celle de communauté, par rapport à la société du continent. Les distances ne sont pas uniquement mesurées en mètres, « *elles sont appréciées sur des échelles essentiellement subjectives : près, loin, à moyenne distance, qui ont un retentissement immédiat dans l'évidence du jugement, sans être nécessairement étrangères à un ordonnancement qui reste le point de contact entre le monde de la Mesure et le monde de l'Existence.* [601]» Les structures topologiques vont donc être évaluées par l'individu de manière

[598] Moles, Abraham, Rohmer, Elisabeth, *Labyrinthes du vécu*, Paris, Librairie des Méridiens, 1982, p. 16.

[599] Moles, Abraham, Rohmer, Elisabeth *op. cit.*, p. 55.

[600] Moles, Abraham, Rohmer, Elisabeth, *op. cit.*, p. 55.

[601] Moles, Abraham, Rohmer, Elisabeth, *op. cit.*, p. 168.

positive ou négative[602]. « *La carte mentale est située entre la carte réelle et le champ topologique des valeurs; elle veut exprimer à la fois l'un et l'autre; elle est essentiellement personnalisée […].*[603] »

Nous n'entrerons pas dans la dimension personnelle des valeurs mais dans leur dimension partagée ou conventionnelle. Les cartes à cinq départements dominent dans notre corpus « web régional ». « *L'espace, cadre de réalité, forme objectale de notre entendement, est donc aux prises avec l'Imaginaire. C'est l'idée de projection par laquelle l'individu situé quelque part dans un monde « réel » - ou ce que les philosophes ont entendu sous ce terme – projette sur ce qui est ses désirs, ses valeurs et ses fantasmes.*[604] » Ce fantasme est donc l'attachement au territoire dont la carte devient un procédé de visualisation, de nomination et d'identification. Elle est travaillée techniquement et dans son contenu comme toute image et devient un médiateur entre web et territoire. Nous reprendrons ce que nous avons énoncé au sujet du .bzh.bz. Dans les cartes, les bricolages entre les cartes mentales et les limites territoriales concernent les individus tandis que les acteurs institutionnels respectent les découpages administratifs. Par le biais des moteurs de recherche, la *métis* permet de contre balancer cette prédominance des états, des administrations, des historiens ou géographes dans la production des cartes pour afficher des bricolages quotidiens inscrits dans la culture ou les pratiques. Comment ces autres découpages du territoire sont-ils partagés ? L'une des clefs de la circulation sur le web sont les liens hypertextes entre sites web, que nous allons étudier dans les deux derniers chapitres.

La carte sur le web entre dans une vue frontale, dans une logique parcourante. Elle tend également à synchroniser un territoire « physique » en fonction des disponibilités de l'internaute. Elle présente les cartes mentales des individus, éditeurs ou internautes. Elle ne rend pas compte du territoire « physique » dans sa définition politico-administrative. Par la carte, le logo-carte[605] selon B. Anderson, la Bretagne devient une forme aux contours identifiables, mais aux limites variables de quatre à cinq départements. L'accumulation du savoir disciplinaire qui définissait les cartes laisse place à une volonté de sélection (le territoire disponible selon mon temps disponible) et, de faire une carte à soi, de la faire circuler en y insérant des photographies, des noms d'anciens découpages socio-culturels du territoire. Alors ces cartes peuvent se lier au son associé à ces territoires et créer un « web immersif » avec la carte et le son.

---

[602] Moles, Abraham, Rohmer, Elisabeth, *op. cit.*, p. 47.

[603] Moles, Abraham, Rohmer, Elisabeth, *op. cit.*, p. 170.

[604] Moles, Abraham, Rohmer, Elisabeth, *op. cit.*, p. 170.

[605] Benedict Anderson, *L'imaginaire national*, p. 178.

6 - Chapitre 6 –

Cinquième médiation : les liens hypertextes comme procédé de mise en relation

Les liens hypertextes ou les hyperliens sont définis comme les liens se situant dans le corps de texte du site web. Ils reprennent les attributs de l'adresse URL en tant que procédé de nomination, identification et d'attachement territorial. Le propos ne porte pas sur la dynamique du web avec des hyperliens entrants et sortants entre les pages web mais sur une forme discursive présente sur la page web. Nous n'avons pris en compte que les hyperliens externes, renvoyant à des pages web externes au site web de référence. Ces hyperliens externes vont nous permettre de distinguer deux types de liens : ceux qui attachent les sites web entre eux en fonction de domaines d'activités des acteurs et ceux qui attachent les sites web entre eux en fonction d'une proximité des éditeurs dans le territoire « physique ». En effet, si le lien hypertexte est une médiation entre le territoire « physique » et le web, nous devons essayer de comprendre si la proximité dans un territoire « physique » se traduit dans une proximité hypertextuelle. Avant de questionner cette mise en relation territoriale ou non, nous présenterons la mise en scène de ces liens à travers des formes discursives.

6 - 1 - Les formes et les dimensions discursives

La présence de liens hypertextes sur un site web permet-il de définir un genre ? Le portail varie dans sa définition et son contenu, selon les auteurs :

- un annuaire thématique de sites web[606],
- un site web de revues permettant d'accéder à un ensemble d'articles[607].

Le portail définit également un site web proposant un ensemble de liens hypertextes ou d'applications de recherche, de messagerie, d'informations[608]. Dans le corpus « web régional », et comme nous l'avons souligné au sujet des annuaires de recherche, plusieurs acteurs peuvent mutualiser leurs informations pour créer un annuaire des acteurs de la culture en Bretagne. La mise en ligne de cet annuaire ne permet pas de le définir comme un portail, et les acteurs ne le définissent pas comme un portail. Dans le même sens, un blog qui propose de nombreux hyperliens demeure techniquement un blog. Les liens hypertextes externes présents

[606] Andrée Fortin, Duncan Sanderson, *Espaces et identités en construction*, Québec, Éditions Nota Bene, 2004, 155 pages.

[607] Brigitte, Simmonot, Gabriel, Gallezot, (coord.), *L'entonnoir*, Caen, C&F Édition, 2009, 246 pages.

[608] Gabriel Dupuy, *Internet, géographie d'un réseau*, Paris, Ellipses, 2002, p. 157.

dans le corps de texte ou sous forme de listes dans des pages web dédiées aux liens hypertextes ne permettent pas de définir un genre particulier, dans notre corpus « web régional ». Ainsi, nous avons chercher à définir ces hyperliens externes en fonction de leurs formes discursives.

Simone Bonnafous[609] a travaillé sur les formes discursives plus que sur l'analyse de contenus d'articles de presse dans les années 1980, sur la thématique de l'immigration. Elle explique que les rubriques, la périodicité des articles et la taille des caractères appuient les arguments. Elle situe son analyse de discours dans la suite de J. Dubois (1962) qui définit les mots selon leur emploi dans le discours et non selon un code. C'est une approche contextuelle et comparative selon les contextes d'apparition des mots[610]. D'inspiration classique (Saussure, Benvéniste), elle définit les termes signifiant, signifié, référent. « (…) *Nous considérons que pour chaque article les modalités du « dire » (emplacement, illustration, espace occupé, sous-titres etc.) constituent le « signifiant », ce qui est « dit » le signifié » ou encore le « sens », et ce que le discours présente comme l'objet de la réalité visé par le « dire » et le « dit », le « référent ».* [611]». Elle s'interroge sur le rapport entre signifiant et référent autour de trois questions : « *qu'est-ce qui dans l'infini champ de la réalité motive un article sur l'immigration dans tel ou tel journal ? Y a-t-il des « référents » communs ou non ? Si oui, lesquels et comment sont-ils mis en valeur d'un journal à l'autre ?*[612] » En reprenant ce travail, nous nous sommes intéressés aux formes discursives qui accompagnent les rubriques de liens hypertextes sur un site web. Cette analyse permet de décrire le contexte sur un site web mais elle ne permet pas de rendre compte des principes de mise en relation dans le sens d'une dynamique du « web régional ». Cette analyse des formes discursives demeure statique mais elle permet de questionner l'attachement territorial présent dans l'affichage de ces liens hypertextes par les éditeurs. Nous devrons donc trouver d'autres techniques d'analyse de la dynamique des relations entre les sites web.

Ainsi dans cette présentation, nous traiterons ici des formes discursives qui accompagnent ces liens hypertextes. En somme ces liens hypertextes sont répartis topographiquement sur une interface de site web et dans le même temps, mettent en relation topologiquement un site web par rapport à d'autres sites web. Dans la grille d'analyse, le positionnement dans un domaine d'activités, ou un milieu pour Peter Stockinger, peut être endogène, c'est-à-dire un positionnement à travers un annuaire ou des liens hypertextes

609 Simone Bonnafous, *L'immigration prise aux mots*, Paris, Éditions Kimé, 1991, p. 17.

610 Simone Bonnafous, *op. cit.*, p. 17.

611 Simone Bonnafous, *op. cit.*, p. 101.

612 Simone Bonnafous, *op. cit.*, p. 101.

sortants, ou exogène, par le positionnement du site web par un milieu environnant (publicité sur le site web ou sur d'autres sites web, ou acteurs qui parlent du site web). À ce stade de l'analyse, notre description des liens hypertextes externes se limite aux références : locales et thématiques (tourisme, économique, partenaires, institutions régionales, amis, etc), nationales (association nationale, institutions étatiques, amis, etc.), européennes, mondiales, aux moteurs et annuaires de recherche, aux références d'informations (culturelles, sportives, économiques, historiques), de secteurs (pêche, agriculture, etc), d'actualités (agendas, etc). Les liens hypertextes sont-ils dans une proximité thématique ou dans une proximité territoriale ? Les liens hypertextes sont-ils concentrés sur une page web ou dispersés sur le site web ? Quelles sont les rubriques qui les mettent en scène (par exemple, « actualité », « amis » ?) Quelle est l'expression visuelle utilisée (logotype par exemple) ? Derrière la description de la façon dont le site web se positionne et est positionné dans un ensemble de sites web, la question est de savoir ce qui motive le choix des liens hypertextuels, le « vouloir dire » ? En ce sens, en reprenant Franck Ghitalla et Mathieu Jacomy, le lien hypertexte est-il un acte social et/ou cognitif de la part des acteurs[613] ? Si oui, cet acte renvoie-t-il à un attachement territorial ? Les logiques des échanges des hyperliens sont partagées en deux catégories, thématique ou territoriale, afin de mieux comprendre les objectifs, les désirs et les intérêts des acteurs au sein du web.

1) La liste

Nous avons précédemment distingué les liens hypertextes sous forme de listes de liens hypertextes dans le corps de texte. Il existe différents contextes d'énonciation (ce que nous nommons mise en scène) et différentes variables comme pour la forme liste, simple, parfois enrichie ou sous forme de mini-liste.

Le tableau suivant présente ces formes, leur descriptif et des exemples rencontrés dans le corpus restreint.

[613] Franck Ghitalla, Mathieu Jacomy, Analyse topologique du domaine web de la culture scientifique, technique et industrielle, in Dominique Boullier (sous la coord.), webCSTI Culture scientifique et technique sur le web : mesures des usages et dynamique d'un champ, rapport final mars 2007, p. 24.

Forme discursive	Descriptif	Exemple
La liste simple	Une liste à puces avec un nom suivi d'une adresse URL.	• Site web : dastum.net • Titre de la rubrique : « liens » • Nombre de catégories : cinq (« Partenaires institutionnels », « Réseau Dastum », « Réseau documentaire », « Autres organismes culturels » et « Bibliothèques numériques ») • Présentation : sans description du site web pour les partenaires institutionnels, avec description pour les autres rubriques • Référence territoriale et thématique • Exemple : « BnF - Bibliothèque nationale de France/ ¤ Présentation de la BnF et accès aux catalogues et à la bibliothèque numérique. /web : http://www.bnf.fr/ ».
La liste « enrichie »	la liste de liens hypertextes s'accompagne d'une petite fenêtre d'aperçu comportant capture d'écran de la page d'accueil du site web[614].	• Site web : geobreizh.com • Titre de la rubrique : « liens » • Référence territoriale
	Liste de logotypes des partenaires pour de l'événementiel, ou du commercial	• Site web : antourtan.org • Titre de la rubrique : « partenaires » • Référence territoriale *Figure 16. antourtan.org, capture d'écran du positionnement dans un milieu par les partenaires événementiels (Cyber fest-noz)* • Site web : *multiplast-yachts.com* • Titre de la rubrique : logotypes des partenaires et produits • Référence thématique
La mini-liste	Encadré dans la page web avec une rupture dans la forme et dans la dimension discursive	• Site web : *bretagne.fr* • Titre de la rubrique : « Voir aussi » • Présentation : sans description du site web ou internet • Exemple : /« le carrefour des collectivités locales » : http://carrefourlocal.senat.fr/ / « chronologie et lois de décentralisation » : www.vie-publique.fr/politiqes-publiques/decentralisation/index/ / « association des régions de France » : www.arf.asso.fr/. • Référence thématique et territoriale

Tableau 8. La forme discursive de liens hypertextes sous forme de liste

[614] Application développée par Snap Shots TM, disponible à l'adresse URL suivante http://www.snap.com/snapshots.php, consultée le 3 août 2009.

La forme discursive de la liste se présente sous forme textuelle ou sous forme de logotype. Avec ou sans description, ces listes ne sont pas un simple inventaire, elles s'inscrivent dans des dimensions discursives.

Par rapport au flux de l'oralité, l'écrit instaure une discontinuité, une maniabilité (un mot peut-être tiré de son contexte) et une réflexivité (un esprit critique). L'information est surdéterminée par le critère retenu, par exemple le classement alphabétique comme un dictionnaire, ou le classement numérique qui donne finalement une hiérarchie entre les éléments. En ce sens, les représentations peuvent être, par exemple, d'ordre spatial ou alphabétique, comme Bruner le note au sujet de la citation des états américains par les individus. Ces représentations sont dépendantes du critère retenu pour mettre en ordre les éléments, les classer, les hiérarchiser[615]. Dans la liste et le tableau, la raison, selon J. Goody, est bi-dimensionnelle, à la fois verticale et horizontale, elle est graphique. La liste produit de la discontinuité, un sens de lecture, une mise en ordre et en ce sens, elle est un premier format de connaissance. La liste de liens hypertextes permet à l'acteur de rendre compte de leur classement d'un « web breton », comme nous l'avons vu précédemment avec les catégories des rubriques des annuaires et moteurs de recherche. « *Une activité comme la mise en liste, difficilement envisageable dans les cultures orales, est de celles qui ont favorisé le développement de l'histoire et des sciences d'observation ainsi que, à un niveau plus général, la recherche et la définition de schémas classificatoires.* [616]» Les caractéristiques de la liste sont alors la discontinuité, l'agencement matériel, l'abstraction dans le sens de détachement du contexte par rapport au langage parlé. Écrire et faire des listes est un acte cognitif qui produit une « forme » par la place des éléments (classement) et qui les hiérarchise en indiquant un numéro par exemple. « *Écrire, faire des listes, c'est procéder à un recodage linguistique.* [617]» L'écriture comme représentation graphique de la parole est un « outil », un « amplificateur », « un auxiliaire d'une extrême importance »[618] lors de l'invention de l'écriture. La liste de liens hypertextes peut-elle être un outil amplificateur des représentations du territoire avec une rubrique telle que « ma Bretagne » ? L'écriture entraîne des modifications des modalités et des capacités de remémoration. La liste permet de classer et d'ordonner l'information, de la manipuler et de participer au processus de remémoration. La liste sur le web devient une modalité également de mise en relation et de hiérarchisation pour présenter ses membres, un territoire « physique » proche et restreint, une thématique par

[615] Jack Goody, *La raison graphique*, Paris, Les éditions de Minuit, 1979, p. 184.

[616] Jack Goody, *op. cit.,* p. 191.

[617] Jack Goody, *op. cit.,* p. 193.

[618] Jack Goody, *op. cit.,* p. 193.

rapport à un domaine d'activités ou de référence. L'intitulé de la rubrique donne également une orientation à l'internaute, par l'infinitif « Voir Aussi » sur le site web *bretagne.fr* une dimension injonctive au discours vers des références thématiques, mais pour les associations ou les initiatives privées, les références sont territoriales. Le titre de la rubrique est performatif. Mais la liste sur le site web introduit une autre dimension, le passage vers une autre page web. Au-delà de la liste, nous présentons le « signe passeur » contenu dans le lien hypertexte.

2) La carte

Une des autres formes discursives est la carte. Le fond de carte permet de visualiser les éditeurs de site web d'un territoire. Sur le site web *tourismebretagne.com,* dans les rubriques « Hébergements » et « Restaurants », les sites web des établissements sont géolocalisés sur une carte utilisant la technologie *Google maps*. La carte appuie la référence territoriale, elle situe et elle circonscrit les acteurs disposant ou non d'un site web ou d'une adresse de messagerie dans un territoire. Les formes discursives sur un même site web peuvent donc être multiples pour présenter des liens hypertextes externes : une liste accessible sur la page d'accueil, à partir des « liens utiles » qui dirigent vers deux catégories de liens hypertextes (« liens utiles institutionnels » et « liens utiles transports ») et des acteurs géolocalisés, dont la présentation comporte l'adresse URL de leur site web. Toutes les références sont territoriales sur ce site web.

3) La publicité

Une autre forme discursive de présentation des liens est la publicité. Comme avec les traductions, *tourismebretagne.com* est construit sur un ensemble de sous-sites, comme le « Breizh Trotters (16-25 ans) ». La colonne de droite de la page d'accueil offre un espace publicitaire pour les acteurs professionnels, comme pour le festival « Transmusicales » qui se déroule à Rennes.

1) Vers l'extérieur :

La publicité sous forme de bandeau publicitaire dynamique peut renvoyer à des clients ou à des espaces de publicité pour les partenaires inscrits dans une proximité thématique et territoriale d'un événement avec la société « Orange » partenaire pour la captation vidéo d'un événement, « le cyberfest-noz » de l'association « An tour tan ».

La publicité sert également à financer les frais d'hébergement du site web, ainsi l'application *Google annonces* se retrouve sur le site web *geobreizh.com.* Dans ce cas, le webmaster ne choisit pas les liens hypertextes présents sur la page. Toutefois, il peut

sélectionner une zone géographique ou une thématique. Dans le cas présent, la sélection est la référence territoriale.

Face à un contenu pérenne ou statique du site web, pour ajouter de l'information en continu, le webmaster de *geobreizh.com* a décidé d'insérer un encadré vers l'« Agence Bretagne Presse ». Cette sortie vers le contenu de ce site web est marquée non par une rupture de la dimension discursive mais par une rupture chromatique avec un accès au site web « Agence Bretagne Presse » (ABP) sous une rubrique « Actualités bretonnes », présentation sous forme de liens hypertextes, sur un fond noir, avec une couleur de la police de caractères en blanc, alors que la trame de fond du site web *geobreizh.com* est bleue.

2) Les publicités vers soi :

Les publicités mettent alors en scène des sites web extérieurs et elles sont utilisées parfois pour annoncer son site web, ou sous-site web.

Le site web du « Conseil régional de Bretagne » a été mis en ligne dans sa nouvelle version en décembre 2008. Lors des parcours du web, il a été possible de trouver des publicités de ce nouveau site web. Nous présentons deux situations à titre d'exemple :

- Sur la messagerie *Yahoo !*

Lors de l'accès à la messagerie, une publicité apparaissait sous la scène de saisie des informations, une scène de « publicité » en deux pages, dont la première contenait le slogan suivant « bretagne.fr Le nouveau site web de la Région Bretagne à découvrir », et la seconde, la présentation des prestations « bretagne.fr Actualité Vidéos Images Flux RSS Commentaires Newsletter »[619].

- Sur le site web de vente en ligne *Amazon.fr*.

Lors de la recherche d'un ouvrage, Dictionnaire du patrimoine breton, apparaissait dans un pavé intitulé « liens sponsorisés » en bas de la page, la mention du « Nouveau site de la Région Bretagne, Actus, vidéos, commentaires ».

Dans ce dernier cas, la publicité ne se positionne pas par un milieu pertinent mais par un calcul algorithmique en fonction des pages consultées sur le web par l'internaute ou des données enregistrées par l'internaute sur le site web qui propose les bandeaux publicitaires. Néanmoins, dans les deux cas de publicité vers soi, la référence territoriale est le point d'entrée de la publicité, même si le territoire est une thématique vaste.

[619] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web bretagne.fr.

Figure 17. Amazon.com, captures d'écran de la publicité pour le site web bretagne.fr (janvier 09)

Dans ce cas, la thématique liée à la culture ramène vers un site web dans une thématique territoriale. Le type « liens sponsorisés » est donc des publicités entre liens « hypertextes » et liens « hypersites », entre acte cognitif et social, dans une logique commerciale.

4) Dans le corps de texte

Les liens hypertextes peuvent être positionnés dans le texte et distingués par des formes discursives telles que le souligné, l'italique, le gras ou un changement de couleur de police de caractères comme le bleu ou l'orange.

Sur le site web, du « Conseil régional de Bretagne », le mot « hypertextué » devient le signe passeur vers des outils de géolocalisation en ligne, ou des acteurs régionaux. « Par la route. Pour calculer votre itinéraire, consulter les sites d'aide au déplacement pour calculer votre itinéraire : Viamichelin ou Mappy. / Par le bus ou le métro. Le bus 3 et 16. Pour en savoir plus, consultez le site de la star./ Par le train. Pour consulter les horaires et réserver le vôtre, consultez le site du TER Bretagne. ». Dans une rubrique « La Bretagne », « Le campus numérique breton. À destination des étudiants en formation initiale et des professionnels en formation continue, le campus numérique de Bretagne propose des formations à distance dans différents domaines […] Consulter le site ». Le site web est alors un relais vers d'autres sites web soutenus ou édités par la Région Bretagne (exemple du campus numérique) dans les « politiques publiques » et mis à disposition des citoyens dans « La Bretagne ». Mise en avant de l'action de la Région dans les politiques publiques, comme acteur principal et dans « La Bretagne », le site web renvoie aux acteurs associatifs ou autres comme dans la catégorie « tourisme ».

Dans le corps de texte sur *bretagne.fr*, ce sont les acteurs du territoire de référence qui sont mis en scène. La Bretagne, ce territoire de référence devient un personnage, elle entre en scène avec ses acteurs comme l'association « Dastum », ou ses habitants dont les outils peuvent être développés envers eux. Certains acteurs, ou domaines d'activité sont mis en avant à partir des liens hypertextes comme les acteurs de la « Recherche et de l'innovation » dont 24 liens hypertextes externes sont présents dans la rubrique, soit 30,80 % du nombre total de liens hypertextes présents dans cette présentation du territoire de la région, puis l'économie avec 12,82 % et le tourisme avec 11,54 %[620].

Sur le site web, *rennes.fr,* la zone de couverture hypertextuelle couvre le territoire de compétence de l'institution. Le site web de la ville de Rennes n'est pas un acteur d'un web régional mais de son territoire de compétence. Les liens hypertextes vers d'autres sites web d'organismes sont formalisés dans le texte par des termes écrits de couleur de police orange et soulignés. Le milieu de la ville de Rennes est d'une part sa fonction institutionnelle, mais d'autre part, voire principalement, le territoire propre de la ville et plus largement de la Métropole rennaise. Le positionnement par le milieu, relevé à partir de notre inventaire, situe le site web de la ville auprès d'organismes de proximité territoriale. S'il existe un positionnement par les thématiques déjà mentionnées, le positionnement de la ville se situe dans son territoire, celui de l'espace urbain.

5) Le contexte d'ouverture des liens hypertextes et les règles de « citation »

Dans ce point, le contexte d'énonciation laisse place au contexte d'ouverture des liens hypertextes dans l'analyse. Quand un lien hypertexte est présent, l'internaute change de page web soit vers une nouvelle page du même site web, soit vers une page web d'un autre site web. Dans ce cas, il existe différents principes d'ouverture dans la fenêtre du navigateur web. L'ouverture des liens hypertextes peut s'effectuer dans la même fenêtre du navigateur, dans des fenêtres pop-up. Ainsi l'internaute ne quitte pas à l'écran le site web « de référence », ce que l'on retrouve sur *alaisebreizh.com*. Ce principe de présentation à l'écran peut être une consigne de la part des sites web « cités », comme le site web du « Conseil régional de Bretagne » le souligne dans un règlement où ce n'est pas l'éditeur qui autorise mais l'outil technique qu'est le site web :

« *De plus, le site du Conseil Régional autorise tout site Internet ou tout autre support à le citer ou à mettre en place un lien hypertexte pointant vers son contenu, sous réserve :*

[620] Chaque lien hypertexte a été classé dans une thématique. Nous avons calculé le pourcentage de liens hypertextes par domaine (tourisme par exemple) en fonction du nombre total de liens hypertextes.

- que la page atteinte ne soit pas imbriquée à l'intérieur d'autres pages, en particulier par voie de cadre (ou « frames ») c'est-à-dire que les pages du site ne soient pas imbriquées à l'intérieur des pages d'un autre site, mais accessibles par l'ouverture d'une fenêtre,

- de mentionner la source (portail du Conseil régional de Bretagne) pour chaque lien, en particulier lorsqu'il s'agit d'un lien direct sur un contenu,

- que l'accès aux pages contenant ces liens vers le site www.region-bretagne.fr soit gratuit. [621]»

Dans ce cas, ce n'est pas la thématique, la référence territoriale mais uniquement le contexte d'affichage du site web « cité » qui est une contrainte de la forme discursive.

6) Le rétro-lien

L'hyperlien devient, dans le cadre du rétro-lien, un procédé d'auto-nomination. Il n'est ni territorial, ni thématique seulement égocentré.

Le site web *bretagne.fr* multiplie les sous-sites web. Il est éditeur de neuf sites web[622]. Il a la qualité d'associé pour cinq sites web et internet[623]. Le « Conseil régional de Bretagne » est représenté sur ces sites web à travers son logotype, comme partenaire dans le contenu textuel ou comme partenaire dans la liste de liens hypertextes. Certains sites web reprennent la charte graphique du « Conseil régional de Bretagne »[624] quand le « Conseil régional de Bretagne » est mentionné comme membre fondateur de la structure[625] ou comme membre mais l'éditeur est différent[626]. Dans le script de l'ensemble des rubriques du site web *bretagne.fr*, trois scènes se distinguaient entre la présentation de l'assemblée, les actions de cette assemblée et de son administration, et enfin, le territoire de référence et les acteurs de ce territoire. Dans les liens hypertextes vers des sites web, le « Conseil régional de Bretagne » peut être l'éditeur, un membre fondateur, ou membre et cette position se retrouve au niveau de la charte graphique des sites web, puisqu'en tant que membre seul le logotype apparaît soit sur la page web d'accueil soit dans une rubrique nommée généralement « partenaires ». Le rétro-lien, ou se nommer soi-même par un lien hypertexte situé sur un sous-site, est un des procédés qui accroît la place du site web dans les moteurs de recherche, ou dans les graphes orientés que nous présenterons. Le site web devient plus visible, puisqu'il est cité par l'ensemble de ses sites web associés.

---

[621] Disponible sur le site web *Bretagne.fr, e*xtrait du règlement de la présence de lien hypertexte sortant ou entrant.

[622] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web bretagne.fr

[623] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web bretagne.fr.

[624] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web bretagne.fr.

[625] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web bretagne.fr.

[626] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web bretagne.fr.

Outre les formes discursives, le lien hypertexte se situe également dans des dimensions discursives. La présentation par logotype des « partenaires » sur le site web *multiplast-yachts.com* avec le logotype comme « signe passeur »[627] du lien hypertexte recouvre une valeur argumentative de la dimension discursive, c'est-à-dire que le signe-passeur permet d'accéder à la fois par un lien hypertexte à un énoncé complémentaire de la page web, et à un autre site web, d'un partenaire de l'éditeur du site web de référence. Le signe passeur est un signe interactif qui assiste techniquement l'acte d'écriture et de lecture hypertextuelle et assure cet acte[628]. *« C'est la qualité de l'interprétation, appliquée à la lecture de signes passeurs (et donc ouvrant sur la découverte d'autres textes) qui est discutée dans les approches qualitatives de « l'interactivité ». C'est pourquoi ce qui est désigné par le terme renvoie à des procédures cognitives très différentes, liées à des types de signes et à des types de tâches différents. Tout l'intérêt de l'analyse, c'est que la dimension proprement opératoire de la compétence à « faire-fonctionner » la machine se rencontre, dans les signes passeurs, avec l'éventuelle provocation à méditer le sens d'un texte. [629]»* Dans le premier cas, avec le signe passeur, le lien hypertexte serait un acte cognitif, dans le second cas, le lien hypertexte serait un acte « social ». Le lien hypertexte ne vient pas dans ce cas compléter via un « signe passeur » le texte, mais « formaliser » une relation entre deux sites web. Il devient un « lien hypersite ». Dans une logique argumentative, les liens hypertextes renvoient aux produits fabriqués avec la présentation des catamarans et trimarans de course au large sortis du chantier « Orange II », « Britair », « Générali », « Groupama 3 » ainsi que les navigateurs et le photographe, Martin Raget qui a pris certaines photographies disponibles sur le site web. De ce fait, les liens hypertextes accompagnent la dimension descriptive du type « journalisme sportif » spécialisé en voile et argumentative avec la présentation de l'équipe, des compétences, des technologies et des matériaux utilisés. Le domaine d'expertise est celui de la construction navale. Cependant la spécialisation dans la construction de multicoques attache *multiplast-yachts.com* au domaine de la course au large avec des thèmes comme les outils de pointe et l'innovation. L'attachement territorial et la mise en relation se rapprochent selon une proximité thématique de ce domaine, de la course au large avec un pôle en Bretagne Sud, donc également selon une proximité territoriale avec « la Mecque des multicoques, la Trinité-sur-Mer », selon le site web. Le lien hypertexte attache territorialement les sites web selon les formes et les dimensions discursives mises en place par les éditeurs. Ils sont

[627] Yves Jeanneret, Annette Béguin, Dominique Cotte, (et al.), Formes observables, représentations et appropriation du texte de réseau, in Joëlle Le Marec, Yves Jeanneret, Emmanuël Souchier, *op. cit.,* p. 140.

[628] Yves Jeanneret, *Y-a-t-il (vraiment des technologies de l'information ?*, Lille, Presses Universitaires Septentrion, 2007, pp. 169-175.

[629] Yves Jeanneret, *op. cit.,* p.170.

également des procédés de mise en relation entre sites web que nous allons essayer de distinguer entre un attachement territorial ou une proximité thématique (domaine d'activités par exemple) entre les éditeurs de sites web.

6 - 2 - Une répartition par proximité thématique, d'activités, relationnelle ou territoriale ?

En vue d'établir la répartition des liens hypertextes entre domaine d'activité ou référence territoriale, nous avons relevé les titres ou thèmes des rubriques de liens hypertextes du corpus « web régional ». Cette présentation sous forme de tableau[630] est statique (ce qui va à l'encontre de la dynamique propre du web). Ce décompte manuel à l'aide du logiciel Navicrawler[631] ne prétend pas à l'exhaustivité.

L'absence de liens hypertextes pour 96 références n'a pas permis de déterminer un thème. Dans six cas lors du relevé, les annuaires ou pages de liens étaient en construction. Sur 459 références exploitables, 380 comptent un nombre de liens hypertextes allant de 1 à 401, soit une moyenne de 26 (arrondie au 100ème) liens hypertextes par référence. Cette moyenne doit être relativisée sachant que 164 références ont moins de 10 liens hypertextes. Le renvoi entre sites web n'est donc pas dans la logique de tous les éditeurs de sites web. Les références ne comportant pas de liens hypertextes représentent 15 % (arrondi) du total des références contenues dans cet inventaire, ce qui en fait un élément représentatif dans ce corpus. Un relevé des thèmes des rubriques de liens hypertextes à partir des titres ou après parcours des sites web a permis de relever 106 thèmes ou intitulés des rubriques de liens hypertextes ainsi que leur fréquence. Les thèmes ou intitulés ont été regroupés. Dans l'inventaire, deux thèmes ont pu être relevés pour une seule référence. Dans cet inventaire, 38 annuaires ont été relevés, dont 25 étaient des annuaires généralistes. Ces annuaires comportaient entre 70 et 5946 références web. Des thèmes plus spécialisés sur la thématique « Bretagne » étaient présents comme les bateaux, les « celtes », la culture, le tourisme, la vie locale, la vie pratique ou les livres. Ces annuaires peuvent aussi servir à présenter les adhérents, les collectivités territoriales ou les partenaires. Les rubriques des références comportent également des liens vers des « amis ». Ainsi, les noms communs d'appartenance à un groupe tels que les « amis », les « partenaires », les « adhérents », les « membres » qualifient les rubriques de liens hypertextes. S'il existe des logiques qui peuvent être commerciales, de recherche de notoriété

[630] Cf. Annexes DVD. Inventaire complet. Tableau des thèmes les plus présents au niveau des rubriques de liens hypertextes des sites web du corpus « web régional ».

[631] Navicrawler est une extension pour le navigateur web « Firefox ». Ce logiciel permet de distinguer par pages de sites web, les liens hypertextes et de proposer différentes échelles entre les sites web, les liens directs de niveau 1 et d'aller jusqu'à 5, c'est-à-dire de montrer des liens entre sites web distants de trois sites web intermédiaires. Disponible à l'adresse <http://www.web-mining.fr/navicrawler>

derrière ces rubriques, nous ne pouvons pas les définir. Cependant ces liens hypertextes peuvent afficher l'appartenance à un groupe pour des associations, des individus, des entreprises, des institutions sur des modes de relation qui vont de l'amitié aux relations commerciales. Les liens hypertextes peuvent également varier en fonction de l'actualité, des thématiques, des artistes présentés sur le site web. Ces liens hypertextes sont alors temporaires.

Les liens hypertextes peuvent renvoyer à une proximité territoriale comme « la vie locale » ou des « liens utiles ». Une sélection est donc faite en vue d'orienter l'internaute dans le territoire physique, c'est-à-dire que le site web renvoie à une entité physique. Parallèlement, des thématiques en lien avec la Bretagne se dessinent. La catégorie « Ma Bretagne » est une proposition de références selon les choix d'un éditeur, dans ce cas ce territoire devient plus construit que physique, il est sélectionné.

Les langues régionales sont présentes, mais il est possible de rencontrer la catégorie « l'internet en breton » qui regroupe des sites web ou autres émis partiellement ou totalement en breton. Dans le même sens, on retrouve un « web vert », *i.e.* un web dit écologique. Dans ce cas, l'internaute est renvoyé à une sélection du web en fonction d'attributs, la langue, l'écologie. D'autres thèmes-clés présents dans l'échelle thématique constituée par nos soins sur la Bretagne sont présents, comme l'environnement et la protection de la nature, la culture, le patrimoine. Dans la catégorie mer, ce sont les liens hypertextes vers des informations sur les horaires de marées et les prévisions météorologiques qui prédominent. Au niveau des organismes, le lien hypertexte vers le site web de « Météo France » a été relevé six fois. Dans ce cas, c'est le territoire physique qui revient plus que le territoire construit en ligne. Grâce à ce relevé, nous avons pu constater une prédominance du domaine « tourisme » dans les thématiques des liens hypertextes. Dans ces rubriques d'hyperliens, l'orientation de l'internaute se fait dans plusieurs niveaux de « réalité » :

- une sélection de sites web d'entités physiques du territoire,
- une sélection de sites web d'entités physiques ou non qui appartiennent à un web spécifique (« en breton »),
- ou à une sélection non pas en référence à un territoire ou un attribut du territoire mais à une relation (physique ou virtuelle) qui a valeur de groupes d'amis, de partenaires.

La liste de liens hypertextes ou le lien hypertexte dans le corps du texte constitue une sélection du web selon des variables de domaines d'activité et de territoire de référence. Il n'est pas envisageable de dégager un schéma classificatoire à ce stade de l'analyse, sont-ce des sites web amis, des sites web d'un domaine ou des sites web d'un territoire ? Ces listes ne sont pas exhaustives, elles prélèvent, elles sont une orientation donnée aux internautes et dans

le même temps, un positionnement dans et par un « milieu » qui correspond au web auquel elles renvoient.

Les refus dans la distribution de liens hypertextes ou la réception de liens hypertextes se signalent par l'énonciation de conditions, dont la gratuité, la mention de la source et l'ouverture d'une fenêtre dans le navigateur. La mise à disposition d'un lien hypertexte en direction de *bretagne.fr* n'est pas soumise à autorisation préalable mais pourra être retirée ultérieurement si les conditions ne sont pas respectées[632]. D'autres conditions, ou règles existent. Sur *geobreizh.com*, le milieu de référence est donc constitué des acteurs en lien avec la langue et des acteurs institutionnels, comme le « Conseil Régional de Bretagne ». Un des critères de présentation est l'échange de liens hypertextes entre sites web, avec des titres de rubriques qui le précisent comme « Collectivités locales (qui échangent un lien avec Geobreizh.com) », « Sites partenaires (qui échangent un lien avec Geobreizh.com) », « Sites commerciaux (qui échangent un lien avec Geobreizh.com) ». La limite dans l'échange de liens hypertextes peut être une thématique liée au territoire comme la langue. Le site *geobreizh.com* propose sept liens hypertextes vers des organismes implantés en dehors de la Bretagne. Toutes les références pointées au niveau mondial proposent un outil en breton, de ce fait c'est moins le contenu géographique que la langue d'affichage des contenus qui justifie leur présence[633]. Il n'existe donc pas un seul critère exclusif à la présence de ces liens hypertextes ou hypersites, entre un acte social ou cognitif, ou une proximité territoriale ou thématique. Les critères s'entremêlent en fonction des contextes.

Cette cinquième médiation entre web et territoire qu'est le lien hypertexte (externe) entre sites web ne permet pas de dégager une thématique ou une prédominance entre un domaine d'activités, ni une proximité thématique, ni une proximité territoriale. Cette analyse du lien hypertexte a permis de montrer que le lien hypertexte n'est pas uniquement dans le corps de texte mais dans un principe de mise en relation entre les sites web, un lien « hypersite ». De ce fait, nous dépasserons les formes et dimensions discursives pour questionner la topologie du web, la connexité entre les éditeurs de site web. Mais après avoir analyser la topologie, la dynamique de notre corpus « web régional », nous associerons cette attachement territorial à cette topologie du web.

Néanmoins, cette cinquième médiation montre des logiques et des pratiques mises en place par les acteurs pour assurer une visibilité des liens entre sites web. Ce procédé de mise en relation provoque une circulation du thème de la Bretagne qui est le point commun

[632] Disponible sur le site web Bretagne.fr, extrait du règlement de la présence de lien hypertexte sortant ou entrant.

[633] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web geobreizh.com.

dominant entre les présentations des hyperliens. Les hyperliens font toujours référence aux acteurs du territoire « physique » sur la thématique donnée à une échelle locale, régionale, nationale puis internationale. La première forme discursive établie était la liste. Mais il existe d'autres formes que sont la carte, la publicité sous forme de bandeaux par exemple, ou dans le corps du texte. Les titres des rubriques ou les liens hypertextes dans le corps de texte ne permettent pas de dégager un ordre du discours, une dimension argumentative, explicative dans le sens du texte. Dans notre observation, la prédominance de l'acteur « Conseil régional de Bretagne » n'est pas avérée. Si une image symbolique est construite par cet acteur sur le web, elle ne se réalise pas par ce procédé de mise en relation.

Dans la logique du web, nous pouvons souligner que la question du sens par un lien hypertexte ne prédomine pas, grâce à ce que nous avons nommé des liens hypersites. La prise en compte des liens sortants, c'est-à-dire des liens de redirection présents sur un site web dans le calcul du « PageRank » pour le moteur de recherche de Google peut expliquer que, dans une recherche d'un meilleur classement, l'éditeur décide de multiplier les références (liens hypertextes) vers d'autres sites web. Dans le même temps, le site web citant s'assure la réciprocité en demandant à être cité en retour. Plutôt qu'un rétro-lien, un lien hypertexte vers son propre site web, il existe donc des actions du type citant-cité. De ce fait, le lien hypersite est à la fois:

- un procédé de nomination afin de se placer sur le web,
- un procédé d'identification afin d'être repéré comme, et un procédé de mise en relation *i.e.* en dehors du sens du discours.

Le sens et la mise en relation s'associent dans une logique d'action sur le web et non de discours. Les liens hypertextes à la différence des outils de recherche documentaire sur le web ne cherchent pas l'exhaustivité. Ils sont une sélection, un prélèvement et une orientation de l'internaute. La volonté d'exhaustivité demeure limitée, comme *antourtan.org* l'annonce : « *Nous nous efforçons ici de faire l'inventaire, le plus exhaustif possible, de toutes les adresses intéressantes relatives à la Bretagne ou aux bretons expatriés* ». L'exhaustivité est limitée aux adresses considérées comme intéressantes. Néanmoins, cette orientation ne s'inscrit pas dans une forme discursive unique, elle est mise en scène selon les logiques des acteurs, une carte par exemple pour les acteurs du tourisme de la région. En ce sens, les liens hypertextes rentrent moins dans une dimension discursive, dans la question du sens, que dans une logique de l'action. Dans la dernière partie d'analyse des tentatives de construction d'un « web régional », nous analyserons donc l'échange de liens hypertextes, à partir de graphes. Selon notre hypothèse, l'échange de liens hypertextes entre sites web entre dans cette construction d'un web régional, non dans une logique de sens, dans une activité langagière ou un positionnement social, mais dans le registre de l'action.

7 - Chapitre 7 –

Morphologie et dynamiques du corpus « web régional breton »

Le lien hypertexte, hypersite, l'adresse URL, tout en étant un procédé de Nomination d'Identification et d'Attachement Territorial et de Mise en Relation, ne se situent pas exclusivement dans le discours (une forme discursive) mais dans une logique de l'action. Nous avons jusqu'ici traité plutôt de la sélection par les liens hypertextes et non de l'homophilie. Or, afin d'expliquer les agrégats de documents, nous avions repris la définition proposée par Franck Ghitalla, « qui se ressemble, se connecte »[634], qui met bien en évidence les processus d'homophilie. Cette méthode associe les liens hypertextes et les contenus, pour établir des modèles typologico-sémantiques du web[635]. Mais nous n'utilisons pas de traitement sémantique. Au terme de cette présentation des liens hypertextes, nous reprendrons une conclusion énoncée par David Crandall (et al.) qui situent les réseaux d'acteurs sur le web entre l'influence sociale et la sélection[636]. La sélection dépasse le processus d'homophilie (qui se ressemble, s'assemble) et signifie que l'interaction sociale est à la fois « l'effet et la cause » de la sélection. En ce sens, la sélection pourrait « faire aller à ». Notre objectif est de comprendre en quoi la sélection d'hyperliens peut comporter à la fois de l'influence sociale, ce que nous rechercherons à partir de similitude entre les sites web (référence thématique ou territoriale) et du rapprochement par liens hypertextes pour entrer dans des logiques de visibilité et de lisibilité sur le web. En ce sens, nous essayerons de trouver une approche médiane entre la théorie des graphes, la théorie des réseaux sociaux, et l'observation des graphes pour compléter les cinq médiations précédemment analysées.

[634] Franck Ghitalla, Mathieu Jacomy, Méthodologies d'analyse de corpus en Sciences Humaines à l'aide du Navicrawler, [en ligne], Rapport final août 2007, p. 4.

[635] Franck Ghitalla (sous la dir.), La géographie des agrégats de documents sur le web, [en ligne], 2004, 15 pages, disponible sur <http://www.webatlas.fr/index.php?page=Publications>.

[636] David Crandall, Dan Cosley, Daniel Huttenlocher, Jon Kleinberg, Siddharth Suri, Feedback effects between similarity and social influence in online communities, [en ligne], in International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining, Proceeding of the 14th ACM SIGKDD international conference on Knowledge discovery and data mining 2008, Las Vegas, Nevada, USA, Août 24 - 27, 2008, 9 pages, disponible sur < www.cs.cornell.edu/home/kleinber/kdd08-sim.pdf >: « In other words, social interaction is both an effect and a cause of selection. »

7 - 1 - La morphologie d'un « web régional »

1) Vers une « nouvelle » science des réseaux

Depuis 1950, des méthodes quantitatives se référant à un langage mathématique sont appliquées en sociologie et en anthropologie pour des données ethnographiques. À ce titre Mark Newman, Albert-László Barabási et Duncan J. Watts citent les travaux de Degenne et Forsé (1999). Ainsi les termes tirés de la théorie des graphes comme « centralité de l'acteur », « distance », « cliques », « éléments connectés » viennent décrire l'influence, la cohésion, les rôles sociaux, les identités dans les réseaux sociaux. Mais un réseau social n'est pas une allégorie de l'acteur collectif. Il *« est défini méthodologiquement (pour des raisons techniques) comme un ensemble de relations spécifiques (par exemple collaboration, soutien, conseil, contrôle ou encore influence) entre un ensemble fini d'acteurs.* [637]» Mark Newman (et al.) relèvent les travaux d'Erdos et Rényi (1960) sur l'analyse des réseaux aléatoires appliqués à l'information, suite aux travaux de Solomonoff et Rapoport (1951) qui ont montré l'influence et les différents modes de propagation de l'information et des maladies avec la méthode des graphes. Ces modèles ont ensuite été appliqués aux épidémies et aux transmissions d'information. Dans le même temps, Ithiel de Sola Pool (chercheur en SHS) et Manfred Kochen (mathématicien) rédigeaient un article en 1958 qui questionnait les réseaux sociaux. Cet article inspirera les travaux sur les petits mondes (Milgram, 1967). La « nouvelle » science va proposer une autre approche des données empiriques et des modèles mathématiques. Les fondements d'une « nouvelle science » à partir des structures et des dynamiques des réseaux sur le web sont énoncés par M. Newman, A.-L. Barabási et D. J. Watts en trois points:

« 1. En se concentrant sur les propriétés des réseaux du monde « réel », l'intérêt se porte sur les questions empiriques et théoriques,

2. le point de vue adopté est que les réseaux ne sont pas statiques, mais qu'ils évoluent dans le temps selon des règles dynamiques variées,

3. au final, le but est de comprendre les réseaux non comme des objets topologiques, mais donc comme une architecture avec des systèmes dynamiques distribués qui se construisent. [638]»

Le problème est de rendre compte des dynamiques par des graphes statiques. En effet, un graphe représente un instant T du corpus, c'est-à-dire un ensemble de sites web formalisés par points et des liens hypertextes formalisés par des flèches. Cependant ces graphes ne rendent pas compte de la géolocalisation, des flux, ni de la morphologie de ce corpus à un

[637] Emmanuel Lazega, *Réseaux sociaux et structures relationnelles*, Paris, PUF, 2007, p. 8.

[638] Mark Newman, Albert-László Barabási, Duncan J. Watts, *The structure and dynamics of networks*, Princeton, Princeton University Press, 2006, p. 4.

instant T' ou T''. Un graphe ne rend pas compte non plus des refus de mise en relation, des limites, des hiérarchies.

La « nouvelle » science n'est pas une pure théorie des graphes pour des modèles mathématiques, ni dans une approche « design » ou « ingénieure », mais une analyse de réseaux non planifiables et décentralisés comme les réseaux biologiques, les réseaux d'information (la citation dans les articles scientifiques ou le World Wide web, par exemple). La « nouvelle » science lie la description des données, de la plus petite relation à l'échelle d'un graphe et la proposition de modèles pour les réseaux sociaux. Ensuite, les structures de ces réseaux ne sont pas statiques, elles sont évolutives (Barabasi et Albert, 1999 et Watts, 1999). Si leur intérêt porte sur le degré de connexion, « *les liens que les personnes fabriquent affectent la forme du réseau, et la forme du réseau affecte les liens fabriqués entre les personnes* [639]», nous corrélons dans notre approche les variables « territoire » et « thématique » à l'échelle locale du web donc dans la forme du réseau. Mais comment cette variable peut affecter la dynamique du réseau, ou plus précisément quelques éléments attachés au territoire que sont les signes ? Car les réseaux sont définis dans cette « nouvelle » science comme des systèmes dynamiques. « *Donc un réseau d'interaction individuelle, ou un réseau informatique dans lequel un virus se propage, n'a pas uniquement des propriétés topologiques mais également des propriétés dynamiques* [640]». La propagation d'un virus varie selon les connexions des machines dans un réseau informatique. Donc dans l'analyse proposée, nous nous situons toujours entre la structure et la relation, nous dirons entre la morphologie (description des données) et la dynamique, qui nous oblige à dépasser le topographique, le topologique pour prendre dorénavant en compte la socio-logique de la plus petite relation de pair dans un graphe à l'ensemble du graphe.

2) **Périphéries de graphes : des points isolés à la triade**

Afin de comprendre une structure et une dynamique à plus grande échelle, nous proposons de décrire la morphologie des graphes en partant de la connexité. Nous énonçons au préalable quelques propriétés des graphes orientés avant de décrire les points non connexes d'un graphe situés dans les périphéries des graphes.

« Un graphe est un schéma constitué par un ensemble (supposé fini) de points x1, x2, x3, …xn et par un ensemble de flèches reliant chacune deux points. Les points sont appelés sommets et les flèches arcs du graphe. Si, en outre, le nombre d'arcs allant de xi à xj (pris

[639] Mark Newman, Albert-László Barabási, Duncan J. Watts, The structure and dynamics of networks, Princeton, Princeton University Press, 2006, p. 7.

[640] Mark Newman, Albert-László Barabási, Duncan J. Watts, op. cit., p. 7.

dans cet ordre) ne peut jamais dépasser p, on a affaire à un p-graphe. L'ensemble des sommets d'un graphe G est généralement désigné par X et l'ensemble des arcs par U l'arc qui va d'un sommet xi à xj est dit de la forme (xi,xj). De façon plus formelle, un graphe= (X,U) est un couple constitué par :

1) un ensemble de sommets X = {x1, x2, …, xn},

2) une famille d'arcs U = {u1, u2, …, um}, éléments du produit cartésien XxX = {(x,y)/x ∈ X, y ∈ X }. Le nombre de sommets est appelé l'ordre de G. [641]»

Dans un graphe orienté, les flèches sont des arcs. Dans les graphes présentés à partir de l'analyse de notre corpus, les arcs sont des liens hypertextes et les sommets des nœuds représentent des références web (sites web, sites internet, blog, page sur plateforme de réseaux sociaux, etc.). La connexité repose sur la cohésion d'un graphe, en reprenant la notion de cliques. « *Si le graphe est orienté, il faut qu'il existe un chemin de longueur 1 entre tout couple de sommets (clique forte). (…) On dit que dans un graphe, une clique est un sous-graphe complet.*[642] »

	Cohésion forte : liens directs	Cohésion faible : liens indirects
Connexité forte	Sous-graphe complet orienté	Sous-graphe complet orienté par transitivité forte
Connexité simple	Sous-graphe complet non orienté	Sous-graphe complet non orienté par transitivité simple
	cliques	n-cliques

Tableau 9. Cas de figures possibles selon la connexité et la cohésion dans un graphe (Degenne, Forsé, 2004)[643]

Ainsi la connexité repose sur l'observation visuelle du graphe. Dans l'interprétation des graphes, la loi proxémique de la phénoménologie de l'espace, « ce qui est loin est plus petit que ce qui est près », résultant de l'invention de la perspective avec Alberti, doit être contournée. En effet, un nœud avec un score de hub peut se situer dans la périphérie d'un cœur de graphe et, assurer la dynamique du graphe [644]. La relevance se rapproche de la notion d'autorité d'un acteur, du rapport avec un sujet tandis que la popularité revient aux pages qui renvoient aux autorités, qualifiées de « hubs ». Kleinberg a donc développé un algorithme qui repère simultanément les autorités et les hubs dans un graphe, ou une structure de liens, pour dégager les autorités dans un corpus de texte sous forme de listes, comme dans les moteurs de

[641] Alain Degenne, Michel Forsé, *Les réseaux sociaux*, Paris, Armand Colin, 2004, p. 75.

[642] Alain Degenne, Michel Forsé, *op. cit.*, p. 93.

[643] Alain Degenne, Michel Forsé, *op. cit.*, p. 98.

[644] Jon M. Kleinberg, Authoritative Sources in a hyperlinked environment, in Mark Newman, Albert-László Barabási, Duncan J. Watts, *The structure and dynamics of networks*, Princeton, Princeton University Press, 2006, p. 521. Jon Kleinberg à travers l'algorithme HITS a montré que le poids d'un nœud dans un graphe varié suivant le nombre de liens hypertextes sortants et le nombre de liens hypertextes entants, distinguant en ce sens les nœuds pivots, appelés « hubs » (liens sortants), des nœuds d'autorité, « authority » (liens entrants).

recherche. Et, l'algorithme de spatialisation du graphe place ces sites web à fonction de hubs en périphérie[645]. Les crawls et les graphes obtenus n'ayant pas tous la même taille, il faut relativiser la comparaison entre plusieurs graphes [646]. Mais Les graphes réalisés à partir des sites web de notre corpus restreint sont connexes, deux graphes à partir de sites web d'entreprise exceptés. Ces graphes confirment l'absence d'isomorphie entre territoire et web car il existe des variations dans les formes des graphes qui ne traduisent pas l'action d'un éditeur dans le territoire « physique ».

Sites web	Caractéristiques du graphe	Connexité du graphe
http://www.laita.com, http://www.paysanbreton.com, http://qualite.paysanbreton.com/	Liens: 99 Noeuds : 102	Peu connexe
http://www.dastum.net	Liens : 231 Noeuds : 199	Connexe
www.multiplast-yachts.com	Liens : 330 Noeuds : 310	Connexe
www.bretagne.fr	Liens : 670 Noeuds : 571	Connexe
www.rennes.fr	Liens : 365 Noeuds : 301	Connexe
www.cg22.fr, www.cotesdarmor.fr, www.armortv.fr, www.kaouenn.net, http://www.brezhoweb.com, www.tv-tregor.com	Liens : 120 Noeuds : 112	Connexe
www.antourtan.org	Liens : 391 Noeuds : 150	Fortement connexe
www.alaisebreizh.com	Liens : 80 Noeuds : 92	Peu connexe
www.geobreizh.com	Liens : 2311 Noeuds : 1930[647]	Connexe
www.tourismebretagne.com	Arcs : 351 ; 2158 Noeuds : 468 ; 1408	Connexe[648] (2)

Tableau 10. Densité et connexité du corpus restreint « web régional »

Avant de comprendre la connexité, nous allons présenter des périphéries : les points non connexes à travers cinq catégories. Les cinq périphéries sont : 1. les institutions, 2. les thématiques, 3. les commerciales, 4. les réalisateurs de sites web, 5. les réseaux centralisés ou décentralisés.

[645] Nous avons utilisé l'algorithme GEM, sous le logiciel de visualisation GUESS, disponible en ligne.

[646] Tous les graphes présentés ou mentionnés accompagnent la grille d'analyse des sites web. Le lecteur pourra se référer au graphe correspondant en fonction des noms utilisés. Les images de ces graphes étant de mauvaise qualité, l'impression papier ne les rendait pas lisibles.

[647] Graphe composé de 428 sites web visités lors du crawl et de 1502 sites voisins aux sites visités.

[648] Un premier parcours manuel de *bretagnetourisme.com* produisait un graphe contenant 468 et 351 liens hypertextes. En reprenant les 468 URL et en ouvrant chacune des pages d'accueil des sites web, le second graphe contient 1408 nœuds et 2158 liens hypertextes, et devient connexe.

Retrouver visuellement la connexité d'un graphe permet d'éliminer les points fragiles (périphériques) pour atteindre le cœur de graphe[649]. Les périphéries sont situées en marge du cœur du graphe et sont déconnectées de ce cœur, comme pour les liens morts (www.brest2008fanavenue.com: lien hypertexte vers le rassemblement de bateaux à Brest d'une année précédente) dans le graphe réalisé à partir d'*antourtan.org*. À ce stade, nous pouvons qualifier cinq catégories périphéries dans les différents graphes à partir de nœuds isolés ou sous forme de réseau centralisé ou décentralisé de :

1. Périphéries institutionnelles :

Pour ne pas sur-interpréter, nous replaçons les observations à l'échelle d'un seul site web. Certains sites web comme celui du « Conseil régional de Bretagne » peuvent se retrouver dans un cœur de graphe comme en périphérie selon les graphes[650]. Une structure est « *une représentation simplifiée* » pour voir les « *régularités dans la composition et l'agencement des interdépendances. […] Une relation sociale sera comprise ici à la fois comme un canal pour le transfert de l'information ou l'échange de ressources et comme un engagement intentionnel vis-à-vis d'un ou plusieurs partenaire(s) d'échange, engagement inséparable du sens que la relation a pour les partenaires.* [651]» Notre problème est de savoir si cette définition de relation sociale est applicable pour le lien hypertexte.

Sur le graphe de *dastum.net*, le site web *bretagne.fr* (nom de domaine du nouveau site web de la Région Bretagne qui était auparavant *region-bretagne.fr*) se situe en périphérie. Ainsi ce site web se retrouve en périphérie pour les hyperliens sortants alors que par le nombre (score) d'hyperliens entrants, l'ancien nom de domaine, *region-bretagne.fr,* sera présent dans le cœur du graphe *dastum.net*. Le changement de nom associé au parcours manuel de la page d'accueil du site web situe le site web de la Région Bretagne à la fois dans le cœur donc assumant un rôle d'autorité et à la fois en périphérie du graphe pour le nombre de liens sortants, assumant un rôle de hub. La visibilité dans le web dépend également du temps de diffusion du nouveau nom de domaine d'une référence web.

Le graphe de *bretagne.fr* est connexe, les sites web du *cemagref.fr («* L'institut de recherche pour l'ingénierie de l'agriculture et de l'environnement ») exceptés. Dans la périphérie est présent *ina.fr* (« l'Institut national de l'audiovisuel ») et un extranet régional accessible après identification *xnet3.region-bretagne.fr.* Cet exemple montre que les références web des institutions nationales, dans lesquelles sont compris les ministères et leurs

[649] Alain Degenne, Michel Forsé, *Les réseaux sociaux*, p.119.

[650] De plus, dans la méthode des crawls utilisés dans cette partie, seules les pages d'accueil des sites web ont été prises en compte.

[651] Emmanuel Lazega, *Réseaux sociaux et structures relationnelles*, p.6.

références web, sont présentes dans les graphes du corpus « web régional » mais qu'elles ne participent pas à la connexion. Ces institutions nationales ont souvent des rôles d'autorité, en étant citées mais elles ne favorisent pas la connexion à une échelle régionale du web, elles filtrent les hyperliens plus qu'elles ne distribuent. En ce sens, Franck Ghitalla proposait d'éliminer cette couche « haute » du web[652]. En effet, la connexité des collectivités locales et territoriales au sein d'un corpus « web régional » n'est pas forte.

Pour les collectivités locales, le graphe de *geobreizh.com*, présente deux périphéries avec des mairies du Finistère, des Côtes d'Armor, d'Ille-et-Vilaine, et de Loire-Atlantique. Sur le graphe du « Comité régional du Tourisme de Bretagne (CRTB) », deux zones périphériques sont présentes avec des nœuds représentant des institutions (mairie, pays des départements du 29, 56, 22), des offices de tourisme (départements 29, 56, 22). L'intentionnalité ou le choix ne sont pas qualifiables par un graphe. Néanmoins, la dynamique, entre le nombre d'hyperliens entrants et le nombre d'hyperliens sortants, peut être relevée.

2. Périphéries thématiques :

Sur le graphe de *dastum.net*, des acteurs sur la thématique de l'archive orale en Bretagne se retrouvent isolés. Ainsi *epille.com* est le site web d'une association du Sel-de-Bretagne (35) qui œuvre pour « recueillir, transmettre et faire vivre le chant de Haute-Bretagne et d'ailleurs ». *Spectacle-vivant-bretagne.fr* qui remplace *resonances-bretagne.org* (ancien site web de l'association « Musiques et Danses de Bretagne ») et *labelmusik.com* un site web « d'écoute et de découverte d'artistes présents en région Bretagne », qui fédère les labels de Bretagne et est administré par *spectacle-vivant-bretagne.fr* se retrouvent en périphérie alors même que les associations « Musiques et Danses de Bretagne » et « Dastum » travaillent ensemble. En effet, ces deux associations s'associent pour publier un annuaire des artistes de Bretagne. Dans la théorie des réseaux sociaux, ces deux acteurs physiques ont une relation sociale. Pourtant à partir de ce graphe, et d'autres graphes, le lien hypertexte a parfois la qualité d'un acte social, mais son absence ne démontre pas une absence de relation sociale entre les deux éditeurs sur ou hors du web. Il devient donc difficile de dégager des acteurs de relations sociales. Même à partir d'un acteur central du tourisme en Bretagne, le CRTB[653], des

[652] Franck Ghitalla, Mathieu Jacomy, Méthodologies d'analyse de corpus en Sciences Humaines à l'aide du Navicrawler, [en ligne]Rapport final août 2007, p. 4.

[653] Un sous-site web du « Comité Départemental du Tourisme » du Finistère, bretagne-groupes.com, et deux sous-sites web de tourismebretagne.com, tourismebretagne-photos.com qui met en accès libre de droits trois mille photographies de Bretagne à destination de la presse et des acteurs du tourisme, et thalasso-bretagne.com qui présente les treize centres de thalassothérapie en Bretagne sont isolés. Dans le même sens, un centre équestre (département 56), un portail de pêche en Cornouailles telemer.com (département 29), deux golfs (Fréhel et Domaine des Ormes), un hébergement gîte rural (département 56), un musée de ville (département 35), une page de questionnaire bretagne.tourinsoft.com, deux restaurants (départements 56, 35) deux chambres d'hôtes

sites web du domaine du tourisme se retrouvent isolés sur le graphe. Dans le générique de l'émission « webnoz », l'entreprise « A l'Aise Breizh » a son logotype. Pourtant elle n'apparaît pas dans les hyperliens sortants du site web. Ainsi, l'entreprise « A l'Aise Breizh » assure sa visibilité sur le web par une politique de mécénat dans notre corpus « web régional breton », mais ce qui est visible dans les contenus des pages web ne se traduit pas obligatoirement en hyperlien.

3. Périphéries commerciales :

Le graphe à partir d'*antourtan.org* est partiel puisque toutes les pages des sites web n'ont pas été parcourues, mais la multiplicité des sous-sites web du « Crédit Agricole »[654] lui offre une meilleure visibilité, tout en restant détaché et loin du cœur de ce graphe. Ce sont ses actions de partenariat avec *antourtan.org* qui le placent dans son arborescence. Le graphe *alaisebreizh.com* étant peu connexe, de nombreuses références se trouvent en périphérie, même les sous-sites web de cette entreprise *alaisebreizhcafe* sont présents, ainsi qu'*aupaysbigouden.com* pour les entreprises. Dans cette périphérie, la catégorie « Tourisme » distribue le plus d'hyperliens avec un site web *finistere-tourisme.fr* édité par une personne, située à Dax (département des Landes, 40) et qui réalise des annuaires touristiques de plusieurs départements qui, connectés entre eux, forment ce réseau centralisé. Il n'existe pas en ce sens de concordance entre un nom de lieu contenu dans l'adresse URL et l'implantation géographique de l'éditeur du site web.

4. Périphéries des réalisateurs de sites web :

La périphérie de *rennes.fr* renvoie à un réalisateur de site web et à sa galerie de présentation[655]. Sans énumérer tous les graphes, cette situation d'un réalisateur de sites web en périphérie du graphe se retrouve dans trois des dix graphes. Ces réalisateurs de sites web se retrouvent souvent mentionnés sur la page d'accueil des sites web, mais comme ils ne sont pas parcourus et que leur page d'accueil de sites web ne mentionne pas toutes leurs créations, ils demeurent en périphérie.

5. Périphéries de type réseau centralisé ou décentralisé :

Dans la périphérie d'un graphe, un site web peut présenter son propre réseau, qualifié de sous-réseau du graphe ou de clique s'il n'existe pas d'absence de relation. Nous prendrons pour exemple le graphe de l'entreprise « Multiplast » à Vannes. Les réseaux centralisés dans

(départements 56, 22), qui sont des activités liées au tourisme dans un graphe sur le tourisme, se retrouvent isolés.

[654] www.ca-finistere.fr (entreprise bancaire, 29) > ca-finistere.net, ca29emplois.com, squarehabitat29.fr (niveau local), > credit-agricole.fr, credit-agricole-sa.fr (niveau national, filiale mère).

[655] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web rennes.fr.

la périphérie du graphe complet de *multiplast-yachts.com*, sont non plus des points isolés mais des étoiles avec un fort score de centralité pour le noeud avec différents degrés de liens sortants qui vont de deux à huit liens sortants[656].

Dans les deux types de réseaux centralisés, les liens hypertextes se partagent entre références territoriales et thématiques.

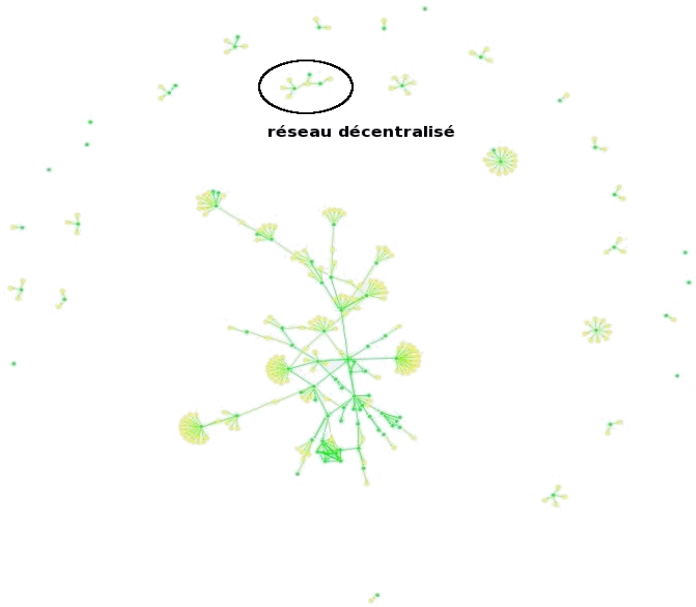


Figure 18. multiplast-yachts.com, représentation du graphe complet des liens hypertextes (Navicrawler, mars 09)

Légende couleur - vert : site visité lors du parcours - jaune : site voisin du site visité lors du parcours

Le réseau décentralisé se compose de huit nœuds, avec comme cœur et autorité *groupeafg.com* (agence de communication web située à Nantes) pointé par :

- un sous graphe centralisé (à gauche) : *bonduelle-voile.com* (visité/nœud noir) qui renvoie à *bonduelle.com*, *publivoile.com* et *fondation-louisbonduelle.org* (non visité ou voisins/nœud gris),

- un sous graphe (à gauche) : *raidbleu.com* (visité/noeud noir) et *transat650.org* (visité/nœud noir) qui pointe *sailingnews.fr* (voisin/nœud gris).

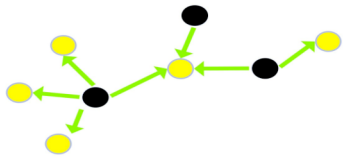


Figure 19. multiplast-yachts.com, représentation du réseau décentralisé (Navicrawler, mars 09)

Ce réseau décentralisé se partage entre une entreprise, mécène dans le domaine de la voile, qui dirige vers ses sous-sites web et des courses de voile (en Normandie) et une télévision web sur la thématique voile. Ces deux types de sites web sont connectés par une

[656] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web multiplast-yachts.com.

agence de communication. La proximité n'est pas territoriale mais thématique. Cette forme de réseau apparaît difficile à qualifier à partir de la théorie des graphes et des réseaux sociaux.

Cette première typologie des périphéries relativise l'hypothèse selon laquelle le lien hypertexte serait une copie d'acte social du territoire « physique » sur le web. Les réseaux ne se superposent pas au territoire, comme les territoires ne se projettent pas sur les réseaux de type web. Selon J. Kleinberg, le web est un corpus hypertexte, complexe et qui augmente[657]. Les participants ont parfois des buts opposés, pourtant ils continuent à mettre en ligne des contenus hypertextués. Ainsi, il existe un double niveau à la fois local d'échanges de liens hypertextes entre deux éditeurs et une organisation globale du corpus « web régional » qui peuvent être analysés *a posteriori*. Dans l'analyse d'une structure de liens, a fortiori de liens hypertextes, de nombreuses difficultés demeurent. Les hyperliens résultent de, ou pour reprendre le terme de Jon M. Kleinberg, ils encodent, un « *jugement humain latent* » ou caché. C'est sur ce jugement que Jon M. Kleinberg base sa notion d'autorité. L'attribution d'un lien hypertexte d'un acteur A à un acteur B, est une mesure de l'autorité de B, même s'il existe un certain nombre de négligences par omission dans cette proposition[658]. Mais ces périphéries montrent surtout que les points isolés correspondent à des stratégies des éditeurs de sites web qui ne s'inscrivent pas dans la connexité et la dynamique du web. Or, comme le montre le réseau décentralisé, pour assurer sa visibilité sur le web, les liens hypertextes sont indispensables. Nous devons donc pour essayer de comprendre à partir de la plus petite unité, la dyade, ces liens entre sites web. Nous pourrons ensuite essayer de mettre en place une observation de la fiction instituante sur le web en étudiant la visibilité, et en questionnant les autorités de notre corpus « web régional ».

3) Hyperlien réciproque, dyade et triade

Les « hyperliens réciproques » ou « réciprocité des relations » est reprise à Emmanuel Lazega[659]. Elle se traduit dans le cadre des graphes présentés par un échange d'hyperliens limités en nombre et qui augmentent la proximité entre les deux sites web sur un graphe. Réalisée entre deux sites web dans un premier temps, nous étendrons l'analyse à la triade, ou trois sites web. Nous essayerons de comprendre comment les acteurs essayent de s'assurer une meilleure visibilité sur le web ? Puis, nous étudierons la projection des principes de nomination du territoire au web, et son incidence sur cette visibilité.

---

[657] Jon M. Kleinberg, Authoritative Sources in a hyperlinked environment, in Mark Newman, Albert-László Barabási, Duncan J. Watts, *The structure and dynamics of networks,* Princeton, Princeton University Press, 2006, pp. 515.

[658] Jon M. Kleinberg, Authoritative Sources in a hyperlinked environment, in Mark Newman, Albert-László Barabási, Duncan J. Watts, *op. cit.*, pp. 515-517.

[659] Emmanuel Lazega, *Réseaux sociaux et structures relationnelles*, p. 53.

a) Les hyperliens réciproques

Parmi les dix graphes, certains étaient parfois trop denses pour repérer des hyperliens réciproques et deux graphes ne présentaient aucun hyperlien réciproque (*alaisebreizh.com* et *bretagne.fr*). Dans le graphe *dastum.net*, *rennes-metropole.fr* (Métropole de Rennes) et *rennes.fr* (Ville et Mairie de Rennes) ont des hyperliens réciproques et sont en situation de co-citation, c'est-à-dire A citant B et B citant A. Ces deux institutions ont donc une connexité forte qui rappelle une contiguïté thématique et territoriale forte. Mais la connexité du web reflète-t-elle la contiguïté du territoire ? Cette situation de co-citation se retrouve pour deux autres acteurs institutionnels du même territoire, dans le graphe de *rennes.fr*, avec *ille-et-vilaine.fr* (Conseil général d'Ille-et-Vilaine) et *rennes-metropole.fr.*

Les hyperliens réciproques se rencontrent parfois dans un réseau décentralisé du cœur du graphe. La co-citation est alors présente dans le scénario de navigation des sites web, qui se co-citent entre sous-sites web d'une même entité, c'est-à-dire une agence de communication vers ses outils, sa marque, *mba-multimedia.com* et son annuaire *breizhat.com.* « MBA Multimédia » est l'agence de communication qui édite le moteur de recherche *breizhat.com* et le site web de la marque déposée *intratools.fr* qui pointe vers une autre nomination, *mba-multimedia.fr*, un site web qui propose en ligne trois anciennes versions du site web de l'agence depuis 1999. Cependant la multiplication des noms de domaine entraîne parfois une absence de connexion. Dans l'exemple suivant, le nom de domaine influe sur la représentation sous forme de graphe[660]. Pour le « Conseil général d'Ille et Vilaine », *arvivan.org* renvoie à *cg35.fr* alors qu'il est cité par *ille-et-vilaine.fr*. Dans cet exemple, l'absence de lien réciproque vient de la nomination au sein du web entre la fonction « CG35 » et le nom du département, Ille-et-Vilaine. Ainsi, la multiplication des appellations dans le territoire physique multiplie les noms de domaine au sein du web et en limite d'autant la visibilité des références web, ce qui influe sur la réciprocité des liens également. En dupliquant les multiples nominations du territoire au web, le score d'autorités de ces institutions sur le web est partagé entre plusieurs adresses URL. La contiguïté territoriale, voire l'unité territoriale, ne se traduit pas par une connexité sur le web.

Les hyperliens réciproques, avec ou sans co-citation, peuvent correspondre à une sorte de clique. Une sorte de clique, car la définition d'une clique est stricte. La réciprocité complète ou clique compte pour sous-graphe un maximum de trois sommets ou plus. « *La clique consiste en un sous-ensemble de membres tous adjacents les uns aux autres. Les*

[660] Tous les graphes présentés ou mentionnés accompagnent la grille d'analyse des sites web. Le lecteur pourra se référer au graphe correspondant en fonction des noms utilisés. Les images de ces graphes étant de mauvaise qualité, l'impression papier ne les rendait pas lisibles.

membres se « choisissent » tous entre eux. [661]» Les membres ne sont pas limités à une clique, ainsi les cliques se superposent. Mais s'il manque un arc, la définition de clique ne s'applique pas. Ainsi, dans l'exemple suivant, nous parlerons de sorte de clique. Elle comprend les « autorités » d'un cœur de graphe comme *multiplast-yachts.com*, avec les références web *net-folio.net* (création et hébergement de sites web) et *seaandco.net* (un site web d'un regroupement de photographes). La sorte de clique (ou cluster) est pointée par des photographes *martin-raget.com* et *stichelbaut.com*. Elle se compose de huit nœuds dont six sont la déclinaison sous diverses nominations d'un unique regroupement de photographes « Sea & co », avec par exemple, les photographies de la fédération internationale de voile *sailing-photo.com*. Le dernier nœud est un site web d'une agence de communication à Paris, *umapress.com.* Un hyperlien réciproque se situe également entre le site web du photographe *martin-raget.com* et son blog *martin-raget.blogspot.com*. Dans ce cas, les liens réciproques couplés à une multiplication des noms de domaine entraînent une meilleure visibilité sur le web. Parfois la possession d'un nom de domaine dans plusieurs extensions (.com, .fr) accentue cette visibilité.

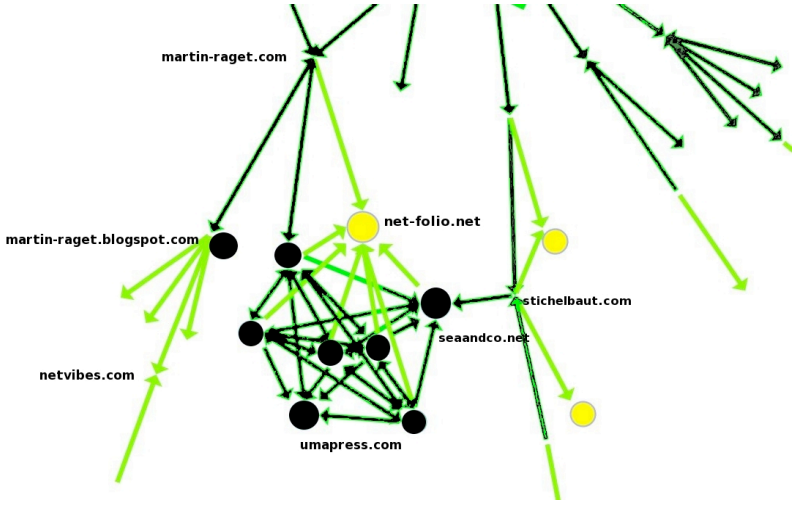


Figure 20. multiplast-yachts.com, représentation du sous-réseau cohésif de photographes professionnels (Navicrawler, mars 09)

Plutôt que la notion de clique, nous reprendrons donc le concept de sous-groupe cohésif. « *Un sous-groupe cohésif est un sous-ensemble d'acteurs entre lesquels on constate l'existence de relations fortes, intenses, directes et fréquentes.* [662] *(...) Plusieurs propriétés générales de sous-groupes cohésifs ont influencé les formalisations de ce concept.* »

Emmanuel Lazega en présente trois : « *1. La réciprocité des liens : les sous-groupes basés sur cette réciprocité des relations exigent que dans toutes les paires de membres en sous-groupes, ces membres se choisissent entre eux, ou soient adjacents ;*

[661] Emmanuel Lazega, *Réseaux sociaux et structures relationnelles*, p. 53.

[662] Emmanuel Lazega, *op. cit.*, p. 52.

2/ L'accessibilité (reachability) des membres d'un sous-groupe : les sous-groupes basés sur l'accessibilité exigent que tous les membres soient connectés, mais pas nécessairement adjacents ;

3/ Le nombre de relations entre membres, au sens où les groupes basés sur le nombre de liens exigent que les membres du sous-groupe aient des liens avec « beaucoup » d'autres membres du groupe.[663] »

Les hyperliens réciproques peuvent montrer une relation forte entre des sites web, qui peuvent se situer sans prédominance au niveau des observations dans une même référence territoriale à l'échelle régionale, départementale, ou de la ville et dans le même temps, dans une même référence thématique (institution, langue, photographe de voile). Pour les sous-groupes cohésifs, il semble donc préférable qu'au sein du web, les membres se soient choisis. Le hasard des échanges d'hyperliens ne semble pas proposer d'hyperliens réciproques aussi denses. Cette première approche par les hyperliens réciproques, qui nous a emmené vers les sous-groupes cohésifs montre des stratégies des éditeurs pour augmenter leur visibilité sur le web. Le problème est que la projection des multiples nominations d'une institution d'un territoire sur le web n'accroît pas cette visibilité. Or, les institutions pour pouvoir gérer une fiction instituante devrait augmenter cette visibilité pour se situer en position d'autorité sur le web. La réciprocité des liens associée à la multiplication des nominations peuvent cependant permettre d'accroître cette visibilité, quand les éditeurs se sont adaptés à la dynamique du web, *i.e.* quand ils ont dépassé le cadre de la dyade.

b) Les triades

Ces hyperliens réciproques présents sous forme de dyade ne présentent pas de véritables dynamiques de réseaux. Pour territorialiser et instituer le web, il conviendrait que les éditeurs de sites web soient visibles. Or il existe des démonstrations en théorie des graphes et en théorie des réseaux sociaux pour augmenter cette visibilité. Selon nous, si un acteur voulait instituer le web par une fiction, il devrait adapter sa fiction instituante, son pouvoir d'institution, en reprenant ces théories et en les appliquant au web. En ce sens, nous avons relevé les triades, en excluant les formes réseaux en étoile, qui dupliquent un réseau centralisé à partir d'un site web. Quelle différence entre une dyade et une triade ? L'analyse systémique est possible à partir de la triade car d'après les travaux de Simmel, « *la triade est […] l'unité de base des formes de l'interaction sociale*[664] ». Les hyperliens réciproques inscrits dans une triade peuvent révéler des références thématiques où les sites web sont connectés entre eux.

Dans le graphe sur le Trégor, un lien réciproque relie *brezhoweb.com* et *kaouenn.net*. Ces deux sites web sont émis en breton et les sites web cités réciproquement par ces deux

[663] Emmanuel Lazega, *Réseaux sociaux et structures relationnelles*, p. 53.

[664] Alain Degenne, Michel Forsé, *Les réseaux sociaux*, p. 139.

acteurs sont des sites web de la thématique « langue bretonne » avec *divskouarn.free.fr*, association présente sur toute la Bretagne pour le breton avant la scolarisation, *diwanbreizh.org*, écoles privées d'enseignement en breton, *daobreizh.fr*, fédération pour l'enseignement adulte, *skolober.com*, cours de breton par correspondance. Cette configuration du graphe renvoie à la triade mais où le « tertius gaudens » n'est pas assuré par un mais plusieurs sites web. Le « tertius gaudens » selon G. Simmel[665] est celui qui tire profit dans une triade d'une absence de relation ou de relation conflictuelle entre deux acteurs afin de jouer un rôle d'arbitre ou de négociateur. Selon R. Burt[666], ce sont les trous structuraux qui mettent en évidence les liens faibles, car si les trous sont absents alors la forme est celle de la clique et il ne serait pas possible de savoir si le lien est fort ou faible. Un lien fort est la relation entre A et B, et la relation entre B et C. Un lien faible est la relation entre A et C. Selon R. Burt, si A et C ont un lien « direct », on ne peut pas savoir si c'est grâce à A. Mais nous avons souligné que la clique était difficilement identifiable dans les graphes obtenus du corpus « web régional breton ». Néanmoins, les trous structuraux permettent d'identifier les « articulateurs » qui assurent le lien faible entre une clique et un membre d'une autre clique, situation de B si A et C sont chacun membres d'une clique différente. Dans la situation du « tertius gaudens » défini par G. Simmel, l'acteur n'a pas choisi cette configuration, ce qui est possible quand un site web est cité par deux références web, c'est-à-dire avec deux hyperliens entrants. A a un lien vers B et C a un lien vers B. En revanche, quand un site web fait le pont entre deux cliques ou entre les réseaux centralisés de deux sites web, il tire profit des liens faibles. Ainsi *groupeafg.com*[667] (agence de communication web située à Nantes) joue le rôle d' « articulateur » entre une entreprise mécène et des acteurs médiatiques et des courses dans le domaine de la voile et en tire profit comme un « tertius gaudens ». L'analyse des trous structuraux (absence de relation redondante entre deux contacts) de Ronald Burt[668] est différente parce que la transmission de l'information dans le web ne dépend pas de l'intensité de la relation, elle dépend de la relation ou non et du fonctionnement ou non du site web dans le temps. La vitesse de transmission (en évacuant les problèmes de connexion) est donc toujours la même. La redondance des hyperliens pourrait quant à elle être un gage de la visibilité sur le web.

La mesure du prestige se fait en fonction des acteurs choisissant l'acteur *i* en question. La place du « tertius gaudens » pourrait mobiliser un autre concept d'Emmanuel Lazega. La

[665] Georg Simmel, *Sociologie*, Paris, PUF, 1999, pp. 139-146.

[666] Alain Degenne, Michel Forsé, *Les réseaux sociaux*, p. 137-138.

[667] Figure 19. multiplast-yachts.com, représentation du réseau décentralisé (Navicrawler, mars 09), p.258.

[668] Alain Degenne, Michel Forsé, *op. cit.*, p. 137-138.

grandeur de cet indice indique la popularité tout en ne prenant en compte que les acteurs adjacents à *i*. Ce choix des acteurs donne le « domaine d'influence de *i* ». La mesure prestige par proximité est « basée sur l'ensemble d'acteurs à la fois directement et indirectement reliés à *i* ». Les mesures prestige par statut ou par rang renvoient au prestige des acteurs renvoyant à *i*. S'ils sont prestigieux, *i* devient prestigieux. S'ils sont marginaux ou périphériques, *i* n'obtient pas le même prestige, voire le diminue. La mesure qui en rend compte est la prééminence de Bonacich (1987) et de Burt (1982)[669]. Le problème demeure : les complexités liées aux contraintes structurales, aux trous structuraux et à l'autonomie de l'acteur (Travaux de Burt de 1982 à 2005). Avant de calculer l'autonomie de l'acteur, le premier élément est la contrainte basée sur le principe de la *densité proportionnelle*, *i.e.* la densité du sous-réseau d'un acteur. Cette contrainte oblige l'acteur dans ses relations avec un acteur précis. À l'inverse, l'autonomie de l'acteur lui permet d'alterner ces relations sur un principe de substitution. Le *score d'autonomie* représente donc le « *nombre de contacts non redondants de chacune de ses relations ou ensemble de relations* »[670]. La prééminence renvoie à la domination, l'autonomie renvoie au contournement de la contrainte. Reprenant les travaux de Burt sur l'autonomie de l'acteur, E. Lazega présente le concept déjà mentionné de sous-groupe cohésif. L'autonomie de l'acteur est la possibilité pour lui de devenir un intermédiaire indispensable entre deux acteurs. C'est cette position d'intermédiaire indispensable dans un trou structural (absence de relations entre deux acteurs) qui lui offre la possibilité de ne pas être contraint par la structure (*aggregates constraint)* et de bénéficier de meilleures retombées par un rapport à un acteur placé dans un réseau à plus forte contrainte[671].

Notre problème est de savoir si le trou structural a un retour positif pour l'acteur, *i.e.* la non-connexité des relations d'un acteur, valorise-t-elle sa visibilité sur le web ? Les autres acteurs supposés non connectés vont-ils multiplier les liens vers cet acteur et augmenter son score d'autorité ? Ou, l'absence de connexion entre acteurs, va-t-elle faire baisser la visibilité de l'acteur et en conséquence, d'un « web régional breton »? La question n'est pas de savoir si l'acteur en question a une fonction d'hub plus que d'autorité mais de comprendre comment l'acteur en position de hub ou d'autorité s'assure une meilleure visibilité ? En ce sens, nous allons rechercher ce qui peut structurer le « web régional » ? Sont-ce de nouvelles autorités ? Devenir une autorité d'un « web régional » est-elle une garantie suffisante pour instituer, pour être le porteur de la fiction instituante ?

---

[669] Emmanuel Lazega, *Réseaux sociaux et structures relationnelles*, p. 49.

[670] Emmanuel Lazega, *op. cit.,* p. 76

[671] Emmanuel Lazega, *op. cit.*, pp. 77-78 d'après les travaux de Burt, 1992

Or, nous avons également un problème pour analyser cette fiction instituante sur le web. En effet, l'approche structurale se limite à des groupes où les relations sont positives (positives, internes) et relations négatives (hostiles, extérieures), selon Lemieux et Ouimet[672]. Dans les relations sociales, comme dans une organisation, les acteurs ont plus ou moins conscience de cette mise en relation et, selon les approches structurales, ils ne peuvent s'y substituer. Or, comme le soulignent Lemieux et Ouimet, par rapport aux analyses structurales dans une organisation, trois principes changent :

- l'activité au sens de fonctionnement,
- la forme stable de la structure devenant un réseau mouvant, ou instable,
- une évolution que l'on ne connaît pas.

Nous relevons également ces trois changement au niveau du web :

- l'activité et la thématique indépendantes de la contiguïté,
- la forme stable devenant dynamique,
- une évolution temporelle imprévisible.

Or les analyses des politiques publiques demeurent basées sur un principe de stabilité, d'un acteur dominant comme racine, et des acteurs intermédiaires comme relais. Le problème est de baser tout sur les relations, et les formes de relations[673]. Dans un réseau comme le web, les sites web peuvent s'y soustraire (choix des hyperliens réciproques) ou hériter du choix des autres sites web (position de « tertius gaudens »). Dans tous les cas, le site web et l'acteur qui le porte peuvent choisir un hyperlien vers un autre site web. Mais le site web mentionné demeure passif. Pourtant cette passivité le rend actif dans la dynamique du réseau, tel que le « tertius gaudens » qui devient la référence de deux antagonistes puissants dont les forces réciproques sont neutralisées et qui confèrent au « tertius gaudens » une position indépendante et déterminante, passant du faible au fort. « *La seule chose qui compte, c'est en fait que les forces des deux éléments antagonistes se neutralisent mutuellement, afin que la position du tiers non engagé, si faible soit-elle, devienne forte au point de ne plus connaître de limites.* »[674]. Le site web passif peut hériter de la réputation des antagonistes pour accroître sa popularité et son prestige au sein du web, où un site web augmente son score au sein du graphe par cette situation de « tertius gaudens ». La fiction circulante doit être adaptée à la topologie du réseau, à ses dynamiques. Or, l'un des principes de bases du réseau est la circulation.

---

[672] Vincent Lemieux, Mathieu, Ouimet, *L'analyse structurale des réseaux sociaux*, Bruxelles, De Boeck Université, Sainte Foy (Québec), Presses de l'Université de Laval, 2004, p.10.

[673] Vincent Lemieux, Mathieu, Ouimet, *L'analyse structurale des réseaux sociaux*, p.10.

[674] Georg Simmel, *Sociologie*, Paris, PUF, 1999, pp. 142,

7 - 2 - Les dynamiques d'un « web régional breton »

Pour comprendre en quoi la circulation est dépendante de la dynamique du corpus « web régional breton », nous allons devoir au préalable définir une méthode pour qualifier la connexité d'un site web à partir de la visualisation d'un graphe. Nous essayerons d'appliquer cette nouvelle méthode non plus pour une proximité thématique ou territoriale, que nous n'avons pas réussie à définir mais pour une connexité thématique et, ou territoriale. Dans la description précédente, les sites web, en tant que nœuds isolés, semblaient juxtaposés les uns aux autres. Nous devons essayer pour comprendre la possible structuration du « web régional » déterminer la connexité et les formes de connexion des sites web.

Michel Forsé (1991) propose de distinguer dans un graphe orienté quatre formes fondamentales d'étoiles : l'amplificateur, le relais multiple, le relais simple, le filtre. Il se base sur les citations entre acteurs dans un réseau, celui qui relaie, c'est-à-dire qui cite et celui qui ne cite pas. Ainsi entre deux acteurs A et B :

- « A citant B » est une « citation active »,
- « B ne citant pas A » est une « relation passive ».

Dans une matrice d'adjacence, les citations actives correspondent au vecteur-ligne, les citations passives au vecteur-colonne[675]. En reprenant dans un graphique les données, avec en abscisse, le nombre de citations passives, appelé dépendance et en ordonnée, le nombre de citations actives, appelé motricité, et en distinguant deux degrés, fort et faible, il est envisageable de répartir les individus dans un graphique selon quatre formes fondamentales de connexion.

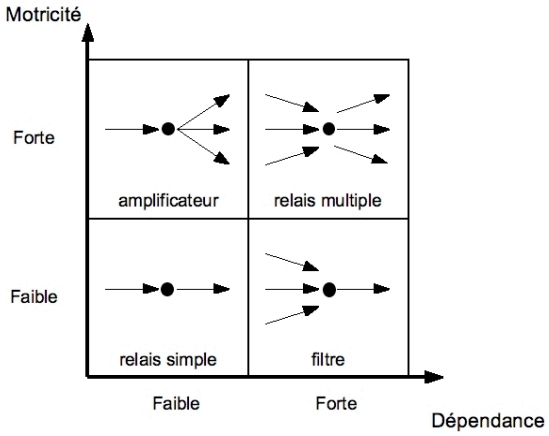


Figure 21. Les quatre formes fondamentales de connexion (Forsé, 2004, p.199)

Les deux diagonales du graphique présentent deux situations opposées, l'une équilibrée entre citations actives et passives, l'autre déséquilibrée entre citations actives et passives. Les

[675] Alain Degenne, Michel Forsé, *Les réseaux sociaux*, p. 198.

différences sont à chaque fois antithétiques entre le nombre de citations actives et le nombre de citations passives. En haut du graphique, les citations se multiplient à travers le relais multiple et l'amplificateur, en bas, elles restent stables avec le relais simple ou diminuent avec le filtre. Nous allons appliquer ces quatre formes fondamentales de connexion (Forsé, 1991)[676] aux cœurs de graphes des quinze sites web du corpus restreint.

1) La motricité et la dépendance (Forsé) appliquées à la connexité thématique et territoriale

En reprenant la motricité et la dépendance de M. Forsé et les quatre formes fondamentales de connexion, nous allons essayer de comprendre à l'échelle d'un site web, son rôle dans la dynamique du réseau (visualisé sous forme de graphe) auquel il appartient. S'intéresser à la dynamique du web créée par les éditeurs, est une première approche de la gestion de la circulation sur le web.

En observant le cœur de graphe de *rennes.fr*[677], la dynamique de ce site web se situe à l'échelle du territoire de compétence de la mairie de Rennes. Les hyperliens vers des institutions nationales montrent que ces dernières jouent le rôle de filtre à l'échelle d'un « web régional ». Ces institutions nationales disposent de nombreux hyperliens entrants mais ne disposent pas d'hyperliens sortants. Dans le cœur de graphe de *dastum.net*, l'autorité est *culture.gouv.fr*. Dans ce graphe, cet acteur joue le rôle de filtre au niveau des liens sortants car il n'en dispose pas. Au niveau des institutions régionales, tous les conseils généraux des cinq départements sont présents sous le nom de « domaine cg.fr » ou leur nom de « département.fr », par exemple *ille-et-vilaine.fr*. De ce fait, le nom de domaine entre *cg56.fr* et *morbihan.fr* change son rôle dans le graphe entre acteur cité et visité ou acteur citant et voisin. Ces collectivités locales et territoriales, souvent autorités au sein des graphes, c'est-à-dire la couche haute du web régional, n'assurent pas une dynamique dans la distribution des liens. Si on retire l'épicentre, *geobreizh.com*, départ du crawl automatique de profondeur 1 entre les sites web des mairies citées par *geobreizh.com*, le cœur de graphe constitué des sites web des mairies n'est pas connexe. Un site web de tourisme à Lorient et un site web d'horaires des marées des bateaux participent à la connexion de trois acteurs et huit acteurs pour le second dans ce cœur de graphe. Plus qu'un « articulateur » ou un « tertius gaudens », *geobreizh.com* tire son autorité et son prestige non exclusivement par une citation active ou passive mais par une lisibilité et une visibilité accrue en connectant les mairies de Bretagne.

[676] Alain Degenne, Michel Forsé, *Les réseaux sociaux*, p. 199.

[677] Cf. annexes, étape 5 pour l'analyse de chacun des sites web. Tous les graphes présentés ou mentionnés accompagnent la grille d'analyse des sites web. Le lecteur pourra se référer au graphe correspondant en fonction des noms utilisés. Les images de ces graphes étant de mauvaise qualité, l'impression papier ne les rendait pas lisibles.

Les collectivités locales et territoriales sont donc peu connexes entre elles, et si elles distribuent des liens, ce sont des villes vers leur territoire de compétence, ou pour le Conseil régional vers ses compétences avec une sélection d'hyperliens. Elles dupliquent sur le web leur gestion du territoire pourtant elles n'administrent pas le web. Ces institutions demeurent donc dépendantes des citations des autres sites web, sans créer leur propre dynamique sur le web. En transposant les relations hiérarchiques, ces sites web d'institutions deviennent statiques. Le relais simple est le type le moins pertinent pour l'analyse des nœuds et de leur dynamique[678]. Il n'assure aucune dynamique au corpus « web régional » et ne rend pas connexe le site web.

À l'inverse, sur le graphe *bretagne.fr,* le deuxième distributeur de liens (103 hyperliens sortants) est un blog, disponible sur la plateforme blogspot.com, http://energiesdelamer.blogspot.com. Il est édité par un bureau d'études et un cabinet conseil dans la communication scientifique, technique et financière qui est basé à Brest et à Paris. Le blog a pour thématique les « énergies renouvelables de la mer ». Il est directement pointé par *bretagne.fr*. Les hyperliens de ce blog se situent dans une référence thématique et non territoriale[679]. Il joue un rôle d'amplificateur de hub du point de vue du graphe de la Région Bretagne, mais il est centré sur une thématique avec une connexion à l'échelle mondiale sur cette thématique. Le prestige n'exclut pas de jouer un rôle de relais multiples, *i.e.* que les nombreux hyperliens entrants participent au prestige et confère un rôle d'autorité à ce blog mais il assure une dynamique en multipliant les hyperliens sortants. Dans le même sens, la *phonotheque.mmsh.univ-aix.fr* sur le graphe à partir de *dastum.net*, effectue un travail similaire à « Dastum » de base de données sur le patrimoine sonore sur l'aire méditerranéenne et *famdt.com* site web de la « Fédération des associations de musique et danses traditionnelles » disposent de plusieurs liens entrants (prestige) tout en disposant de liens hypertextes sortants. Ces associations ne dupliquent pas leur notoriété acquise hors du web sur le web. Elles ne sont pas uniquement des autorités, elles assurent également une circulation, une dynamique en multipliant les hyperliens sortants.

De ce fait, les dynamiques sont observables, seulement à l'échelle de l'analyse individuelle du rôle d'un nœud ou d'un graphe. Il demeure difficile de dégager des règles de

[678] Par exemple, goueliobreizh.com (deux liens entrants et deux liens sortants) et une déviation avec krampouz.com vers icomme.fr et antourtan.org alors qu'ils ont un lien direct. Le crij-bretagne.fr entre bretagne.fr et ij-bretagne.fr, pole-valorial.fr entre la « Région Bretagne » et l'agence de communication « MBA Multimédia » ; ouest-genopole.org vers gen2bio.fr. Le relais entre tourismebretagne.com et region-bretagne.fr est assuré par www.equibreizh.com, site web du « Conseil Régional du Tourisme équestre en Bretagne » (CRTEB), dans le graphe du CRTB.

[679] Cf. Tableau 29. energiesdelamer.blogspot.com, répartition thématique et territoriale des liens hypertextes, p. 465.

connexité thématique ou territoriale, en raison des variantes entre thématique ou territoriale. Ces différentes formes de nœuds montrent qu'il existe une sélection des liens hypertextes dans la dynamique du web régional et dans le même temps, certains sites web, comme *geobreizh.com*, doivent leur lisibilité et leur visibilité à la place que leur confèrent les sites web des mairies et leur absence de connectivité entre elles. Dans le même temps, un blog sur une thématique précise peut rendre connexe un corpus web régional, voire une collectivité territoriale, à l'échelle mondiale du web, comme http://energiesdelamer.blogspot.com.

Ainsi, nous nous interrogions en étudiant le rapport territoire et réseau si le web pouvait être territorialisé au sens où il serait pris en charge par une instance politique telle que le « Conseil régional de Bretagne » ? Cet acteur aurait-il la capacité d'instituer le web ? Au terme de cette enquête sur les médiations et la dynamique du web, cet acteur ne joue pas ce rôle. Il demeure dans une proximité thématique et territoriale, mais il n'insuffle pas de dynamique dans ce corpus « web régional breton ». Il faudra donc pour essayer de comprendre une structuration du web à partir d'un acteur politique unique sortir du modèle de l'autorité, et de la multiplication des sous-sites web, et des liens réciproques (co-citation).

2) Une thématique connexe du corpus « web régional » : le breton

Rechercher des cohésions de groupe à partir des dynamiques de sites web, en essayant de déterminer qui entre les thématiques ou les territoires créent le plus de motricité ou de dépendance, s'avère complexe à mettre en place. Toutefois, au fil de ces crawls, partiels et à petite échelle, il est envisageable de dégager une thématique connexe : le breton. Nous ferons des interprétations de graphes plus importants sur d'autres critères.

Le parcours du cœur de graphe de *geobreizh.com* présente un domaine connexe qui est le breton[680]. Les institutions sont présentes avec cinq conseils généraux, et dans le cœur de ce sous-graphe les villes de Quimper (29), Vannes (56) et Carhaix (29). Cette présence des acteurs institutionnels s'explique par la force d'attractivité de l'« Agence Bretagne Presse », d'acteurs comme l'« Institut Culturel de Bretagne », ou d'associations qui renvoient vers ces acteurs institutionnels. Les sites web *agencebretagnepresse.com*, *blog.fanch-bd.com* et *diwanbreizh.org* renvoient à un ensemble de références qui font lien entre ces sites web matérialisés par des cercles noirs (1[681] et 2[682]) de la figure suivante. Seuls, *diwanbreizh.org* et *agencebretagnepresse.com* disposent d'un lien réciproque.

[680] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse de geobreizh.com, étape 5.

[681] Cercle 1 : aitabronaoned.free.fr (collectif pour le breton dans les gares, Nantes), diwangastellin.net (association d'enseignement en breton, Châteaulin, 29), diwanet.asambles.free.fr (association pour les anciens élèves de « Diwan », Carhaix, 29), netoos.org (association création sites web, Vannes), mygaelic.com (langue régionale, Ecosse), brezhoneg21.com (dictionnaire de breton-français des sciences et des techniques, association

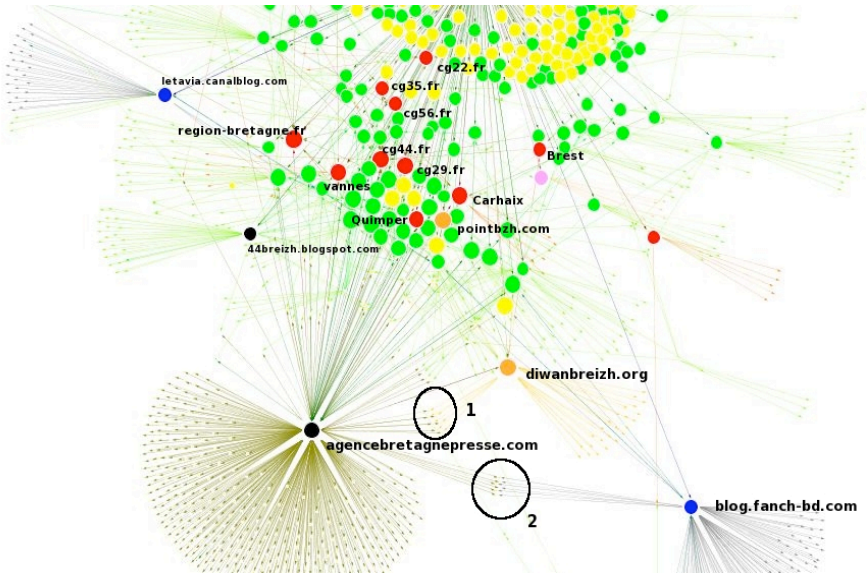


Figure 22. geobreizh.com, le domaine de la langue, le breton dans le coeur de graphe (Navicrawler, mars 09)[683]

Légende couleur

rouge : institution

orange : association

bleu ciel : artiste

jaune : site voisin du site visité lors du parcours

bleu : personnel

vert : site visité lors du parcours

violet : entreprise

Cette présence de la langue se retrouve également avec la configuration des cercles 1 et 2 dans le graphe nommé Trégor, qui a été établi à partir de cinq sites web traitant d'une web TV ou de la langue bretonne (*tv-tregorcom*, de *kaouenn.net*, de *brezhoweb.com*, d'*armortv.fr*, *cg22.fr)*.

Les liens hypertextes dans *brezhoweb.fr* et *kaouenn.net* sont présentés par les bandeaux fournis par les sites web ou leur logotype. Ces deux acteurs, outre le même principe de présentation des hyperliens, ont en commun cinq références web sur la thématique du breton. Le graphe suivant montre que les acteurs peuvent avoir une même thématique pour assurer une circulation sur le web, comme la présence de vidéos que ce soient des web-tv de type

« Kreizenn Ar Geriaouiñ »), ouest.france3.fr, jt.france3.fr (média télévision, Rennes). L'accès direct des dictionnaires sur d'autres sites web : brezhoneg21.com est accessible depuis une page web de agencebretagnepresse.com, URL < www.agencebretagnepresse.com/skiantou.php >

682 Cercle 2 : *editionsptitlouis.fr* (édition, Rennes), *lcr35.org* (NPA, Nouveau parti anticapitaliste, rennes, nouveau nom de domaine : *anticapitaliste-35.org*), *keit-vimp-bev.info* (association édition en breton à Laz, département 29), *cnt-f.org* (« syndicat anarchosyndicaliste et syndicaliste révolutionnaire », Rennes), *graffs.brestois.free.fr* (site web d'initiative personnelle sur les graffs, à Brest, 29), *rennes-info.org (*« espace de diffusion » en ligne, Rennes).

683 La version en couleur du graphe est disponible sur l'annexe DVD, grille d'analyse corpus restreint > geobreizh.doc.

chaîne sur internet ou d'émissions d'associations sous forme de reportage sur le territoire concerné, ou une plateforme de vidéos mises en ligne par les internautes et consultables en streaming. Toutefois ils ne sont pas connexes.

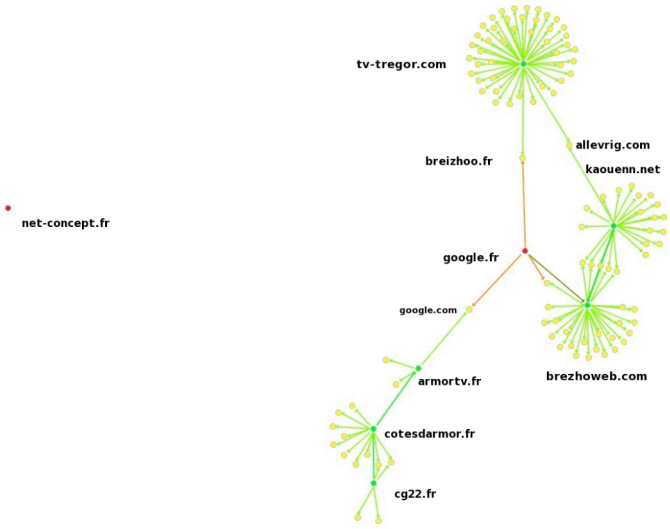


Figure 23.brezhoweb.com, graphe complet des liens hypertextes (Navicrawler, mars 09)

Dans ce graphe, deux sous-groupes s'opposent entre le modèle associatif et le modèle institutionnel connectés par des annuaires ou moteurs de recherche. La proximité la plus marquée est celle de la thématique de la langue, du breton, entre deux sites web, l'un édité par une association, l'autre par une entreprise. Le premier site web est une plateforme dont les contenus proviennent des internautes *Kaouenn.net*, le second propose une émission sur la culture et la langue bretonnes, des jeux en ligne et une série web-télévisée en breton, *brezhoweb.com*. Ces deux sites web ne transposent pas une autorité du territoire sur le web, ils créent leur dynamique en fonction de l'outil sur le web. Ils assurent une circulation de contenus territorialisés, puisqu'émis en breton. Leur échange de liens hypertextes rend connexe dans le même temps d'autres acteurs du breton présents sur le web. La mise en ligne de contenus à une échelle individuelle de sites web, l'échange de liens ou une thématique commune paraissent rendre visible ce domaine du breton.

3) La diaspora : visibilité et lisibilité de la Bretagne à l'Ecosse

Nous allons nous intéresser à une autre thématique, qui est la diaspora, à partir d'un site web qui se définit comme le « serveur de la diaspora bretonne. »

Dans le graphe, *antourtan.org*[684] se place proche du cœur avec 23 liens hypertextes directs vers notamment des sites web de collectivités territoriales ayant une proximité géographique ou de projet (Conseil général du Finistère, Mairie de Quimper, CCI de Quimper) ou partenaire (Conseil régional de Bretagne). Les institutions montrent le Conseil

[684] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web antourtan.org.

général du Finistère, www.cg29.fr, et le Conseil régional de Bretagne, www.region-bretagne.fr, comme relativement proches et, à l'opposé du cœur du graphe, la mairie de Quimper et le service de transport en commun de Quimper Communauté, www.qub.fr. Les autres liens hypertextes d'*antourtan.org* vont vers les partenaires (entreprises) présentes dans le cœur de graphe comme son partenaire « I comme », des festivals bretons, des artistes et des bagadoù situés dans l'arborescence externe.

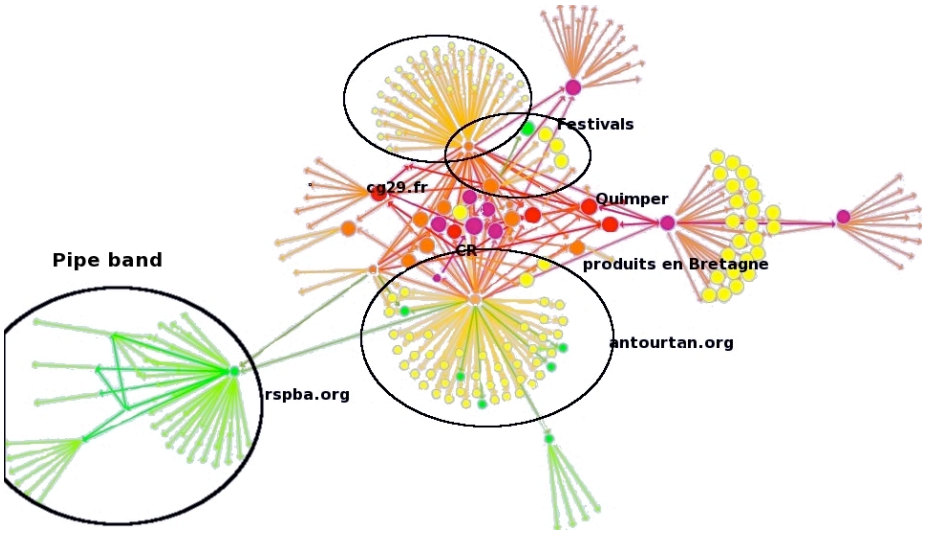


Figure 24. antourtan.org, coeur de graphe avec score d'autorité (Navicrawler, décembre 08)[685]

Légende couleur

rouge : institution	orange : association
bleu ciel : artiste	jaune : site voisin du site visité lors du parcours
bleu : personnel	vert : site visité lors du parcours
violet : entreprise	

Le sous-réseau « Festivals » est assuré via www.festival-cornouaille.com qui dispose de 64 liens hypertextes vers d'autres festivals bretons et des partenaires et des institutions identiques aux liens hypertextes d'*antourtan.org*. À partir de ce festival, le milieu culturel breton apparaît avec des acteurs déjà mentionnés tels que « BAS 29», « Dastum », « l'Office de la langue bretonne », « l'Institut culturel de Bretagne », « tamm-kreiz.com », « goueliobreizh.com ». Les catégories de ces liens hypertextes que nous définissons sont donc la musique traditionnelle, le breton (langue), l'édition, les arts et le tourisme. Le second festival présent est www.semaines-musicales-quimper.org qui dispose de quinze hyperliens identiques pour les institutions et qui mentionne les deux quotidiens de Bretagne (*Ouest-France* et *Le Télégramme*). Ces deux sites web de festivals se déroulent à Quimper et sont réalisés par « An tour tan ».

[685] La version en couleur du graphe est disponible sur l'annexe DVD, grille d'analyse corpus restreint > antourtan.doc.

Ces exemples montrent que l'objectif affiché par *antourtan.org* d'être le « serveur de la diaspora bretonne », ne se retrouve pas dans la distribution des liens hypertextes sortants. Il est cité par la diaspora sur d'autres graphes sans la citer dans ces liens hypertextes sur ce graphe. En effet, *antourtan.org* dispose sur ce graphe de nombreux liens sortants vers des bagadoù (ensembles de musique), des cercles celtiques (ensembles de danses) et des artistes de Bretagne. Pourtant *antourtan.org* renvoie à une diaspora, mais la diaspora écossaise. L'un des liens d'*antourtan.org* dirige vers www.bagadoo.tm.fr, qui est « le serveur Bagadoo, inauguré en 1995 par Jacques Chirac à la Mairie de Quimper, (qui) est en France un des premiers serveurs territoriaux sur l'Internet. » « An Tour Tan » assure la mise à jour du « serveur » depuis 2003. Ce « serveur » avec ses quatorze liens hypertextes fait le pont avec l'Écosse et les « pipe bands » par l'intermédiaire de www.rspba.org. Comme en Bretagne, l'association « Bodadeg ar sonerien » réunit les bagadoù. « The Royal Scottish Pipe Band Association », *www.rspba.org*, réunit des « pipe bands » du monde entier et compte parmi ses quarante liens sortants, ses membres, un festival *cowalgathering.co.uk*. Ce festival propose six liens dont un festival et une web TV écossaise, une agence de communication *scotiawebdesign.co.uk* qui renvoie vers des sites web de « pipe band » et le site web de la « BBC », *www.bbc.co.uk*. Ce sous-groupe est présenté sur le graphe par un cercle « Pipe Band »[686].

En résumé, il y a un lien réciproque ou des chemins de citation courts qui créent des connexions entre des festivals, des associations fédératrices à travers le monde, des artistes, des entreprises, rendant ce sous-groupe cohésif, selon la définition de Lazega[687]. Ils peuvent définir un agrégat, selon la définition de Ghitalla[688], puisque la thématique est vraiment identique et l'a-proximité géographique, mondiale. En ce sens, dans la proximité sociale, le territoire est une référence, donc si l'individu se situe à l'extérieur, le territoire devient une base commune pour les relations[689]. Les diasporas, selon J-M. Offner et Denise Pumain, font partie des nouvelles tendances d'analyse du lien social entre leur inscription territoriale et leur organisation en réseaux, de « *nouvelles modalités matérielles de construire le lien social en même temps qu'une territorialité dans des espaces-temps transformés* »[690]. De plus, les

[686] Les liens réciproques présentent le rspba.org (association de « pipe band ») lié au scotiawebdesign.co.uk (agence de communication). Ce sous-graphe peut-être qualifié de sous-groupe cohésif car les nœuds se citent entre eux, ainsi les agences de communication pointent les web-tv, et aussi les fabricants de kilts (costumes folkloriques écossais) comme dalgashkilts.co.uk.

[687] Emmanuel Lazega, *Réseaux sociaux et structures relationnelles*, p. 52.

[688] Franck Ghitalla, Mathieu Jacomy, Méthodologies d'analyse de corpus en Sciences Humaines à l'aide du Navicrawler, [en ligne], Rapport final août 2007, p. 4.

[689] Jean-Marc Offner, Denis Pumain, (sous la dir.), *Réseaux et territoires*, Paris, Éditions de l'Aube 1996, p. 158.

[690] Jean-Marc Offner, Denis Pumain, (sous la dir.), *op. cit.*, p. 151.

diasporas sont un « réseau spatio-temporel », « *en expansion territoriale puisqu'elles agrègent lieux de mémoire et lieux de présence* »[691]. L'efficacité des diasporas traditionnelles repose donc sur la dispersion et l'articulation entre les membres où la « communauté d'origine » demeure une composante de ce réseau de relation, selon les deux auteurs. Mais entre la thématique annoncée, les contenus mis en ligne et le graphe obtenu, la cohésion paraît difficile à cerner. Comme nous l'avons vu en partant de la diaspora bretonne, *antourtan.org* entraîne vers la diaspora écossaise en faisant l'articulateur entre le domaine des « bagadoù » de Bretagne et les « Pipe Bands », d'Écosse et du monde entier. La question que soulève cette observation de graphes est : pouvons-nous dépasser le stade de la dyade ou de la triade sans sur-interpréter les relations visibles à l'œil ? Parle-t-on alors véritablement de communauté, même imaginée ?

4) Complexité des stratégies

La dynamique des réseaux ne peut pas être exhaustive sur les stratégies d'échanges d'hyperliens entre les acteurs. Ce dernier point se veut être une synthèse de ce chapitre sur la morphologie et la dynamique du corpus « web régional breton » à partir des pratiques des acteurs. En évacuant la question du classement dans les moteurs de recherche, nous pouvons définir quelques motricités types de ce procédé de nomination, identification d'attachement territorial et de mise en relation qu'est l'hyperlien.

1. L'échange de liens : Sur le site web *geobreizh.com*, le webmaster a constitué une base de données de 1500 communes. Dans la base de données, et dans la fiche de présentation sur le site web, chaque commune a son lien hypertexte, si elle dispose d'un nom de domaine. Après avoir constitué cette base de données, Mikael Bodlore-Penlaez, le webmaster, compte dorénavant sur l'échange d'hyperliens. « […] Au départ j'ai sélectionné des sites qui me paraissaient intéressants. Et maintenant pour ceux qui souhaitent rajouter leur lien dans le site, c'est eux qui le font directement. Et ensuite je valide, c'est-à-dire que je corrige éventuellement les fautes de frappe, les choses comme ça. Et, je valide. Donc la personne, - c'est fait d'une manière simplissime -, donne le nom du site, l'URL, son mail. Et moi je corrige et je valide. Cela rentre dans une catégorie dans le site. Et moi, je lui envoie un email « votre site est référencé dans Geobreizh, veuillez en faire de même dans le vôtre ». Cela est fait de manière simple. Le but est d'optimiser, de faire des choses simples. [692]» Le principe est donc « je te cite, tu me cites ». La question de la référence thématique ou territoriale du lien hypertexte vient de la sélection du webmaster, qui ensuite propose avec le site web cité

[691] Jean-Marc Offner, Denis Pumain, (sous la dir.), *op. cit.*, p. 163.

[692] Cf. AnnexesDVD. Entretien avec Mikael Bodlore-Penlaez, webmaster de geobreizh.com, le 22 avril 2008.

d'échanger un lien hypertexte. Ce principe appliqué à une base de données de mille cinq cent communes assure une certaine visibilité à *geobreizh.com*, qui est moins le prestige que la recherche active de prestige.

2. Le partenariat : Le partenariat ou mécénat permet également de disposer d'un lien hypertexte sur un site web, procédé présent sur le site web *antourtan.org* et autour de son événement cyberfestnoz. Dans le même sens, l'invité (artiste, association…), qui accepte d'être le sujet d'un reportage audio ou vidéo sur le web, voit son adresse URL associée à sa présentation sur le site web. Mais la présence visuelle du logotype ne signifie pas obligatoirement en retour un hyperlien entrant.

3. La Nomination : Le procédé de nomination au sein du web est une stratégie pour augmenter sa visibilité. Démultiplier les noms de domaine pourrait sembler accroître la visibilité sur le web mais il semble que l'effet escompté ne soit pas repérable visiblement sur les graphes. En revanche, la publicité assurée par la mise en service d'un nouveau site web, comme pour *bretagne.fr* est un procédé utile.

4. Les sous-sites web : En multipliant les sites web et leurs sous-sites, les entreprises ou institutions accroissent leur présence sur le web. Spécialiser le contenu selon le site web permet de distinguer par exemple, une filiale, d'une marque, d'un métier.

5. Le contenu : La place de plus en plus prédominante de l' « Agence Bretagne Presse » dans les graphes, entre les premiers parcours de 2006 (quasi inexistante) et les derniers parcours du web en 2009, montre que les contenus, la mise en place d'une plateforme de partage de contenu (disponible sur *facebook* et *twitter*) à vocation régionale prennent leur place dans un web régional. Le site web *agencebretagnepresse.com* est le site web d'actualité lancé par une personne, Philippe Argouarch qui présente aujourd'hui des articles d'acteurs bretons (politiques, institutionnels, associatifs, ou autre etc.) en breton ou en français, parfois en anglais ou en gallo. Ce site web propose sur la page des accréditations 559 liens, majoritairement des acteurs bretons.

6 . Le refus, les limites, la hiérarchisation : Refuser les hyperliens ou en restreindre le mode de citation débouche pour des acteurs sur une mise en périphérie d'un graphe de web régional. Cependant, il faut envisager la possibilité que cet acteur préfère être présent sur un web national ou international et non régional. Comme nous l'énoncions, il existe également un principe des restrictions sur le renvoi vers son adresse URL effectué par d'autres sites web.

Ainsi, les pratiques des acteurs sur le web forment un ensemble de médiations, de relations qui tissent des formes d'attachement entre le web et la Bretagne, entendue comme territoire. Nous avons montré que ce territoire n'est pas projeté sur le web. Nous avons

également montré à travers cette première partie d'enquête qu'une institution comme le « Conseil régional de Bretagne » ne prenait pas en charge la territorialisation du web. Il existe d'autres intervenants qui participent à cette territorialisation. Ainsi, les annuaires et moteurs de recherche participent à l'orientation au sein de ce web. Plus largement, les éditeurs sont producteurs de formes d'attachement entre le web et le territoire. Or, la première méthode que nous avions développée au sujet de l'attachement territorial était de s'intéresser aux signes. Ces signes présents sur les sites web qui attachent à un territoire et qui ont en même temps la capacité de circuler, nous les avons nommés signes transposables. Alors que nos tentatives de définition de proximité territoiriale ou thématique, ou de connexité territoriale ou thématique au sein du web apparaissent peu concluantes, ne vaudrait-il pas mieux associer connexité et signes transposables ? En ce sens, cette analyse de la morphologie et de la dynamique du web était une introduction. Finalement, les graphes des liens hypertextes formalisent les relations entre les sites web, sans que nous puissions déterminer toutes les stratégies des éditeurs. Nous essayerons donc d'associer ces relations avec l'attachement territorial à partir des signes présents sur les sites web. Cette méthode servira ensuite à associer une observation de graphes avec les signes transposables du territoire au web et qui circulent sur le web. En ce sens, après les cinq médiations, nous essayerons de comprendre la connexion entre les acteurs de ce corpus « web régional ».

Les cinq médiations présentées participent à la nomination et à l'identification des acteurs sur le web. Certaines de ces médiations remplissent des fonctions plus précises dans le rapport entre le web et le territoire que sont la visualisation, l'attachement territorial et la mise en relation. Dans la mise en relation, la question est également celle des affinités. Selon Gabriel Dupuy, les « affinités » sont impossibles à quantifier ; pourtant les sites web travaillent auprès des moteurs de recherche, font de la publicité dans la presse. Au niveau de la géographie, les affinités sont en relation avec la proximité.

« […] *Les affinités les plus fortes existent dans des communautés humaines qui vivent ou ont vécu sur le même espace. La proximité spatiale est corrélée à des relations familiales, amicales, à des communautés ethniques, linguistiques, religieuses. Il faut entendre ici proximité dans un sens assez large, d'autant plus que le coût des communications par Internet dépend encore moins de la distance que celui du téléphone qui en dépend lui-même beaucoup moins que celui du transport. Cela dit, les échelles traditionnelles du pays, de la ville, de la région, de la nation, qui expriment ces proximités prennent ici tout leur sens. Bien entendu cela n'exclut pas les affinités conservées après les migrations, par exemple par la*

diaspora chinoise, ou dans des zones transfrontalières (États-Unis/Mexique).[693]» Selon Gabriel Dupuy, dans les logiques économiques, il existe d'autres types d'affinités, par exemple dans la fréquentation de forums. « *Néanmoins, si l'on entend le terme de proximité dans un sens assez englobant, compte tenu de ce qui précède, les espaces géographiques jouent comme un substrat en faveur des effets de club sur Internet.*[694] »

Nos signes transposables permettent de rendre compte de ce substrat. Ainsi, du « réseau-territoire » et de la géographie d'un réseau, nous questionnons la visibilité que s'assurent certains acteurs à partir de ce substrat territorial.

Mais, cette analyse des médiations semble laisser les acteurs dans la juxtaposition. Pour évoquer notre problématique, nous avions défini la composition comme simple juxtaposition, toutefois l'agrégat défini comme « Qui se ressemble se connecte »[695], par Mathieu Jacomy et F. Ghitalla, dépasse la simple juxtaposition. Au fur et à mesure du travail d'interprétation et d'analyse des graphes, nous nous interrogerons sur la séparation ou non entre le territoire et le web. Les agrégats entre les sites web ne sont-ils que des agrégats thématiques et hors du territoire, ou la connexité au sein du web se réfère-t-elle uniquement à un attachement territorial ?

De ce fait, dans la dernière partie de cette thèse, nous couplerons l'analyse des signes transposables aux dynamiques, aux connexions de ce corpus « web régional ». En conséquence, après avoir présenté la construction, les limites, l'absence d'exhaustivité de ce corpus, la question de la méthode pour analyser la morphologie et la dynamique des sites web rencontre la méthode pour décrire et analyser les contenus des sites web, afin de dépasser la qualification d'une imagerie bretonne sur le web. En effet, l'imagerie est l'absence de structuration des éléments. Si cette deuxième partie démontre que web et territoire ne sont pas totalement détachés, que certaines pratiques des acteurs qui participent à la relation entre web et territoire sont communes, le stade de la structuration n'est pas atteint. Néanmoins, est-ce vraiment par la structuration ou l'institutionnalisation du web par l'acteur politique que l'attachement territorial de cet outil web ou internet peut exister ou se réaliser ? En associant attachement territorial et liens hypertextes entre sites web cette structuration ou cette institutionnalisation apparaîtra devoir être de moins en moins statique. Le changement de paradigme se situe peut-être dans ce changement de posture entre statisme/institution, et mobilité/circulation. En ce sens, nous nous intéresserons dans un premier temps aux signes

[693] Gabriel Dupuy, *Internet, géographie d'un réseau*, Paris, Ellipses, 2002, p. 73.

[694] Gabriel Dupuy, *op. cit.*, p. 73.

[695] Franck Ghitalla, Mathieu Jacomy, Méthodologies d'analyse de corpus en Sciences Humaines à l'aide du Navicrawler, [en ligne], Rapport final août 2007, p. 4.

transposables, à leur rencontre avec le web. Comment cette rencontre affecte-t-elle leur signification ? Nous verrons que le web n'est pas uniquement un outil de communication, mais qu'il peut avoir les propriétés d'un média et d'une mémoire. Puis, à partir de la présence de sites web ayant des signes transposables ou non dans le corpus « web régional », nous déterminerons une typologie de site web. Enfin, dans le triptyque, réseau-territoire-acteur, nous essayerons de comprendre la dynamique des acteurs autour du projet .bzh et leur structuration.

Partie III.

Des dynamiques du corpus « web régional breton » à une institutionnalisation du web ?

Dans la partie précédente, nous avons questionné la capacité des pratiques des acteurs sur le web à territorialiser le web. Nous avons identifié en ce sens, cinq médiations :

- les moteurs et annuaires de recherche pour leur rôle d'orientation,
- les professionnels et éditeurs comme producteurs de conventions,
- les adresses URL pour leur attachement territorial,
- les cartes pour leur attachement territorial,
- les liens hypertextes pour leur sélection.

Les médiations définies par Bruno Latour sont utilisées afin de qualifier les pratiques sociales, non dans un lieu donné comme dans la définition de territorialisation de Denise Pumain[696]. Cette territorialisation se déroule dans une multiplicité de sites web, et les processus de territorialisation (échanges) reposent sur des liaisons hypertextuelles, ou ce que nous avons nommées des liens hypersites. Si la territorialisation ne se déroule plus dans un lieu donné, nous avions repris comme la définition de « réseau-territoire » de Gabriel Dupuy[697] : une relation choisie et de voisinage assurée par le réseau. La question était selon nous sur le web : est-ce une sélection territoriale ou thématique ? La réponse est que la Bretagne dans sa dimension territoriale et thématique devient le fil de liaison, elle est un actant fédérateur territorialement et thématiquement. Nous nous sommes intéressés à des signes, que nous qualifions de transposables. Nous avons précisé les signes dans les cinq médiations qui permettent la territorialisation, par exemple le nom de lieu, la langue, les signes iconiques attachés territorialement. Nous allons nous décrire plus précisément ces signes en vue de comprendre plus précisément comment agit ou est utilisée la Bretagne comme agrégat territorial et thématique sur le web. Ou comment les signes attachés territorialement circulent sur le web ? Car nous devons encore questionner cette hypothèse d'entités circulantes et attachantes que sont les signes transposables.

En ce sens, le chapitre 1 qualifiera ces signes en fonction de leurs propriétés attachantes et le chapitre 2, qualifiera ces signes en fonction de leurs propriétés circulantes. À partir de ces deux chapitres, nous pourrons essayer de définir en quoi une doxa, voire une adhésion collective à une fiction et un style ont la possibilité de se mettre en place sur le web.

Ensuite trois questions viendront redéfinir l'adhésion à une « fiction instituante » sur le web :

- Que fait le web ?

[696] Offner, Jean-Marc, Pumain, Denise (sous la dir.), Réseaux et territoires, Paris, Éditions de l'Aube, 1996, p. 179.

[697] Gabriel Dupuy, L'urbanisme des réseaux, Paris, Armand Colin Éditeur, 1991, pp. 49-50.

Le web amplifie l'utilisation du web comme média en breton et du web comme mémoire. Les signes mis en scène par les acteurs subissent également un changement en raison du support. Ainsi, la transmission de la mémoire à partir du patrimoine oral n'est plus exactement identique à des archives sonores numérisées. Dans le cadre des cinq médiations, nous nous intéressions aux intervenants entre territoire et web. Maintenant, il s'agit de comprendre ce que fait le web aux signes transposables, c'est-à-dire aux signes qui sont attachés à un territoire et qui circulent sur le web. Il faut imaginer ces signes comme des « input » qui viennent du territoire, sur lesquels le web fait quelque chose avant qu'ils ne ressortent en « output » sur le web ou dans le territoire.

- Que fait un site web ?

L'analyse bute sur l'absence de structuration, sur la juxtaposition des signes, des acteurs qui ne devient ni réseau sémantique, ni réseau sémiotique, ni réseau social. Pourtant, en s'intéressant à la signification, ces signes ont une histoire, mais ils sont mis en scène différemment sur le web. Ou plus précisément, le web, autre support de ces signes, offre une multitude de significations possibles et un espace où elles se juxtaposent. Le web a cette capacité d'amplifier, de créer la prolifération, d'assurer la circulation. Pourtant, les sites web y participent tous différemment. Ainsi, nous avons établi quatre types de relations entre web et territoire en fonction du nombre de signes transposables et du nombre de liens hypertextes d'un site web.

- Que fait un signe transposable ?

Cette situation est plus complexe. Un signe « BZH » doit créer une « communauté imaginée bretonne » sur le web, auxquels différents acteurs doivent adhérer sur divers plans, notamment symboliques et économiques. Dans la prolifération et la circulation, le web et le signe doivent se rencontrer. Mais le web a ses règles, notamment en tant qu'espace de nommage à une échelle mondiale. Or, ces règles du web peuvent-elles être transposées à une échelle locale ? Ces différentes échelles, et les différentes communautés associées s'entremêlent pour définir une « communauté bretonne » sur le web.

Ainsi, la fiction instituante initiée par l'acteur politique doit dépasser la juxtaposition et la prolifération des signes et des acteurs. Le « Conseil Régional de Bretagne » doit assurer la création d'une fiction et son adhésion. Mais, une structuration du web est-elle réalisable, ou convient-il de trouver un autre modèle ? L'institutionnalisation du web comme une territoire « physique » est-elle pertinente ? Pourtant cette institutionnalisation est la base du pouvoir et de la légitimité de l'acteur politique.

1 - Chapitre 1 –

Traitement et classification des signes présents sur le « web régional breton »

En proposant de définir, dans la première partie, les « contenus territorialisés » dans le sens de contenus attachés à un territoire « physique », nous avons pris en compte, au fur et à mesure de l'analyse, des signes transposables qui ont à la fois la capacité d'être attachés et de circuler sur le web. Pour un signe transposable, l'attachement territoriale et la circulation font sa valeur autant au sein du web que du territoire et dans l'aller et retour entre web et territoire. Mais l'attachement territorial n'est pas la première « fonction » d'un site web. Cet attachement au territoire est diffus, pris dans d'autres contenus, dans divers contextes d'énonciation sur le site web. Dans notre corpus « web régional breton », le site web sert premièrement à présenter un événement, par exemple un festival, un événement culturel ou sportif (280 références web), puis à présenter l'éditeur du site web (175 références) et enfin, à présenter les activités de l'éditeur (149 références). Afin de définir les signes transposables, nous avions présenté un premier inventaire de signes. Mais en les inventoriant, nous restons dans la juxtaposition, *i.e.* que ces signes définissent une imagerie bretonne sur le web. Nous tenterons de définir l'attachement territorial de ces signes afin de dépasser cette imagerie. Ces signes auraient-ils la capacité d'unifier sous un seul registre, de « symboliser » selon la définition de Lucien Sfez[698] ?

1 - 1 - De l'inventaire des signes à la signification

Pour passer de l'inventaire à la signification, nous avons mis en place un lexique, un vocabulaire, c'est-à-dire un répertoire de description. Au préalable, nous allons nous inspirer du répertoire de description, d'Anne-Marie Thiesse au sujet des identités nationales, « la liste des éléments symboliques et matériels[699] », indispensables à une nation :

1. les grands ancêtres identifiés, des héros,
2. l'histoire nationale écrite et illustrée,
3. la langue nationale fixée,
4. des paysages nationaux décrits et peints,

[698] Lucien Sfez, *Technique et idéologie*, Paris, Éditions du Seuil, 2002, p. 265.

[699] Anne-Marie Thiesse, *La création des identités nationales*, Paris, Éditions du Seuil, 1999, p. 14. « *On sait bien aujourd'hui établir la liste des éléments symboliques et matériels que doit présenter une nation digne de ce nom : une histoire établissant la continuité avec les grands ancêtres, une série de héros paragons des vertus nationales, une langue, des monuments culturels, un folklore, des hauts lieux et un paysage typique, une mentalité particulière, des représentations officielles – hymne et drapeau – et des identifications pittoresques – costumes, spécialités culinaires ou animal emblématique.* »

5. les monuments culturels,
6. un folklore muséographié,
7. des musiques nationales composées,
8. un hymne,
9. un drapeau,
10. des costumes,
11. la gastronomie,
12. un animal,
13. une mentalité, un trait de caractère.

Anne-Marie Thiesse souligne la mise en place d'une collecte des traditions rurales à partir du XVIIIe siècle par une poignée d'individus. Au XXIe siècle, nous prétendons que la même collecte s'effectue sur le web et correspond à ce que les acteurs mettent en scène sur les sites web. Dans le corpus « web régional breton » (2006-2010), nous avons relevé des signes correspondant à cette liste identitaire (lorsqu'aucun signe ne nous paraissait correspondre nous avons éliminé l'élément):

1. la langue nationale fixée : une langue de logiciels et de contenus, le breton
2. des paysages nationaux décrits et peints : des mises en sons et en images
3. un folklore muséographié : un patrimoine immatériel numérisé
4. des musiques nationales composées : un patrimoine immatériel numérisé
5. un hymne : MP3 Artistes
6. un drapeau : Gwenn-ha-du
7. des costumes : une forme aux contours identifiables (la coiffe du pays bigouden)
8. la gastronomie : la crêpe, « star bretonne » selon le CRTB
9. un animal : l'hermine
10. une unité ou une marque territoriale : .bzh.

À l'aide de l'échelle de l'attachement territorial, nous avions montré que le signe n'a pas une signification unique sur le web car cette signification n'est pas encore verrouillée. Selon nous, les pratiques, la multiplicité des usages du signe et la mise en scène expliquent cette situation. Il ne s'agit pas d'une cérémonie de levée de drapeau, qui a ses règles, mais de signes parfois « bricolés », mixés. Le contexte est quelque peu différent pour les signes des sites web. Ces sites web pourraient être banalisés, un site web d'une commune bretonne équivalant au site web d'une autre commune de France. Toutefois, il existe des signes, des signes qui attachent au territoire. « *C'est cependant la technicisation de monde social en son entier, jusque dans les pratiques les plus quotidiennes, qui fait du signe un médiateur indispensable.* [700]» Selon nous, le signe devient un médiateur entre le territoire et le web, entre un temps long de construction d'un territoire et le temps de l'immédiateté du web. En ce sens, il faut accepter de dépasser l'ordre, selon la distinction faite par Eliséo Véron, entre un ordre symbolique du politique, un ordre iconique des médias et l'ordre indiciel médiatisé ou de

[700] Georges Balandier, *Le grand dérangement*, Paris, PUF, 2005, p. 79.

contact qu'était la télévision[701]. L'ordre symbolique gérait sur le long terme la construction des collectifs identitaires à travers les lois, les médias géraient la construction des collectifs dans le court terme en s'associant au quotidien et à la consommation, et entre les deux opérait l'information médiatisée[702]. Or, dans cette proposition, seulement deux acteurs sont présents, le politique et les médias. Avec le web, selon Dominique Boullier, « […] *la numérisation permet de mettre potentiellement en équivalence les avis des représentants comme des représentés* […] », *i.e.* des politiques et des citoyens[703]. Dans cette recherche de la signification, tous les acteurs sont équivalents, mais il convient de comprendre les divers degrés d'attachement territorial des signes présents sur les sites web.

Nous allons présenter « la liste des éléments symboliques et matériels » de l'attachement territorial sur le web à partir d'exemples pris dans le corpus « web régional ». En effet, certains signes n'apparaissent pas comme des conventions sur les sites web pour attacher territorialement. Par exemple, les grands ancêtres et l'histoire unique (hors encyclopédie en ligne *Wikipédia* et le site web du « Conseil Régional de Bretagne », *bretagne.fr)* sont absents dans le corpus, de même que le trait de caractère, ou la mentalité sont difficiles à généraliser. Certains éléments moins sujets à controverses. La gastronomie se lie au tourisme en Bretagne puisque le « Comité Régional du Tourisme en Bretagne » nous indique que la crêpe est la /star bretonne/. Nous avons ajouté une marque, ou une unité bretonne reprise de cette graphie et ce projet de nom de domaine sur le web en .bzh. En résumé, il est possible de trouver un exemple pour chacun de ces thèmes de la liste identitaire sur le corpus « web régional », mais il est impossible de montrer de véritables et de vérifiables régularités avec les outils méthodologiques employés. Prenons l'exemple de la difficulté d'analyser les costumes pour vérifier s'ils sont véritablement des signes transposables et à quelles conditions.

Les costumes sont présents, le folklore avec par exemple des photographies de danseurs de cercles celtiques, ou un site web consacré aux coiffes bretonnes. Ces coiffes se retrouvent également dans des logotypes de marques, sur *alaisebreizh.com,* les publicités de marque agroalimentaire. La coiffe la plus répandue dans ce corpus « web régional » est la coiffe du pays bigouden, dont la forme tubulaire est aisément perceptible et reproductible sur une interface web, sachant qu'elle peut atteindre les 33 centimètres en réalité. La texture de type

[701] Eliséo Véron, Médiatisation du politique : stratégies, acteurs et constructions des collectifs, in Arnaud Mercier, *La communication politique*, Paris, Hermès, 2008, p. 72.

[702] Eliséo Véron, Médiatisation du politique : stratégies, acteurs et constructions des collectifs, in Arnaud Mercier, *La communication politique*, Paris, Hermès, 2008, p. 76.

[703] Dominique Boullier, La nouvelle matérialité de l'espace public : les dispositifs de la Netpolitique, in Arnaud Mercier, *La communication politique*, Paris, Hermès, 2008, p.84.

tulle ou broderie laisse place à un tube noir hachuré à la texture lisse posé sur la tête, un graphisme épuré sur une interface web.

Figure 25. Captures d'écran de la page de présentation des personnages avec coiffe du pays bigouden présents sur tipiak.fr (à gauche) ou logotype alaisebreizh.com, (à droite).

La mobilisation de ces signes sur un média est-elle un retour nostalgique au romantisme ? Comme le souligne Anne-Marie Thiesse à propos de la matière bretonne ou celtique le critère était l'ancienneté, le retour aux origines, la construction à partir de fragments[704]. Pierre Hélias qualifie de « naïfs celtomanes » les personnes qui ont collecté les costumes au XIXe siècle, et qui « *n'ont voulu y reconnaître que la pure image inaltérable de la « gallia braccata » et du capulet de la Duchesse Anne.* [705]» et n'ont pas voulu reconnaître leur modernisation en cours. Selon des enquêtes de la fin du XIXe et du début du XXe, l'histoire est approximativement reconstituée, avec un avènement entre le début du second empire et la Troisième République[706]. Leur usage aujourd'hui est celui des groupes de danses, parfois des broderies dans l'habillement de haute couture. Dès 1969, Pierre Hélias soulignait : *« Déjà, il nous semble avoir reconnu, dans certains journaux, des formes, des harmonies de couleurs et des motifs de broderie qui nous sont familiers.* [707]» Dans notre corpus « web régional », la coiffe du pays bigouden semble devenir principalement une forme. Comme nous l'avons souligné au niveau de la forme de la péninsule bretonne, des contours identifiables de la Bretagne sur une carte, la coiffe du pays bigouden devient gestalt, comme la carte avec les contours de la péninsule bretonne. Cette coiffe devient un élément graphique d'une interface web, d'une marque, d'un attachement des contenus sur le web à un territoire

[704] Anne-Marie Thiesse, *La création des identités nationales*, Paris, Éditions du Seuil, 1999, p. 21.

[705] Pierre Hélias, *Costumes de Bretagne*, Châteaulin, Éditions d'Art, Jos Le Doaré, 1969, p.2.

[706] Pierre Hélias, *op. cit.*, p.4.

[707] Pierre Hélias, *op. cit.*, p. 36.

qu'est la Bretagne. Toutefois le critère d'ancienneté, de l'origine ne transparaît plus dans l'attachement territorial en 2010 sur le web. Le critère est alors celui d'un passé convoqué et mélangé avec des éléments graphiques du début de XXIe siècle, comme avec la marque *alaisebreizh*. Cet exemple de la coiffe du pays bigouden montre que ces signes ont déjà été utilisés sur les médias de masse mais dans ce cas nous étions, comme pour la marque « Tipiak », dans une logique de diffusion et non de circulation des contenus. Et, à ces signes, d'autres signes n'entrant pas dans une logique de diffusion sur les médias, trouvent sur le web un espace de circulation. Comme le paysage fut inventé avec la perspective, selon Anne Cauquelin, le territoire en ligne pourrait se construire dans la circulation. « *Ainsi le pays bigouden est une illustration parfaite, presque idéale, de la construction d'un territoire, qui doit beaucoup à l'histoire et à la géographie, bien entendu, et qui doit tant aux discours. […] étrange alchimie, pour un pays aux limites incertaines, récemment dénommé et sans réelle réalité administrative […]* [708]» En somme, sans existence administrative véritable, il finit par faire sens, ou du moins des signes iconiques attachés à ce pays Bigouden, finissent par assurer la médiation entre le territoire « physique » de toute la Bretagne et le web, outil initialement présenté comme a-temporel et, ou a-territorial. Ainsi, le pays biguden a une réputation comme territoire. Le signe (coiffe) associée à ce territoire vaut pour toute la Bretagne. Au final, ce signe circule sur le web. Dans ce cas précis, nous avons montré dans ce corpus « web régional » que l'entreprise qui propose ces signes iconiques, voit revenir sur son site web des signes iconiques hors de sa marque mais attachés territorialement à la Bretagne (le Gwenn-ha-du par exemple). En ce sens, les acteurs qui font notre corpus « web régional » sont les éditeurs de sites web et les internautes qui consultent et qui contribuent aux contenus mis en ligne.

Le deuxième exemple, après le costume, est le folklore muséographié qui devient un patrimoine immatériel numérisé. Nous avons considéré que les musiques nationales composées constituent également du patrimoine immatériel numérisé, tels qu'un hymne. Un sport, le football et le « Conseil régional de Bretagne » ont remis à l'honneur le « Bro gozh ma zadoù[709] », « l'hymne breton », lors de la finale de la Coupe de France en mai 2009 qui opposait deux clubs bretons. Cependant, dans notre corpus « web régional » nous ne rencontrons jamais cet hymne, mais des artistes bretons d'aujourd'hui. Sont-ce les artistes et

[708] Alain, Croix, Michel, Denis, La Bretagne, une construction, in *Bretagne[s]*, avril-juin 2007, n°6, p. 6 à 11.

[709] Le « Bro Gozh ma zadoù », ou le « vieux pays de mes pères » est issu de la version de François Jaffrennou, en 1897 reprenant une précédente version traduite en breton de l'hymne gallois par le gallois William Jenkins Jones en 1895, « Hen Wlad Fy Nhadau » ou le « vieux pays de mes pères », datant de 1856. L'air est donc gallois et les paroles bretonnes.

leurs différentes musiques présentes sur les sites web qui font le son, la sonorité, la musique de la Bretagne sur le web ou est-ce plutôt un hymne ?

Cette déclinaison des éléments symboliques et matériels d'un corpus « web régional » met en évidence une présence simultanée de signes verbaux, iconiques, sonores. « *Les messages audio-scripto-visuels sont des constructions combinant, selon des formules infiniment variées, différentes sortes d'éléments signifiants : des images (fixes ou mouvantes, en noir et blanc ou en couleur, etc.), des mots (parlés de différentes manières ou écrits de diverses façons), des sons (musique ou bruits). Et ces éléments ne font pas que s'additionner, ils interagissent et composent leurs effets propres d'une infinité de façons.*[710] » Cette définition englobe les différents signes et ouvre la possibilité de questionner leur présence simultanée sur une interface web. Les signes verbaux, iconiques, sonores, gestuels coexistent et sont convoqués simultanément et forment un ou plusieurs messages, qu'il est envisageable de qualifier d'audio-scripto-visuel. Afin de comprendre en quoi le contexte et la mise en scène participent à la signification des signes, nous allons développer l'échelle de l'attachement territorial avec ces cinq degrés. En effet, la mise en scène de la coiffe du pays bigouden entre deux sites web montre qu'un signe attaché à un territoire l'est à divers degrés, c'est-à-dire que les acteurs lui ont attribué une valeur et que la mise en scène lui apporte une signification (authenticité pour une marque, mixte entre ancienneté et modernité pour l'autre). Dans l'échelle de l'attachement territorial, les degrés vont venir qualifier les différents signes et leur signification. Il faut comprendre que ces cinq degrés montrent que la présence d'un signe, d'une élément de la liste identitaire ne détermine pas ou ne fait pas appartenir définitivement un site web dans la catégorie « militantisme » par exemple, parce qu'il est mis en ligne en breton. Les signes sont qualifiés selon un degré dans la présentation suivante. Mais ce degré correspond à un contexte, un signe n'est pas défini par un degré. Le passage d'un degré à un autre pour un signe est possible. Le contexte pour la signification est important.

1 - 2 - Une échelle de l'attachement territorial

La mise en scène ou le contexte ne peuvent pas être ignorés dans une pragmatique de la signification. « Même lorsque l'on utilise un signe apparemment isolé – un mot, un signal routier, un geste de la main – on se fonde toujours sur un contexte […] On soutient alors très volontiers qu'il n'est pas de sémiotique du signe possible sans sémiotique du discours. Une théorie du signe comme entité isolée est en tous les cas impuissante à expliquer l'usage

[710] Jean-Pierre Meunier, Daniel Peraya, *Introduction aux théories de la communication*, 2e édition, Bruxelles, éditions De Boeck université, 2004, p. 15.

esthétique des signes, de sorte qu'une sémiotique de l'art doit nécessairement être une sémiotique des textes et des discours. [711]» Ces signes semblent se juxtaposer, créant une imagerie, même si dans le même temps, la Bretagne pourrait devenir un personnage unificateur territorialement et thématiquement pour les acteurs du web. Le Bretagne finit par avoir ses propres qualités, ses spécificités comme tout personnage de fiction. Mais cette personnification ne résout pas la question de cette mise en scène des signes par les acteurs. Ces signes peuvent-ils par ce qu'en font les acteurs créer un ensemble cohérent, unifié de significations et partagé (au sens de convention) par un certain nombre d'acteurs ? Les cinq degrés que nous proposons en vue de qualifier l'attachement territorial des signes sont la revendication, le bricolage, la convocation au sens de présence, l'absence et l'objection au sens de rejet. Nous avons déjà présenté ces cinq degrés dans une première partie afin d'aider le lecteur à comprendre ce qu'est un signe transposable (partie I, Chapitre 3).

1) La convocation

Avant de développer le degré convocation des signes sur un site web, nous souhaiterions souligner que tous les signes sur un site web ne participent à un attachement territorial. En effet, il existe des signes qui participent au fonctionnement du site web, des signes neutres, des signes fonctionnels ou n'ayant pas une connotation territoriale. Par exemple, le signe verbal /accueil/ ou le signe iconique de la petite maison sont fonctionnels, ils orientent l'internaute. Nous ne sommes pas intéressés par les propriétés de la page web, à ce qu'est « l'écrit d'écran »[712]. Comme le souligne Yves Jeanneret, au sujet de la lecture et l'écriture du texte sur l'écran, il existe des signes passeurs (interactifs qui participent à la lecture et l'écriture hypertextuelle) et certains éléments de ce texte deviennent normalisés. « *Le traitement numérique des images et des caractères permet d'associer des textes et des figures ; l'invention des barres de navigation, des icônes ou des « frames » est un certain mode d'utilisation de ces ressources, qui consiste en l'institution de formes, de codes et de régimes du document, peu à peu diffusés et socialisés, parfois normalisés par décision, souvent banalisés par l'obligation d'usage [...]* [713]». De ce fait, certains signes de la page web ne participent pas à l'attachement territorial mais au traitement numérique de la page hypertextuelle.

La nuance dans la convocation du territoire par rapport aux signes fonctionnels est que la présence des signes transposables devient nécessaire ou un atout afin que l'éditeur puisse se

[711] Umberto Eco, *Le signe*, Bruxelles, Éditions Labor, 1988, p. 29.

[712] Yves Jeanneret, *Y-a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?*, p. 102.

[713] Yves Jeanneret, *Y-a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?*, p. 104.

nommer et être identifié sur le web. Et le territoire en est la matière. Le signe attaché territorialement est dépendant du scénario, de la mise en scène et de ce qu'en fait l'acteur, ou l'éditeur du site web. En ce sens, sur le corpus « web régional » nous pouvons rencontrer deux signes verbaux pour désigner la capitale de la Bretagne, ou de la Région :

- Première définition : /Nantes, capitale de la Bretagne/, sur *geobreizh.com,*
- Deuxième définition: /Rennes, capitale régionale/, /Capitale bretonne / sur *rennes.fr.*

Dans la première définition, le site web nie le découpage administratif actuel /Nantes, capitale de la Bretagne/ et propose un ensemble de cartes où le territoire de la Bretagne se compose de cinq départements. Ce signe entre dans le degré revendication. Nous avons souligné précédemment que dans *Google images*, en 2009, la première carte de la Bretagne est celle de ce site web dont l'éditeur qualifie son action dans le registre du militantisme. La photographie du Mont-Saint-Michel, lieu situé dans le département limitrophe de la Manche, avec pour contours de la photographie la forme de la péninsule bretonne dans le bandeau d'accueil du site web est qualifiée dans cette échelle de bricolage. Cette volonté de mettre le Mont-Saint-Michel se retrouve sur le site web du « Breizh Flag Trip Tour », ou tour du monde du drapeau breton. Le dicton, « Le Couesnon dans sa folie a mis le Mont en Normandie » est mis en images sur le web. L'éditeur ne se limite pas aux frontières du territoire. L'éditeur associe des signes iconiques entre eux afin de mettre en scène des contenus qui sont à la fois attachés au territoire de référence sans en respecter les frontières et qui dans le même temps circulent sur le web en montrant ce qu'est sa représentation de la Bretagne. Il y a bien une médiation entre territoire et web, et non une projection à l'identique par des intermédiaires que sont les sites web entre territoire et web. Les sites web transforment le territoire « physique » et les contenus s'y rapportant.

Pourtant dans le même corpus, la capitale régionale est Rennes sur le site web, *rennes.fr.* En effet, administrativement, Rennes est la /Capitale bretonne/. De la sorte, quand sur une carte des accès ferroviaires à la ville de Rennes, la ville de Nantes apparaît sur la carte, cette carte n'est pas une revendication en faveur de la Bretagne à cinq départements, mais une convocation du territoire avec la mise en scène de l'accessibilité de la ville par des réseaux routiers, ferroviaires, aériens. Ces animations au format *Flash* ont pour but de visualiser les distances estimées en heure, à l'échelle nationale et régionale. La mention de la ville de Nantes entre alors une simple convocation du territoire. Ce signe qui est une carte ne semble pas porter une signification seconde, ou dans la mise en scène du site web, cette signification ne semble pas être affirmée. En ce sens, ce signe verbal Nantes varie de degré selon le contexte, sa mise en scène sur un site web.

Pour un même acteur, il existe parfois une distinction dans l'attachement territorial entre la coopérative agricole « Laïta » et la marque « Paysan Breton » qui présente un /triskèle/ ou / / dans le logotype de la marque. Depuis 1969, le beurre moulé de la marque « Paysan Breton » est emballé par un papier sulfurisé qui comporte la forme des contours de la Bretagne, /la carte de la Bretagne dès l'origine/ énonce une vidéo disponible sur le site web et un triskèle. Si la coopérative « Laïta » met en scène la publicité télévisée de la marque « Paysan Breton », la marque « Paysan Breton » révèle un attachement territorial à travers la scène d'un événement commercial mettant en scène : un personnage en costume bigouden, un drapeau Gwenn-ha-du, et des termes en breton. L'autre Gwenn-ha-du de la page web est une image *GIF* pour le choix de la langue d'affichage des signes verbaux. Les signes iconiques communs aux sites web et sous sites web est la vache présente sur les trois pages d'accueil web et le trèfle à quatre feuilles, servant dans l'alimentation des animaux tout en évoquant également le trèfle vert de la Saint Patrick irlandaise. Derrière la présentation du produit, l'ensemble du site web met en scène des signes qui dépassent le produit. La mise en scène du « beurre moulé » associe également les signes de la Bretagne, la forme des contours de la Bretagne comme péninsule, le triskèle qui finissent par circuler en demeurant attachés territorialement. Pourtant, le territoire est uniquement convoqué sur ces sites web.

2) La revendication

La revendication peut être portée par des signes rapportés ou présents en arrière-plan d'une vidéo mise en ligne sur le site web. Dans une vidéo intitulée /Nantes en Bretagne ?/ sur *antourtan.org,* Jean-Louis Jossic, conseiller municipal de Nantes et chanteur du groupe « Tri Yann » parle d'une /appartenance bretonne/, d'un /imaginaire collectif/, d'un /attachement viscéral/, et propose un référendum élargi au département de la Vendée et de la Mayenne, en faveur d'un /rattachement/ de Nantes à la Bretagne. En arrière-plan de l'interview, un Gwenn-ha-du. Sur le site web *antourtan.org*, ce signe n'est pas affiché néanmoins il est présent dans des vidéos, des photographies. Dans cette vidéo, il devient le signe d'une revendication. Cependant, sur le même site web, des termes mélangeant culture numérique et termes bretons « skinwell web », « cyber fest-noz » et l'usage du breton sur *antourtan.org* (les pages web principales) ont été classées dans l'échelle de l'attachement territorial comme ne se plaçant pas sur les degrés de la revendication ou du rejet. Le breton est utilisé pour s'exprimer, pour accompagner des projets réalisés en ligne. Toutefois, ce degré ne tient pas compte de tous les discours des interviewés dans les fichiers vidéos et sons, ni de tous les thèmes abordés dans les émissions de la web-tv. En suivant des événements comme des manifestations en faveur du « rattachement » de Nantes à la Bretagne, ces reportages se placent dans ce degré de la revendication.

Dans son contexte de production initiale en 1923, le drapeau pouvait être selon notre échelle de l'attachement territorial dans le degré revendication. Aujourd'hui, quand il parcourt le monde et que les photographies sont présentes sur les sites web, il est bricolage. Quand il désigne la langue, le breton, il pourrait être dans le degré de la revendication, ou de la convocation. Le signe n'est pas attaché à un degré. Ce degré est dépendant du contexte. En ce sens, un signe peut parfois qualifier la revendication, ou simplement convoquer le territoire dans l'attachement territorial de l'éditeur. Les limites entre les degrés sont poreuses, ce qui rend complexe l'analyse et la compréhension de l'attachement territorial de ces signes. De ce fait, l'imagerie devient plus complexe. En plus d'être une juxtaposition de signes, ces mêmes signes varient selon les contextes dans leur degré d'attachement territorial.

Dans ce degré de la revendication se retrouvent principalement la carte de la Bretagne à cinq départements, le Gwenn-ha-du, la langue. Quand *brezhoweb.com, kaouenn.net* et *geobreizh.com* sont émis directement en breton le signe verbal entre alors dans la catégorie de la revendication.

3) Le rejet

Toutefois, la mise en scène peut atteindre le degré du rejet dans l'attachement territorial. Le rejet est peu présent dans le corpus « web régional ». Il convient dans un premier temps de distinguer ce degré d'un autre, celui de l'absence. L'absence correspond à l'oubli, le rejet est l'objection, l'intention, l'action délibérée. Le rejet qualifie principalement la méconnaissance de l'autre dans notre corpus « web régional ». Ainsi sur *dastum.net,* les dessins humoristiques, offrent une représentation ambiguë du regard de l'autre[714]. La rubrique « Découverte » ouvre donc sur des planches du dessinateur NONO intitulées /Stéréo…types/. Il s'agit d'un jeu de mots puisque le terme /stéréo/ renvoie à des fichiers audios et le terme stéréotype à des opinions, des « clichés » portés sur la musique bretonne (instrumentale et vocale). L'extrait présenté ci-dessous montre à la fois un rejet de l'autre marqué par une méconnaissance de la musique traditionnelle bretonne appuyé par cette volonté de présenter ce qu'est d'après « Dastum » la musique bretonne. Il ne convient pas ici de juger mais de soulever une difficulté à distinguer ce qui relève du rejet (la méconnaissance de l'autre) dans l'intention d'asseoir la reconnaissance de la musique bretonne. Cette intention de reconnaissance mise en scène par « Dastum » entre alors dans le degré de la revendication.

[714] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web dastum.net.

Figure 26. musiques-bretagne.com, sous-site de dastum.net, capture d'écran de dessins caricaturaux intitulés « Découverte stéréo…types »

« Sur la musique bretonne… les clichés ont la peau dure… Depuis fort longtemps, et même encore aujourd'hui, l'image que beaucoup de personnes se font de la musique traditionnelle bretonne reste ambiguë parce qu'elle se différencie clairement des modèles musicaux dominants. N'a-t-il pas été écrit, dit et répété que tous les chanteurs chantaient faux d'interminables rengaines, que le biniou était aigrelet, que la bombarde déchirait les tympans, ou que le violon n'était qu'un affreux crin-crin? N'en croyez rien et offrez-vous le temps de la "découverte", libérés de tout a priori. Ecoutez sans juger, une fois, deux fois et plus, les airs sonnés ou chantés. De courts textes donnent quelques clés pour comprendre d'autres manières d'exprimer la musique, non "savante", non codifiée, mais d'une immense richesse, et belle, tout simplement. »
Extrait de la partie texte de la sous-rubrique /découverte/, site web de l'association Dastum

Dans cette échelle de l'attachement territorial, nous souhaitions également mettre en évidence l'absence de thèmes ou les signes oubliés. Sur l'ensemble du corpus « web régional », l'oubli est difficile à relever, mais sur quelques sites web, quelques exemples peuvent être soulignés. Ainsi sur *rennes.fr*, la destruction de la statue d'Anne de Bretagne et du roi de France en 1932 par les /autonomistes bretons/ est rejetée, dans le même temps, l'incendie du parlement de Bretagne, le 5 février 1994 n'est pas mentionné. Pourtant Edmond Hervé, alors maire de Rennes avait dit « C'est tout le symbole de la Bretagne qui part en flammes »[715]. Sur *geobreizh.com,* les cartes de Bretagne présentent cinq départements sans l'évocation sur le site web de la création des Régions de Préfet en 1941 par le régime de Vichy, mentionné par *tourismebretagne.com* ou *bretagne.fr*. Un autre exemple est la présentation des panneaux de signalisation bilingues sur *geobreizh.com* et *bretagne.fr*, site web du « Conseil régional de Bretagne ». Sur le premier, l'histoire du mouvement « Stourm ar brezhoneg », qui avait comme action de « barbouiller » les panneaux unilingues pour revendiquer une signalétique bilingue, est décrite alors que sur le second, ce mouvement n'est pas mentionné dans l'histoire de la Bretagne ou pour accompagner la présentation des signes iconiques présentant les photographies de ces panneaux bilingues.

[715] Institut National de l'Audiovisuel, « Réactions suite à l'incendie du Parlement de Bretagne », France3 Rennes, le 5 février 1994, disponible à l'adresse URL http://www.ina.fr/economie-et-societe/environnement-et-urbanisme/video/RNC9402052963/reactions-suite-a-l-incendie-du-parlement-de-bretagne.fr.html, consultée le 20 avril 2010.

4) Le bricolage d'un « cyber fest-noz », ou la dynamique des échanges

Le bricolage est un terme repris à Michel de Certeau[716]. Il définit une combinaison de mille manières de faire, qui saisit l'occasion (le kairos) pour ramener des éléments de l'« ordre du symbolique »[717]. Pour qu'une ville devienne habitable, il faut cet « ordre du symbolique ». Par exemple le fait de remplacer les noms des départements par des numéros conduit selon Michel de Certeau à une « symbolique en souffrance »[718]. Cette symbolique en souffrance pourrait expliquer les exemples issus du corpus où les signes mélangent les éléments de la technologie web, ou internet et des entités attachées au territoire « physique ». Nous prendrons l'exemple d'une fête de nuit (fest-noz) diffusée sur le web depuis 1999, le « cyber fest-noz »[719].

« La ré-invention par la modernité. Des événements comme le cyber fest-noz lancé à Quimper par l'association An Tour Tan montre aussi comment l'outil internet, souvent présenté comme le symbole de la mondialisation et de l'homogénéisation, peut être réinvesti pour devenir une vitrine modernisée de l'identité. [720]»

Notre corpus « web régional » rend uniquement compte de ce que font les acteurs afin de définir, valider, ou mettre en scène un « web breton ». En 2004, le « Cyber fest-noz » était retransmis sur grand écran par « les associations de Bretons expatriés » dans une trentaine de lieux du monde et trois lieux étaient en visioconférence : île de la Réunion, Australie, Pologne. « *Trois grands moments d'échanges qui ont parfaitement fonctionné et qui ont permis aux personnes présentes à Quimper ou sur internet de voir en direct les Bretons d'ailleurs dansant sur la même musique…* [721]».

Sur *antourtan.org,* une des listes de liens hypertextes de l'annuaire s'intitule « sites bretons». Cette catégorie correspond au découpage effectué par cet éditeur de site web afin de définir ce qu'est un « site web breton », et dans le même temps, lors d'un parcours automatique du web avec des robots, comme nous l'avons entrepris, cette sélection va apparaître sur un graphe. La règle serait donc : plus nombreux seront les sites web à définir des « sites web bretons », plus ils seront relevés en tant que « sites web bretons », plus le « web breton » sera visible. En ce sens, cette tactique permettrait une sorte d'équilibre

[716] Michel de Certeau, *L'invention du quotidien*, tome 1, Paris, Gallimard, 1990, 349 pages.

[717] Michel de Certeau, *op.cit.*, p. 160.

[718] Michel de Certeau, *op.cit.*, p. 160.

[719] Cf. Annexes, grille d'analyse du site web antourtan.org.

[720] Jean Ollivro, *Les paradoxes de la Bretagne*, Rennes, Éditions Apogée, 2005, p.141.

[721] An tour Tan, « Dossier de presse 2006 », disponible sur www.antourtan.org, consulté le 21 novembre 2008.

symbolique entre un web mondial sur lequel existent des « sites web bretons » attachés territorialement dans le local. Dans cette analyse, la tradition, l'identité laissent place à des signes transposés sur le web sans perte de connotation ou avec un ajout de connotation qui assure leur circulation sur le web, et du web au territoire. La langue participe à cet attachement territorial. Ainsi, la télévision devient /skinwell web/, littéralement web télévision, la fête de nuit ou fest-noz devient /cyberfest-noz/, un /traditionnel fest-noz avec ses duplex en direct et en visioconférence avec différents endroits du monde/. Ces néologismes associent la terminologie web et des termes bretons, du type /skinwell web/, /cyberfest-noz/, ou des /e-costamoricains/ ou une émission /webnoz/ sur *armortv.fr*. Sur *antourtan.org*, ils viennent désigner aussi une abolition des distances physiques où la danse assistée par la technique réunit les Bretons et les Celtes. La technique n'enlève pas la tradition, le fest-noz demeure traditionnel mais en duplex. Lors des duplex, les personnes dansent dans les lieux (hors de la Bretagne) où est projeté le fest-noz qui se déroule en Bretagne, et inversement, les artistes qui se produisent à Mexico par exemple sont projetés dans la salle du fest-noz en Bretagne, et parfois à Paris. La tradition réunissait dans le lieu « physique » où se déroulait le fest-noz un ensemble de personnes. De même, elle réunit par la circulation du son et de l'image sur le web un ensemble de personnes en des lieux distincts à travers le monde.

Si l'on reprend la définition de lieu donné par Jacques Lévy, le lieu est un chorotype où la distance est nulle, donc la valeur de la distance est la simultanéité[722]. Le cyberfest-noz est un lieu où la distance « physique » est infinie, mais où le temps est synchronisé par la danse. Ainsi, la distance est égale à zéro, car l'interaction, la co-présence est assurée par le son et la danse, c'est-à-dire que les personnes coordonnent leur mouvement en fonction du son. Ils font la même chose en même temps, ils partagent la même émotion en des lieux distincts « physiquement ». La valeur provenant du temps passé de la musique et de la danse dites traditionnelles demeure. En ce sens, la synchronisation de la danse ne se fait plus par le lieu, seulement par le son appuyé par une retransmission en images. Le web immersif par le son, qui est la musique de la danse, permet une synchronisation des pas des danseurs en des lieux « physiques » distants.

Dans ce cas précis, nous pourrions inverser la proposition de Lucien Sfez, d'une technique, fiction en manque de symbolicité pour mettre en évidence une technique, qui est une fiction en favorisant la symbolicité.

« *Un caractère essentiel par lequel la fiction devient instituante, c'est sa capacité à symboliser. Symboliser, c'est-à-dire unifier sous un seul registre les différents composants*

[722] Jacques Lévy, *L'espace légitime*, p. 52-53.

d'une société: les diverses activités, les divers corps, ceux qui gouvernent et ceux qui sont gouvernés, les intentions, les usages et les comportements des individus, les valeurs qui les animent.[723] »

Cette capacité de la fiction à être instituante, à symboliser, n'est pas atteinte en raison d'acteurs nombreux et hétéroclites dans notre corpus « web régional ». Mais l'imagerie participe quand même à faire exister ce « web régional ». La structuration laisse place à la multiplicité, dont certains éléments attachent à un territoire et circulent sur le web. Toutefois, la fiction a la capacité de composer, de faire se composer ensemble des éléments contradictoires entre une modernité qui tient sa valeur du temps futur et une tradition, qui tient sa valeur du temps passé, et un temps présent parfois synchronisé à l'échelle monde comme dans le cadre du « cyber fest-noz ».

Cependant, sommes-nous face à une « forme atténuée de symbolique [724]» ou à une « symbolique en souffrance [725]» ? En effet, Lucien Sfez parle des ingénieurs qui créent des images métaphoriques. Les images des ingénieurs forment des scénarios du futur: proche pour les innovations récentes, lointain avec des traits de la science-fiction. Ces images sont divulguées au public via les médias quoiqu'elles ne constituent qu' une sorte d'imaginaire par rapport aux matériaux internes de la technologie. Avec un cercle plus large allant des philosophes, des sociologues aux investisseurs et financiers, les images deviennent métaphores *« destinées à domestiquer les nouvelles technologies, qui pourraient bien faire peur si les images symbolisantes ne venaient à leur secours […] Cette forme atténuée du symbolique qui est l'art de faire image est aussi bien maniée par ceux qui refusent que par ceux qui vantent la technique.*[726] » Le rapport entre technique et société est pris dans un « faisceau de métaphores » prônant ou refusant la technique, comme remède à une situation difficile, c'est-à-dire une crise de représentation, une perte de croyance, de rituel, d'identité. Dans ce cas du « cyber fest-noz », la tradition de la danse reprend cette image métaphorique tout en devenant une pratique symbolisante qui associe le territoire « physique » et le web. Les images symboliques polyvalentes et multivoques puisent dans un patrimoine commun, selon Lucien Sfez.

« L'image du sacrifice, de la fête, du potlatch, nous avait semblé, […] venir en aide aux politiques de réconciliation des gouvernants et des gouvernés, effacer la rupture et établir, par-dessus ou par-dessous le système de représentation, un système de signes échangeant des

[723] Lucien Sfez, *Technique et idéologie*, p. 265.

[724] Lucien Sfez, *op.cit.*, p. 265.

[725] Luce Giard, Introduction, in Michel De Certeau, *L'invention du quotidien*.

[726] Lucien Sfez, *op.cit.*, p. 265.

propriétés entre eux et créant ainsi une cohésion sociale que ne pouvait assurer la représentation politique. [727]*»* Mais cette situation va un temps, cette image symbolique n'est pas stable et ne peut se substituer totalement au politique. Il en va de même, selon Lucien Sfez, de la technique et de son rôle *« révolutionnaire qu'elle prétend jouer dans les sociétés contemporaines »*[728]. Le passage entre le nouveau et l'ancien monde ne durera qu'un temps, viendra le temps de la familiarisation.

Sur notre corpus « web régional », la « symbolicité » définie par L. Sfez demeurerait assez pauvre. Le politique semble peu présent dans ce que font les acteurs, le « Conseil régional de Bretagne » n'assurerait pas la cohésion sociale. Or, notre problématique posée s'intéresse à la position de l'acteur politique régional sur le web. Cet acteur politique pourrait se placer entre les dissemblances et les permanences sur le web. Autrement dit, il est envisageable de prendre en compte le dispositif technique, la « dimension pragmatique de la médiatisation » définie par Yves Jeanneret. Cette « pragmatique de la médiatisation » pourrait permettre d'assurer la cohésion sociale. En effet, le téléphone *« […] a permis l'interaction sociale vocale à distance. Jusque-là, la communication à distance était écrite (ou plus largement visuelle) ; à partir du téléphone, la voix circule, ce qui produit des effets en termes de dynamique des échanges, mais aussi en termes d'imaginaire du lien (social, affectif, politique) […].* [729]*»* Quand il est écrit par les acteurs que le cyberfest-noz crée des liens entre les Bretons et les Celtes, /Ainsi les Bretons et Celtes du monde pourront danser ensemble par un effet de miroirs cybernétiques, comme si l'espace n'existait plus… /, les acteurs eux-mêmes créent un style de communauté, un lien symbolique assisté par le technique. Le politique pourrait donc s'inscrire dans ce que font les acteurs, dans leur « pragmatique ».

1 - 3 - Quand la recherche de sens doit prendre en charge l'histoire

Il n'est pas possible de détailler chaque contexte de production des signes et chaque contexte d'usage de ces signes, mais il existe différents degrés d'attachement territorial de ces signes sur le web selon une mise en scène, qui est le contexte d'usage de ces signes par l'éditeur du site web. Parfois, les acteurs qui utilisent ces signes aujourd'hui doivent prendre en charge le contexte historique d'apparition des signes. Prenons l'exemple de la rubrique historique d'un site web d'une association, « Dastum ».

L'absence de l'historique de l'association « Dastum » sur son site web, créée en 1972 comme « Magnétothèque Nationale Bretonne » renvoie à une évolution des missions. Le

[727] Lucien Sfez, *op.cit.*, p. 267.

[728] Lucien Sfez, *op.cit.*, p. 267.

[729] Yves Jeanneret, *Y-a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?*, p. 129.

militantisme du contexte de production originel n'est plus assumé par les employés de l'association. Ainsi, l'historique du site web de *dastum.net* montre que le signe ou l'action des acteurs ne sont pas figés. La revendication, ou la logique de revendication définie par Érik Neveu[730] s'associe à une « cause ». Or cette cause a évolué au fil du temps, comme l'explique la chargée de communication, de même la signification du signe associée à cette cause a évolué. Et la chargée de communication ne sait pas comment en rendre compte à travers l'historique de l'association sur son site web.

L'entretien avec la chargée de communication[731] de l'association souligne qu'en dépit d'une parole respectueuse envers les autres acteurs de la culture bretonne, un site web est sujet à polémique. D'une part, il renvoie à des choix déontologiques et politiques, déontologiques quant à l'accès à la base de documents, aux sources, politiques quant à l'animation d'un réseau d'acteurs sur la mémoire collective orale de la Bretagne. D'autre part, le site web présente derrière son interface graphique, des discours, une vision, une histoire de l'association.

Or l'historique sur ce site web pose problème pour sa mise en ligne. L'historique n'est pas une information recherchée par les internautes mais constitue pourtant un objet d'attention important pour les animateurs du site web. Elle peut être une source de conflits. Le terme militantisme est abordé à travers la genèse de l'association, liée à l'Emsav, (littéralement « mouvement ») même si *dastum.net* n'affiche pas de discours politiques, voire au contraire affiche une neutralité politique. Parti d'un mouvement politique lors du Second Emsav, ce mouvement passe dans le culturel au milieu du XXe siècle. *« C'est par le mouvement culturel que le troisième Emsav sort des cendres du second : la redécouverte des racines culturelles, qu'engendre souvent un folklore jugé inoffensif, et les cercles celtiques sont les pépinières des militants bretons des années 1950 à 1960.*[732] *»*

Ce militantisme du début, ou ce militantisme en faveur de la langue bretonne revient à travers la mise en ligne de l'historique alors même que selon la chargée de communication, les questions politiques ne transparaissent plus aujourd'hui au sein de l'association. Aujourd'hui, le militantisme porterait sur la question de l'écriture et de la diffusion de contenus en langues régionales, selon la chargée de communication de l'association. Comment pouvons-nous expliquer cette situation, où le présent semble tributaire du passé ?

[730] Érik Neveu, *La sociologie des mouvements sociaux*, Paris, Éditions La Découverte, 2005, p. 9.

[731] Cf. Annexes DVD. Entretien avec Anna Jaouen, chargée de communication de l'association « Dastum », le 2 novembre 2006.

[732] Jean-Jacques Monnier, Jean-Christophe Cassard, *Toute l'histoire de la Bretagne*, Morlaix, Skol Vreizh, 1997, p. 701.

Comment les missions d'une association peuvent se modifier ? Comment des signes peuvent également changer de signification ?

Philippe Descola distingue *« deux formes principales d'authentification : par l'agent ou par l'agence. L'agence est ici la traduction approximative en français de l'anglais intraduisible agency, qui désigne une intentionnalité causale. L'authentification par l'agent recherche l'origine, le producteur, les conditions de production, le contexte à l'intérieur duquel l'objet a été produit, et s'interroge un peu moins sur son usage, alors que l'authentification par l'agence s'interroge sur l'efficace déléguée dans l'objet non seulement par ses producteurs mais par tous ceux qui en ont l'usage. Nous retrouvons ici certaines questions qui ont été abordées auparavant, à savoir que l'agence d'un objet peut-être éminemment variable. Il y a une agence initiale qui est celle que les producteurs et les utilisateurs à l'origine, dans le contexte de production, lui ont donnée. […] Mais il y a aussi des agences successives, historiquement contingentes, qui tiennent aux conditions dans lesquelles ces objets ont été transportés dans d'autres contextes. Ces agences peuvent être tout aussi significatives et légitimes. Mais évidemment pas pour ceux qui ont produit ces objets. Finalement, un musée est un grand trafiquant d'objets, en ce sens qu'il s'efforce de mettre en lumière les conditions d'usage initiales et qu'il transforme ces conditions d'usage à l'intention d'un public évidemment très éloigné de ces conditions initiales, et réforme ces agences.* [733]*»*

Ainsi, il existe une agence du contexte de production, qui dans le cas de l'association de « Dastum », est d'avoir été une association militante. Et il existe l'agence du contexte d'usage, qui est une association assurant la sauvergarde et l'animation d'un patrimoine oral. Il existe donc une agence significative variable des signes selon ce qu'en font les acteurs et non uniquement selon leur contexte de production. En ce sens, il pourrait exister dans notre échelle de l'attachement territorial, un cas où un signe indique un attachement et un cas où un signe pourrait indiquer un détachement. Nous allons devoir mettre en perspective ce contexte de production et ce contexte d'usage que nous allons développer et démontrer dans le chapitre suivant à partir du drapeau breton. Puis, nous nous intéresserons à la langue. Au sujet de la langue, Anne-Marie Thiesse présente le chemin de la structuration. Le chemin de la diffusion de la langue est le suivant : érudits, élites locales, bourgeois de l'époque par l'enseignement secondaire, la population après la formation de l'État-Nation à travers la mise en place de

[733] Philippe Descola, in Bruno Latour (sous la dir.), *Le dialogue des cultures*, Paris, Actes Sud-Musée du Quai Branly, 2007, p. 393.

l'instruction nationale, voire par l'arrivée des médias de masse généralisés comme la radio et la télévision[734].

Après un relevé des signes du territoire sur le web, une définition de leur attachement en fonction des mises en scène parfois, des contextes d'usage, nous allons détailler plus précisément quelques signes (le drapeau, la langue) parmi l'imagerie bretonne sur le web. En 2010, ces signes limités en nombre parviennent à attacher et à circuler. En quoi ces signes sont-ils transposables ? En quoi circulent-ils ? Il convient dans un premier temps de comprendre les pratiques des acteurs avant de voir en quoi, ils viennent à définir la communauté bretonne sur le web dans le cadre du projet .bzh. Nous allons nous intéresser à la circulation des signes que sont le Gwenn-ha-du et les langues utilisées sur un web.

L'échelle de l'attachement territorial se compose de cinq degrés :

- la revendication,
- le bricolage,
- la convocation,
- l'absence,
- le rejet.

Le degré de la revendication montre que la mobilisation pour une cause peut varier dans le temps si la temporalité d'un signe, son agence est prise en compte. Ainsi, entre un contexte de production et un contexte d'usage d'un signe, ou d'un objet en se référant à l'agencement d'un objet, il existe des variations, voire des changements de connotation détaillés dans la partie suivante. Dans cette recherche de signification, nous pouvons établir la mise en place et la production d'une imagerie par une multiplicité d'acteurs, sans véritable domination d'un acteur. L'analyse montre que la multiplicité et la démultiplication ne coïncident ni avec un réseau sémantique, ni un réseau social mais avec une pragmatique documentaire. En ce sens, nous nous intéresserons à ces signes qui participent à la propagation et qui dans le même temps rendent connexes les acteurs d'un point de vue sémiotique. Mais outre le contexte de production qui ne peut être équivalent au contexte d'usage, cette analyse montre que l'imagerie ne pourra pas être dépassée sur le web. Chacune des mises en scène fait varier la signification d'un signe dans son attachement territorial selon cinq degrés. Pour instituer le web, il faudrait une autorité qui fixe la signification de chacun des signes. Or, cette autorité n'est pas présente. Cette analyse est un premier pas vers la mise en place d'une « fiction circulante ».

[734] Anne-Marie Thiesse, *op. cit.*, p. 72.

2 - Chapitre 2 –

La dynamique des signes transposables sur le web

Le drapeau breton, le Gwenn-ha-du apparaissait dans la troisième médiation entre territoire et web accompagnant les adresses URL comme opérateur et procédé de nomination, d'identification et d'attachement territorial (NIAT) des acteurs. Ce « favicon », ou « l'icône d'un favori » dans un navigateur web permettait de présenter un premier procédé d'attachement territorial qui dépasse la nomination de l'acteur dans le web par l'identification effectuée par un internaute en référence à un répertoire de concept qui reprenait un élément du territoire, un attachement territorial. Dans le corpus de douze sites web en 2009, seule une adresse URL était accompagnée de ce « favicon » qui était le drapeau. Cependant, associé à l'hermine, le Gwenn-ha-du représente 15 %[735] de l'ensemble des signes iconiques de notre corpus « web régional » alors que les autres signes iconiques sont présents une ou deux fois. Outre l'accompagnement de l'adresse URL, soit un procédé pour attacher territorialement une adresse URL, le drapeau est également un opérateur. Il semble avoir sa propre dynamique sur le web, c'est-à-dire qu'il est présent sur un site web à travers des vidéos et photographies mises en ligne. Sur *alaisebreizh.com,* une des scènes de ce site web consiste pour les internautes et clients de la marque à s'habiller avec des vêtements de la marque aux « quatre coins du monde » et d'envoyer la photographie, qui est ensuite postée. Mais les internautes ont associé le drapeau breton à leur photographie, avant que le nom de la marque « A L'aise Breizh » apparaisse également sous une forme bricolée. Le changement de connotation du Gwenn-ha-du par rapport à son contexte initial de production questionne cette capacité à être partagé et à circuler. Est-il possible de trouver un sens partagé à ces signes en dépassant la juxtaposition pour essayer de comprendre l'agrégat (« Qui se ressemble se connecte »[736])?

2 - 1 - Les signes retenus : du contexte de production au contexte d'usage

La « Société Bretonne de Vexillologie » (SBV) distingue les drapeaux historiques et principalement le « drapeau national historique », la Croix noire ou *Kroaz Du*, du drapeau moderne, le *Gwenn-ha-Du*. En 2003, la SBV déclarait : « Le *Kroaz Du* est le drapeau historique (*de facto*) de la Bretagne, emblème du Peuple Breton à l'époque de sa souveraineté,

[735] Nous ne prétendons pas à l'exhaustivité de ce pourcentage puisque le relevé est visuel et le décompte manuel.

[736] Franck Ghitalla, Mathieu Jacomy, Méthodologies d'analyse de corpus en Sciences Humaines à l'aide du Navicrawler. Rapport final août 2007, p. 4.

de son armée et de sa marine. L'Hermine Plain est le drapeau des ducs de Bretagne. Le *Gwenn-ha-Du* est le drapeau actuel (*de facto*) de la Bretagne reconnu par tous y compris à l'étranger. […] [737]»

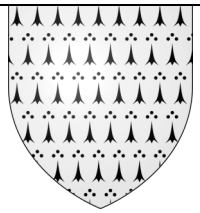
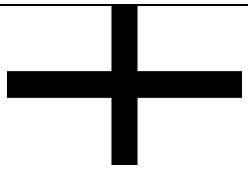
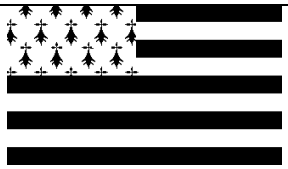
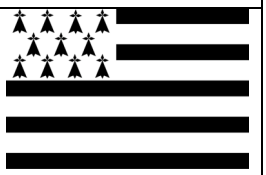
Date	**1316**	**1488**	**1923**	**2010**
Nom	**Hermine Plain**	**Croix Noire, *Kroaz Du***	***Gwenn-ha-Du***	**G*wenn-ha-Du***
Drapeau (signe iconique)	 (source : *Wikipédia*)	 (source : *Wikipédia,* auteur : *Tijmen Stam*)	 (source : *flagspot.net/flags/fr-bz.html,* auteur : *Ivan Sache*)	 (source : *Wikipédia*)

Tableau 11. Tableau comparatif des blasons et drapeaux bretons ("historiques et modernes")

Hormis la date de 1923 qui correspond à la date de la création du Gwenn-ha-Du par Morvan Marchal, les autres dates correspondent à des événements. Les images présentées proviennent du web et les auteurs ont déposé des droits de copie et autres restrictions sur leur usage, le Gwenn-ha-du de 2010 et l'Hermine Plain exceptés. Sur le site web *Wikipédia* en français, selon notre relevé environ 7 500 pages utilisent le Gwenn-ha-Du comme signe iconique d'identification, contre environ 850 pour le blason des Pays de la Loire, environ 560 pour le blason d'Ile-de-France, environ 2800 pour le blason de la Savoie, environ 1200 pour le drapeau Corse, douze pages pour le drapeau Béarnais et 29 pour le blason béarnais, environ 1250 pour le drapeau Basque. Dans cet usage assez régulier du drapeau version Gwenn-ha-Du 2010 la dimension de sa création en 1923 ne transparaît pas. Les autres drapeaux, dits historiques n'ont pas été relevés par défaut de présence significative.

Nous proposons donc au lecteur d'arriver en 1923[738] en précisant auparavant ce qu'est une moucheture d'hermine. Une hermine est un animal à la fourrure blanche sur le corps et noir sur la queue. Au Moyen Age les peaux d'hermine étaient cousues entre elles et les queues étaient disposées en quinconce au milieu de chacune des peaux de fourrure blanche. Cette partie noire de la fourrure était accrochée à l'aide de trois points de fil noir, ou de trois épingles. Cette forme de croix a été ensuite améliorée[739], nommée moucheture d'hermine, et est utilisée pour l'Hermine Plain.

[737] Philippe Rault, *Les drapeaux bretons des origines à nos jours*, Spézet, Coop Breizh, 2006, p. 105.

[738] Une chronologie détaillée est proposée en annexes au lecteur. Cf. Annexes partie, « chronologie du drapeau breton ».

[739] Philippe Rault, *op.cit.*, p. 10.

Figure 27. Moucheture d'hermine, source: wikipedia.fr, paternité: Yorick

En 1923, Morvan Marchal[740], qui a bretonnisé son prénom Maurice, conçoit un drapeau moderne pour la Bretagne. La raison de la création d'un nouveau drapeau varie selon les auteurs. Le précédent drapeau officiel de la Bretagne était semé d'hermines, mais la confusion avec les fleurs de lys conduit les membres du mouvement breton d'entre deux guerres à l'abandonner[741]. Ou, Morvan Marchal conçoit le Gwenn-ha-Du car l'ancien drapeau, la Croix Noire est attribuée au pape Grégoire VIII en 1188 avant les troisièmes croisades, or Morvan Marchal était franc-maçon[742]. Mais, selon les vexillologues, la Croix Noire comme drapeau serait apparue plus tard en 1236-1237, suite à une expédition pour les Croisades. Le concepteur du drapeau donne une autre définition à son drapeau. « *J'ai donc pensé et continue à croire, qu'en conservant au maximum les hermines primitives, l'on pouvait composer un drapeau d'esprit moderne. En voici la signification : 1) au coin gauche du drapeau, un quartier d'hermines innombrables ; 2) neuf bandes égales alternativement noires et blanches, couleurs traditionnelles, lesquelles représentent : les blanches, les pays bretonnants : Léon, Trégor, Cornouaille, Vannetais ; les noires, les pays bretons gallos : Rennais, Nantais, Dolois, Malouin, Penthièvre. Ce drapeau qui, je le répète, n'a jamais voulu être un drapeau politique, mais un emblème moderne de la Bretagne, me paraît constituer une synthèse parfaitement acceptable de la tradition du drapeau d'hermines pleines, et d'une figuration de la diversité bretonne.*[743] » Il est donc défini comme le reflet de la diversité bretonne, de ces différents pays.

Ce drapeau ne fait pas l'unanimité tant dans sa signification, dans ses sources d'inspiration d'un point de vue de vexillologue que dans son usage. Selon Philippe Rault, le « Parti pour l'Organisation d'une Bretagne Libre » (POBL) « considère le Gwenn-ha-Du plutôt le comme le symbole de son combat, et la Croix Noire comme celui de la nation et du peuple breton »[744]. La position du « Conseil Régional de Bretagne » n'est pas la même, « le

[740] À la fin de la première guerre mondiale, Morvan Marchal avait fondé le « Groupe régionaliste Breton » avec Henri Pardo et Joseph de Roincé. « Tous trois sont marqués politiquement par l'extrême droite. », Joel Cornette, *Histoire de la Bretagne et des Bretons*, Paris, Éditions du Seuil, 2005, p.454. À partir de 1919 la revue Breizh Atao, littéralement Bretagne Toujours est publiée. Jakez Gaucher, Morvan Marchal (1900-1963) créateur du Gwenn-ha-du, in *Dalch'homp sonj* (Souvenons-nous), Lorient, n°17, automne 1986, pp. 21-26.

[741] Jakez Gaucher, *op.cit.*, p. 22.

[742] Philippe Rault, *Les drapeaux bretons des origines à nos jours*, Spézet, Coop Breizh, 2006, p. 42.

[743]Jakez Gaucher, Morvan Marchal (1900-1963) créateur du Gwenn-ha-du, In *Dalc'homp sonj (Souvenons-nous)*, n°17, automne 1986, p. 24.

[744] Philippe Rault, *Les drapeaux bretons des origines à nos jours*, Spézet, Coop Breizh, 2006, p. 88.

Gwenn-ha-du est le drapeau de la Bretagne » selon les propos rapportés d'Elise Bouvry, webmestre du site web de l'institution en 2005[745]. Pourtant sur le web, il est défini comme /l'emblème fort de la Bretagne. Apolitique et esthétique/ (*geobreizh.com*), donc l'emblème ni d'un peuple, ni d'une nation, ni d'un combat ou d'une cause mais d'un personnage, la Bretagne. En reprenant l'agence de ce drapeau depuis la fin de la seconde Guerre Mondiale, l'unanimité ne règne pas. Le Gwenn-ha-Du se trouve associé durant et à la sortie de la guerre à la collaboration.

D'autres auteurs sont plus critiques sur cette sortie de « ghetto ». *« Le drapeau, l'hymne national, la langue unifiée, l'histoire revue et corrigée, le culte du Barzaz Breiz[746] se sont imposés et le mouvement Breiz Atao[747] tend à passer pour l'expression d'une autre résistance, une résistance à l'oppresseur jacobin. En relayant leur version des faits, leurs héritiers ont peu à peu tissé une toile d'araignée où tous ceux qui s'approchent, à un moment ou à un autre, de la culture bretonne ne peuvent que venir se perdre.[748]»* Dans cette proposition, les concepteurs de ces signes ou du remaniement de ces signes semblent assurer l'agence du contexte de production de l'objet jusque dans son usage d'aujourd'hui. Selon Françoise Morvan, cette dynamique est portée par les discours d'accompagnement et non par l'objet, par le signe[749]. L'expression « toile d'araignée » utilisée afin de décrire ces emblèmes paraît se rapprocher d'une des trois grandes visions du réticulé. La première autour du corps, le fil tissé enveloppe le corps. La seconde est le corps naturel, la nature, la circulation du sang par exemple. La troisième, le corps est le réseau, la société[750]. Pris dans les fils de la toile, celui qui s'approche finit au centre. Or selon Pierre Musso, le réseau naturel peut devenir aussi monstrueux que celui de l'attaque de poulpes géants, le réseau est « invisible, caché »[751]. Quand le réseau n'est pas naturel, il s'appuie sur les discours. Dans ce cas, les signes, le (drapeau et la langue), ne seraient portés que par les discours, notamment économiques en Bretagne, appuyés par la publication de livres ou de disques, selon Françoise Morvan. Nous serions, selon l'auteur, face à de la manipulation. Pourtant dans le cadre de ce signe présent sur le web se posent les questions de sa signification et de la valeur attribuée par les usagers. En effet, comme le souligne Françoise Morvan, les discours des membres du mouvement

[745] Philippe Rault, *op.cit.*, p. 48.

[746] Ouvrage publié par Théodore de la Villemarqué en 1839.

[747] Breizh Atao (littéralement Bretagne Toujours) désigne couramment le mouvement autonomiste breton de la seconde Guerre Mondiale.

[748] Françoise Morvan, *Le monde comme si*, Paris, Éditions actes Sud, 2002, p. 194.

[749] Françoise Morvan, *op.cit.*, p. 194.

[750] Pierre Musso, *Critique des réseaux*, Paris, PUF, 2003, p. 21.

[751] Pierre Musso, *op.cit.*, p. 264.

breton durant la guerre n'ont pas trouvé d'écho auprès de la population. Alors pourquoi en 2010, devient-il le drapeau de tous les bretons, connu à l'étranger, présent lors d'événements culturels, politiques, sportifs et pourquoi dans notre corpus « web régional » représente-t-il 15 %[752] des signes iconiques ? La question est bien la différence entre ce qu'il dénote, les bandes noires et blanches et les hermines dans son contexte de production, et ce qu'il connote, la Bretagne dans son contexte d'usage, aujourd'hui sur le web.

Nous nous appuierons sur les sèmes et lexèmes chez Greimas, pour essayer de comprendre la mise en scène du drapeau breton aujourd'hui sur le web, et le changement de connotation d'un signe dans le temps entre son contexte de production et son contexte d'usage selon la proposition de Descola[753], comme nous venons de le voir. *« (...) Les qualités définissent les choses, c'est-à-dire que le sème s est un des éléments constituant le terme-objet A, et celui-ci, au bout d'une analyse exhaustive, se définit comme la collection des sèmes s1, s2, s3 etc.* [754]*»* Le sème est un élément du lexème qui est le terme-objet A. De ce fait, le lexème est *« (...) un ensemble de sèmes reliés entre eux par des relations hiérarchiques »* et *« (...) le même type de relations entre sèmes enregistrés à l'intérieur du lexème peut également exister entre les lexèmes à l'intérieur des unités du discours plus larges »*[755]. Les sèmes ne proviennent donc pas obligatoirement des mêmes systèmes sémiques entre lesquels il existe des relations hiérarchiques, mais qui peuvent se réunir dans un lexème[756].

Ainsi, le Gwenn-ha-du pourrait être défini comme un lexème donc une collection de sèmes. Lors de sa création en 1923, si l'on reprend le discours de son créateur, Morvan Marchal, les sèmes seraient tradition (plain d'hermines), modernité et diversité (bandes noires et blanches). Greimas souligne la dimension historique des lexèmes, car ils sont liés à l'événement. *« Cela veut dire que, au cours de l'histoire, les lexèmes s'enrichissent de nouveaux sèmes, mais que cette même histoire, c'est-à-dire, à l'extrême écart qui sépare un procès de communication de l'autre (car la diachronie peut comprendre les durées de cinq secondes tout aussi bien que de cinq siècles), peut vider les lexèmes de certains de leurs sèmes.*[757]*»*

Greimas se situe dans l'analyse sémantique et nous appliquons sa théorie à un signe iconique. Cependant, en admettant que lors de sa production, le drapeau breton en 1923 se

[752] Nous ne prétendons pas à l'exhaustivité de ce pourcentage puisque le relevé est visuel et le décompte manuel.

[753] Philippe Descola, in Bruno Latour (sous la dir.), *Le dialogue des cultures*, Paris, Actes Sud-Musée du Quai Branly, 2007, p. 393.

[754] Algirdas Julien Greimas, *Sémantique structurale*, Paris, PUF, 2002, p. 27.

[755] Algirdas Julien Greimas, *op.cit.*, p. 36

[756] Algirdas Julien Greimas, *Sémantique structurale*, Paris, PUF, 2002, p. 38.

[757] Algirdas Julien Greimas, *op.cit.*, p. 38.

composait d'un ensemble de sèmes, en 2010, sur le web, les sèmes qui composent ce lexème /Gwenn-ha-Du/ peuvent s'avérer différents ou identiques, selon les contextes, selon les mises en scène. Nous ne pouvons pas vérifier si le changement de support induit un changement de connotation. Existe-t-il une différence de signification entre un macaron du drapeau collé sur une voiture, un drapeau promené en festival ou un drapeau, signe iconique sur un site web ? Le changement de connotation dans une dimension temporelle ou historique et entre différentes mises en scène sur le web est en revanche envisageable.

De plus, Greimas relève deux contraintes dans le discours car la communication est un acte et un choix libre mais limité dans l'univers signifiant de son déroulement. La première est un « réseau de contraintes apriorique » dans cet acte qui contraint la liberté et qui se retrouve dans l'énoncé. La seconde contrainte est la répétition sur le plan linguistique ou l'habitude sur le plan de la communication. Au final, l'environnement du locuteur est relativement stable[758] car une totale liberté aboutit à la non-communication et une parole socialisée et itérative aboutit à la négation de la communication puisqu'elle ne comporte plus d'information. La méthode de Greimas est alors de partir du lexème et non du sème. Selon le contexte, un lexème peut avoir un sème nucléaire défini comme un invariant et des variables sémiques, dénommées sèmes contextuels. Certains contextes peuvent avoir le même sens, la même unité de signification, appelée sémème[759]. Alors que le sème nucléaire demeure invariant, les sèmes contextuels sont plus ambigus, et sont dénommés des classèmes. L'hypothèse de Greimas est que les sèmes contextuels ont une certaine autonomie. Les sèmes varient dans le temps, le contexte d'énonciation, le discours, la mise en scène sur un site web, autant du point de vue du locuteur (celui qui produit le message) que de l'allocutaire (celui qui reçoit le message). Cette variation nous oblige à considérer ce que fait le signe en propre sur une page web, sur un site web puis pris dans un réseau de liens hypertextes.

Nous avons vu la vie d'un signe depuis sa création. Sa vie paraît continuer sur le web, et sa valeur change également selon les contextes du web lui-même. Le contexte de production ne coïncide pas obligatoirement avec le contexte d'usage. Après son histoire propre de signe, que fait-il ou comment fonctionne-t-il sur le web ? Comment est-il partagé, quelle est sa dynamique sur le web ?

[758] Algirdas Julien Greimas, *op.cit.*, p. 36.

[759] Algirdas Julien Greimas, *op.cit.*, p. 45.

2 - 2 - La vie d'un drapeau breton sur le web

À R. Barthes qui adapte les concepts clefs de la linguistique structurale pour la description sémiologique de systèmes d'objets extra-linguistiques comme le vêtement ou la nourriture, nous reprenons les deux systèmes de signification que sont la dénotation et la connotation[760]. En ce sens, les deux hypothèses traitées à travers ce signe iconique sont un changement de connotation dans le temps et selon le support, et cette capacité propre du signe à circuler. À partir de ce principe des deux systèmes de signification que sont la connotation et la dénotation selon R. Barthes[761], le drapeau breton apparaîtra comme opérateur de nomination et d'identification, comme opérateur de la langue usitée, comme convocation du territoire à travers le monde.

1) Nomination/identification

Précédemment nous avions souligné que le Gwenn-ha-du comme « favicon » pour *tourismebretagne.com* fonctionnait comme un procédé d'attachement territorial car il participait à la nomination et à l'identification de l'éditeur à travers un signe attaché territorialement. Dans le cadre de sa nomination sur le web, *tourismebretagne.com* utilise deux représentations graphiques de la Bretagne qui sont le Gwenn-ha-du présent dans la barre d'adressage du navigateur sous la forme d'un « favicon » devant l'adresse URL et un logotype où la moucheture d'hermine est présente, comme dans le logotype du « Conseil régional de Bretagne ». Le Gwenn-ha-Du devient un élément aisément identifiable noyé dans la masse d'une liste de favoris de sites web d'un navigateur web. Pourtant, quand la forme fait sens, elle devient un point de repère, sans que le contenu présent derrière ce signe soit identique, comme nous allons le montrer. En somme, si le répertoire de signes transposables repose dans ce cas sur un seul signe, le répertoire d'actions disponible derrière ce signe apparaît plus vaste.

La nomination, l'identification et l'attachement territorial de *geobreizh.com* apparaissent dès la barre d'adressage du navigateur avec la présence du logotype, qui est une tête d'hermine (animal) de couleur bleue.

[760] Roland Barthes, *Éléments de sémiologie*, Oeuvres Complètes, tome 1, Paris, Éditions du Seuil, 1993, p. 1517.

[761] Roland Barthes, *op.cit.*, p. 1517.

Figure 28. geobreizh.com, capture d'écran du logotype et du nom, procédé de nomination et d'identification

Mais l'éditeur de *geobreizh.com* ne se nomme pas uniquement, il propose de découvrir les drapeaux bretons, la signalétique bilingue et la langue bretonne. Il met d'ailleurs en ligne un site web spécifiquement sur les drapeaux bretons qui est *banniel.com* qui dispose d'un « favicon » de la forme d'un Gwenn-ha-du. Ce dernier n'est pas uniquement un signe qui permet aux sites web ou aux éditeurs de sites web de se nommer, d'être identifiés ou de décrire l'histoire du Gwenn-ha-du et autres drapeaux bretons. En plus de devenir l'identifiant de la Bretagne pour l'ensemble des drapeaux de la Bretagne, il est également associé à une langue sur l'interface afin que l'internaute sélectionne la langue d'affichage des signes verbaux.

2) La langue

Le choix de la langue d'affichage des signes verbaux est matérialisé sur le site web par des ronds sur lesquels il est possible de cliquer. La reconnaissance des langues passe par leur drapeau et le territoire correspondant, pour le breton, le Gwenn-ha-du, pour l'anglais, l'Union Jack. Cette mise en scène sur *dastum.net* se retrouve à l'identique sur le site web *paysanbreton.com*. Sur le moteur de recherche *breizhat.com*, les sites web sont présentés sous forme de liste accompagnée des icônes pour la possibilité d'affichage du contenu en breton. Ces icônes-langue sont de petite taille (format GIF 25px×24px ou image PNG de 33px×22px sur *kaouenn.net)*, présents dans le bandeau en haut de page, *dastum.net* excepté.

Figure 29. kaouenn.net, capture d'écran des drapeaux-icônes pour la sélection de la langue

Lorsque l'internaute arrive sur *kaouenn.net*[762], il se retrouve face à une interface en breton. Les drapeaux facilitent la recherche d'une traduction de l'interface. Chaque langue est mentionnée en fonction de la langue d'affichage. Ainsi en français, les signes verbaux sont /breton/, /anglais/, /français/ tandis qu'en breton, les mêmes signes verbaux sont /brezhoneg/, /saozneg/, /galleg/. Chaque signe verbal est donc accompagné d'un signe

[762] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web kaouenn.net.

iconique qui est le drapeau national pour les deux pays et régional pour la Bretagne. La mention du territoire « physique » repose sur l'usage du breton, avec le slogan de la page d'accueil en français /E Brezhoneg !/ littéralement /En breton !/. Les signes iconiques de l'attachement territorial sont restreints, cet icône-langue de la traduction en breton excepté. Ce type d'icône convoque la langue d'un territoire.

Sur *brezhoweb.com*, le changement de la langue d'affichage des signes verbaux est indiqué par un signe verbal /Brezhoneg/ pour le breton, /Français/ pour le français. Parfois la présentation du Gwenn-ha-Du est associée au breton en dehors de l'affichage. Un Gwenn-ha-Du est présent sur *brezhoweb.com* dans un épisode de « Ken Tuch ! »[763]. Dans cette série version télévisée ou « sitcom » avec des épisodes d'une durée de deux minutes, la caméra est fixe face à deux ou trois personnages qui parlent en breton dans une cuisine. Dans l'épisode intitulé « Défilé », du 6 février 2009, l'un des personnages s'est enroulé dans un drapeau, lui faisant une cape. Le drapeau dépasse la signalétique en vue de mettre en scène un personnage qui se prépare pour aller à un défilé. Il est associé à la revendication dans la mise en scène.

Cette connotation, associée au breton et non uniquement à la Bretagne comme territoire « physique », qui pourrait être le sens premier de ce drapeau, se retrouve également dans une actualité sur le site web de la ville de Rennes. L'article intitulé « Ya d'ar brezhoneg, oui au breton » qui relate la signature d'une charte de la ville de Rennes mise en place par « l'Office de la langue bretonne » est accompagné d'une photographie de l'opéra de Rennes devant lequel est disposé ce qui semble être un drapeau breton, même s'il n'est pas visible entièrement[764]. Cette présence du Gwenn-ha-du contraste avec l'ensemble des signes verbaux où les mentions du territoire breton se font dans des sous-rubriques sur le mode de la convocation historique, ou de présentation de l'économie rennaise et des infrastructures de réseau. Il n'existe pas d'usage d'éléments visuels de l'attachement territorial excepté ce drapeau illustrant une actualité liée à la langue, le breton.

D'autres outils du web se situent entre « l'innovation » et l'attachement territorial. L'attachement territorial sur *antourtan.org* ne passe pas par la présence de signes iconiques (drapeau, hermine, triskèle), excepté le site web de « radio Kerne » réalisé en collaboration avec Mikael Bodlore-Penlaez, éditeur de *geobreizh.com*. Le Gwenn-ha-du se trouve dans les émissions, souvent en arrière-plan comme élément de décor d'une scène de fest-noz ou d'une manifestation. *Antourtan.org* présente donc ce signe sur un autre site web qui est *Bagadoo.fr,*

[763] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web brezhoweb.com : abréviation de « Ken Tu Chant(ig) » littéralement « à bientôt », « ken tuch' » abréviation signifiant « à plus ».

[764] Cf. AnnexesDVD. Grille d'analyse du site web rennes.fr.

/serveur de la Cornouaille/[765], sur lequel il est possible de télécharger le navigateur « Navig », le /navigateur internet breton-français/. Ce navigateur bilingue a été distribué par « An Tour Tan », réalisé par « i comme » et traduit par « l'office de la langue bretonne ». Dans le bandeau du haut, d'accès et de navigation, l'arrière-plan est constitué de drapeau Gwenn-ha-Du répété sur toute la largeur de l'interface.

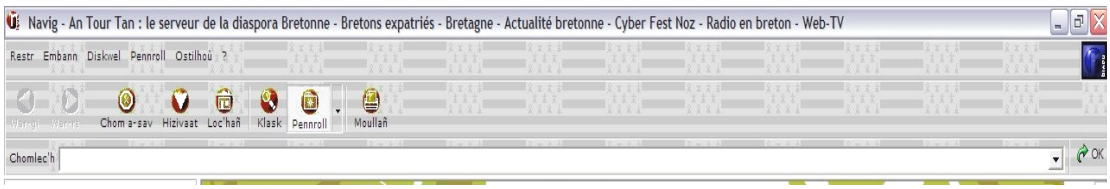


Figure 30. antourtan.org, capture d'écran du navigateur "Navig", mars 2009

Sur *bretagne.fr*, le site web du « Conseil régional de Bretagne » le Gwenn-ha-Du peu présent sur l'interface se retrouve dans une rubrique intitulée « Langues bretonnes » où le bilinguisme est explicitement affiché. Jusqu'en mars 2009, le gallo, langue de Haute-Bretagne était mentionné[766]. Mais l'association entre le Gwenn-ha-Du et la langue se limite au breton à travers des photographies. La première photographie est le drapeau français et le drapeau breton mis côte à côte. L'image est au format JPEG de dimensions 630px × 231px tandis que les trois autres images ont pour dimensions 280px × 205px. Le signe iconique utilisé afin de mentionner l'opérateur qui permet d'afficher les signes verbaux en breton sur la page d'accueil du site web est /BZH/ ; deux signes verbaux /Brezhoneg/ ; /le site en breton/.

Figure 31. bretagne.fr, scène du lieu d'accès à la traduction en breton sur la page d'accueil

Figure 32. bretagne.fr, capture d'écran de la présence du Gwenn-ha-du et des panneaux de signalisation routière bilingues

[765] Navigateur « Navig », disponible en avril 2010 à l'adresse URL : http://www.antourtan.org/navig.html.

[766] Le nuage de tags de cette page avait les termes suivants : /édition bretonne/ ; /langue bretonne/ ; /office de la langue bretonne/ ; /DR/ ; /Haute Bretagne/ ; /apprentis bretons/ ; /école/ ; /langues régionales/ ; /gallo/ ; /médias/ ; /Diwan/ ; /collectivités locales/.

Dans tous ces exemples, la forme qui demeure est donc le drapeau moderne. Dans notre corpus « web régional », il est associé à la langue. Ces deux signes langue et drapeau se renforcent. La signification « breton » est appuyée par la présence du drapeau sur l'interface. La forme du drapeau et la mise en scène sous forme d'icône l'associent au breton. La revendication, ou l'action de la revendication n'est pas unique. Il indique la traduction des contenus. La langue permet de produire des contenus en breton, de conserver des contenus en breton, de créer des outils web comme un navigateur en breton. Dans ce cas, le Gwenn-ha-du dépasse la forme identifiable comme attachée au territoire de la Bretagne et devient attaché à une seule langue, le breton. Ainsi, le drapeau comme signe vient connoter un autre élément que le territoire lui-même qui est la langue. Nous allons préciser ce premier élément de convocation du territoire.

3) Le territoire convoqué

L'attachement territorial n'est pas l'unique but de la présence d'un site web sur le web. Nous pouvons parfois les regrouper sous un même type, ou détecter des agrégats de sites web qui relèvent du degré de « convocation du territoire ».

Sur le site web du « Parti du Peuple Breton », *adsav.org* est un parti qui se définit comme indépendantiste et créé en 2000. Leur propre drapeau autour d'un triskèle prédomine sur la présentation du Gwenn-ha-du ou de la Croix Noire. Le contexte de présentation et de l'attachement territorial n'est pas le même. Le Gwenn-ha-du reprend une revendication, qui est celle d'un territoire indépendant. Cette revendication existe, elle est présente. Toutefois notre corpus « web régional » ne permet pas de présenter une amplification de cette revendication.

La présence du territoire, ou la convocation du territoire peuvent varier, et amplifier des formes mixtes de présence du Gwenn-ha-du sur le web. A. Fortin et D. Sanderson ont choisi sur le web québécois de porter leur analyse sur les récits d'espaces[767] à partir notamment des illustrations comme « points de repère uniques à la région », en distinguant le « marqueur identitaire » à l'usage des habitants, et les « points de repère éventuels » à l'usage des visiteurs. En ce sens, les vidéos sur *kaouenn.net* seraient un « marqueur identitaire » puisqu'elles sont mises en ligne par des internautes (supposés bretonnants). Les Gwenn-ha-du, les logotypes du « Conseil régional de Bretagne » en français et en breton et les autres institutions comme les mairies, les communautés de communes, les conseils généraux ou la presse locale seraient des « points de repère éventuels » pour les « visiteurs » puisque le territoire « physique » n'est pas explicitement présent dans les signes verbaux. Pourtant selon

[767] Andrée, Fortin, Duncan, Sanderson, *Espaces et Identités en construction*, pp. 124-128.

notre échelle de l'attachement territorial, ces logotypes ou vidéos en breton appartiennent au degré de la convocation du territoire.

Parfois la mise en scène du territoire convoqué repose sur des photographies, comme sur *geobreizh.com*. La dimension discursive est narrative pour la perspective historique et peut être argumentative sur la place qu'occupe ce drapeau aujourd'hui. Néanmoins, la connotation entre 1923 et aujourd'hui semble avoir changé dans ce discours. Le drapeau Gwenn-ha-du n'est plus celui de l'engagement politique. Le drapeau devient /l'ambassadeur des bretons à travers le monde/, /et représente la Bretagne et les Bretons à travers le monde/. Cette connotation terminera la présentation du drapeau avec le sème contextuel du /globe-trotter/ ou de l'ambassadeur.

De ce fait, il existe deux discours sur le corpus « web régional » qui dépassent les frontières du territoire « physique » :

- la diaspora, peu visible dans ce corpus, mais présente dans le signe verbal /d'ici ou d'ailleurs/ qui concerne donc les individus, et,
- des signes devenant des « ambassadeurs » qui parcourent le monde, la crêpe pour *tourismebretagne.com*, le drapeau Gwenn-ha-du pour *geobreizh.com* ou un site web dédié au tour du monde de ce drapeau.

Dans notre premier exemple, le Gwenn-ha-du appartenait au degré de la revendication dans l'échelle de l'attachement territorial. Dans le dernier exemple, ce drapeau devient la connotation de l'attachement territorial, de l'attachement comme ambassadeur ou globe-trotter, inscrit dans la convocation du territoire. /La moucheture d'hermine connue comme l'emblème fort de la Bretagne y trouve naturellement une place de choix/ et ce drapeau est composé donc de cette moucheture d'hermine, /connue comme l'emblème fort de la Bretagne/ nous indique *geobreizh.com*. Ils sont donc liés. Cette proposition est appuyée par l'adverbe /naturellement/ dans la seconde partie de la proposition. Il se charge également d'un sens « institution » puisqu'/il apparaît aujourd'hui sur le fronton de nos mairies et de nos institutions/. Ainsi le Gwenn-ha-Du se charge d'un nouveau sème celui de la dimension symbolique, de l'institution.

Sur ce site web, dans la rubrique « Photo du Gwenn-ha-du », on trouve un ensemble de photographies associés à des événements du territoire « physique »:

- La première est le drapeau mis sur la flèche de la cathédrale Notre-Dame à Paris lors d'une manifestation de soutien à des militants du Front de Libération de la Bretagne le 3 octobre 1972[768],

[768] Philippe Rault, *Les drapeaux bretons des origines à nos jours*, p. 45.

- La seconde est le drapeau tendu devant l'Hôtel de Ville de Rennes, photographie que l'on retrouve sous un autre angle de vue sur le site web *rennes.fr*, pour l'actualité sur le breton,

- La troisième est l'artiste américain Ben Harper présent au Festival des Vieilles Charrues à Carhaix en juillet 1999 avec en arrière-plan le Gwenn-ha-du. L'artiste salue son public devant ce drapeau,

- La quatrième est la signature du « Plan d'actions Bretagne – Pays-de-Galles » entre Rhodri Morgan, Premier ministre du Pays de Galles et Jean-Yves Le Drian, président du « Conseil régional de Bretagne », repris du site web de l'« Agence Bretagne Presse »,

- La cinquième est l'adaptation du Drapeau version Anarchiste breton.

Ces photographies sont mises en scène dans le territoire « physique ». Ces mises en scène de production sont mises au service de la mise en scène du site web. « *Vous avez également une image forte, et celle-là je l'aime beaucoup. C'est celle de Ben Harper lors des « Vieilles Charrues » ... qui s'était enroulé dans un Gwenn-ha-du. C'est un symbole fort car Ben Harper est quand même un chanteur internationalement connu, qui représente aussi la diversité. Et prendre ce symbole de la Bretagne devant son public, c'est quelque chose de fort. C'est vrai que le choix des photographies était fait de manière à avoir une partie de l'histoire assez marquée, pour voir la façon dont le Gwenn-ha-du a été créé, à partir des mouchetures d'hermine ducale jusqu'à aujourd'hui où c'est un symbole qui représente la diversité bretonne.* [769]» Ce n'est plus seulement un territoire qui est convoqué mais à cette convocation est associée une ouverture de ce territoire. En effet, cette mise en scène ne paraît pas appartenir au degré de revendication, malgré la présence d'un drapeau politique dans la cinquième photographie.

Éléments textuels
« Il est aujourd'hui utilisé comme l'emblème fort de la Bretagne. Apolitique et esthétique, il apparaît aujourd'hui sur le fronton de nos mairies et de nos institutions et représente la Bretagne et les Bretons à travers le monde. » ; « Drapeau de Nantes (capitale de Bretagne) et drapeaux bretons » « Drapeaux breton et européen » ; « Drapeaux Basque, Breton, Irlandais » ; « Manifestation en Bretagne : Drapeaux et Gwenn-ha-du au vent » Figure 1 : Le Gwenn-ha-du, sur la flèche de la cathédrale Notre-Dame à Paris (3/10/1972) Figure 2 : Gwenn-ha-du géant devant l'Hôtel de Ville de Rennes Figure 3 : Ben Harper au Festival des Vieilles Charrues à Carhaix en août 1999 saluant son public devant le Gwenn-ha-du Figure 4 : Rhodri Morgan, Premier ministre du Pays de Galles et Jean-Yves Le Drian de la Région Bretagne lors de la signature du « Plan d'actions Bretagne – Pays-de-Galles » Photo : Agence Bretagne Presse Figure 5 : Drapeau Anarchiste breton

[769] Cf. Annexes DVD. Entretien Mikael Bodlore-Penlaez, éditeur du site web geobreizh.com, le 22 avril 2008.

Éléments visuels

Sur les monuments :

1.

Le Gwenn ha du, sur la flèche de la cathédrale Notre-Dame à Paris (3/10/1972)

2.

Gwenn ha du géant devant l'Hôtel de Ville de Rennes

Avec les acteurs culturels et politiques :

3.

Ben Harper au Festival des Vieilles Charrues à Carnaix en août 1999 saluant son public devant le Gwenn ha du.

4.

Rhodri Morgan, Premier ministre du Pays de Galles et Jean-Yves Le Drian, Président de la Région Bretagne lors de la signature du "Plan d'actions Bretagne - Pays-de-Galles" Photo: Agence Bretagne Presse

Drapeau anarchiste breton :

5.

Drapeau anarchiste breton

Figure 33. geobreizh.com, tableau des photographies du Gwenn-ha-du

2 - 3 - Attacher des signes détachés avec un signe transposable

En dehors des photographies, le Gwenn-ha-du peut apparaître dans des vidéos, notamment mises en ligne sur *tourismebretagne.com*[770]. Cette vidéo est un contenu rapporté du site web *barravel.com*. D'une durée de 2 minutes 51 secondes, cette vidéo intitulée « Barr Avel Teaser[771] », réalisée par Ronan Gladu présente durant vingt secondes une succession de logotypes des sponsors sur fond noir[772]. Entre la promotion d'entreprise des Landes et de Bretagne, cette vidéo est l'annonce d'un support plus long, un DVD faisant la promotion du premier film de surf en Bretagne avec lien vers le site web *barravel.com*. Les signes sonores mêlent les sons de la nature (marée) et les instruments de musique (cornemuse). Après les vaches comme sur *paysanbreton.com*, les vagues, la tempête, le Gwenn-ha-du apparaît durant cinq secondes avant de laisser place aux habitants, aux bords de mer (côtes), aux porcs, aux surfeurs et au logotype « BarrAvel » présenté sur fond noir. Il se compose de trois nuages (jaune, rose, bleu) avec des hermines qui partent en éclairs. Sur *barravel.com,* la vidéo qui présente ce /1er film de surf en Bretagne/ positionne sur chacune des photographies qui se succèdent durant 57 secondes un Gwenn-ha-du. En ce sens, lors de la promotion d'un sport et de sa pratique dans un territoire, le Gwenn-ha-du assure l'attachement territorial d'une image de vague qui ne comporte pas en elle-même d'attachement territorial. Le Gwenn-ha-du précise le lieu et vient se combiner avec des termes en breton et d'autres signes dans le logotype comme la moucheture d'hermine transformée en éclair.

Figure 34. barravel.com, Capture d'écran de la page d'accueil du site web www.barravel.com

[770] Cf. Annexes DVD. Grille d'analyse du site web tourismebretagne.com.

[771] Ce titre se compose d'un terme breton « barr-avel » qui signifie « tempête, coup de vent » et de teaser, terme anglais signifiant « aguiche ».

[772] Sponsors de cette vidéo : l'« Ecole de surf de Bretagne », « Kanabeach » : marque de vêtements du Finistère, « Kustom » : marque de vêtements d'Hossegor, « FCS » fabricant de surf australien dont la distribution est assurée en Europe à Hossegor, « Nautisme en Finistère », « Nautisme en Bretagne » et « Surfsession » : éditeur basé à Anglet

Dans cette vidéo, le Gwenn-ha-du vient attacher territorialement des images qui pourraient apparaître indéterminées, ou non-attachées puisque ce sont des photographies de vagues. Ce signe transposable qu'est le drapeau devient de la signalétique « topographique » (« c'est d'ici, de Bretagne ») et topologique, un sceau estampillé « Bretagne » appliqué à différents contenus n'apparaissant pas comme attachés à ce territoire. Cette mise en scène diffère de la présentation du drapeau sur *geobreizh.com*. La mise en perspective historique autour d'événements dans les photographies entre dans la définition de l'attachement de ce signe à un territoire désigné, défini qu'est la Bretagne. Au niveau de la barre d'adressage, en tant que « favicon », ce drapeau signale l'attachement supposé du site web ou des contenus du site web à un territoire dénoté dans le drapeau. Ce drapeau n'apparaît plus comme le symbole pour l'action (par exemple, mourir pour un drapeau, sous le drapeau, entendu un pays) mais comme une forme identifiable et identifiée, qui désigne des contenus divers en lien avec un territoire aux limites floues entre définition administrative et référence historique. Ce qui est connoté paraît plus complexe que pour un symbole car les mises en scène d'apparition du drapeau sur cet outil web varient :

- un indice, une signalétique avant l'entrée sur le site web de l'attachement supposé de ce site web (ou de ses contenus) à un territoire non-défini au milieu d'une masse indifférenciée ;
- sur le site web, un « bouton » en tant que signe-passeur d'un icône-langue pour changer la langue d'affichage des contenus ;
- un indice, une signalétique « topographique » de la provenance d'une image qui devient topologique, comme sceau estampillé « Bretagne » appliqué à des contenus visiblement non-attachés,
- un signe désignant un territoire, un peuple, une nation, un combat, etc. variant suivant le contexte général de mise en scène ou du scénario du site web.

Il existe une autre forme qui consiste à prendre un lieu indéterminé dans le monde et à le ramener, à le rattacher à un territoire. Après les pavillons des bateaux affrétés par les ducs bretons, le Gwenn-ha-du et autres drapeaux associés parcourent le monde et le web, comme nous le montrerons dans le point suivant. Cet attachement n'est pas valable pour tous les signes, comme les couleurs par exemple[773].

[773] Nous avons essayé de trouver une structure chromatique sur les sites web du « corpus web régional » à partir de deux couleurs le bleu et le vert, que l'on retrouve dans le logotype de la Région Bretagne. De plus le terme /glas/ en breton désigne à la fois le vert et le bleu, et nous avions émis l'hypothèse que ces deux couleurs pouvaient renvoyer à la face mer (armor) et terre (argoat) de la Bretagne, voire que le blanc et noir pourraient évoquer la couleur du drapeau. Nous avions créé donc cinq catégories non exclusives (vert, bleu, vert et bleu, blanc et noir, rouge et orange et jaune). Finalement, 293 sites web avaient comme couleur dominante le bleu et 230 le rouge, orange, jaune, et seulement 20 une équivalence prédominante entre vert et bleu et 115 pour le noir et blanc. Cette hypothèse nous est donc apparue comme nulle, surtout sans comparaison avec d'autres corpus « web régionaux ».

Le web devient un véritable moyen d'amplifier un phénomène de « drapeau globe-trotter », mis en scène également par l'acteur politique. Dans le portrait territorial du « Conseil régional de Bretagne », une série de onze vidéos appelée /La Bretagne dans tous ses états/ illustre les politiques publiques régionales. Ainsi la vidéo « International » met en scène la création de l'association « Bretagne international ». Dans cette vidéo, le drapeau Gwenn-ha-du apparaît dans la présentation de la coopération avec une région en Pologne et en Chine.

Figure 35. bretagne.fr, capture écran vidéo présentant le Gwenn-ha-du en Chine

L'apparition du Gwenn-ha-du à l'image, se référant à l'identité bretonne est accompagnée de l'évocation de l'ouverture à travers la présence d'un autre pays qui est la Chine. Le Gwenn-ha-du est présent dans cette vidéo se déroulant en Chine. Comme le signe verbal /identité/ est toujours placé en miroir du terme /ouverture/, ou dans une autre vidéo /enracinés mais ouverts/, le signe iconique Gwenn-ha-du est mis en scène dans un pays étranger comme signe d'ouverture. Dans ce cas, le Gwenn-ha-du sort de sa précédente connotation avec le breton, en vue de prendre la connotation de l'ouverture. Cette mise en scène identité/ouverture coïncide avec la démarche de créer une « marque Bretagne » pour laquelle une étude a été lancée en janvier 2009 par le « Conseil Régional de Bretagne ». Dans ce cas précis, c'est l'institution régionale qui influe ces deux connotations mais en est-elle l'initiatrice ou reprend-elle ce que les acteurs font sur le web ? La mise en scène porte sur la dimension d'ouverture de la Bretagne, et non sur l'identité bretonne. La mise en scène oscille entre la volonté de différenciation qui s'appuie sur l'identité et dans le même temps, une différenciation qui est accompagnée dans chaque mise en scène de l'ouverture.

Dans cette mise en scène, est-ce l'acteur politique qui unifie, qui insuffle cette connotation d'ouverture ? L'origine, la genèse de cette connotation n'apparaît pas et semble

multiple, comme nous l'avons précédemment souligné à propos d'*alaisebreizh.com*. En somme, l'initiation de la connotation est moins déterminante que la circulation de cette connotation sur le web qui devient une manière d'instituer cette connotation et ce signe.

Dans son contexte de production initiale en 1923, le drapeau pouvait être selon l'échelle de l'attachement territorial dans le degré revendication. Quand il parcourt le monde via les photographies présentes sur les sites web, le degré devient celui du bricolage. Quand il désigne la langue, il est autant de la revendication pour des médias en breton, comme nous le présenterons que la convocation du territoire où des personnes parlent breton. Le signe iconique qu'est le drapeau doit-il forcément être associé à la revendication, ou aujourd'hui n'est-il pas parfois simplement la convocation du territoire ? De plus, le dépassement du drapeau de la dimension régionale voire nationale se confirme. Le drapeau devient signe transposable à l'échelle mondiale, où ce principe d'emporter un drapeau dans un pays étranger connaît une nouvelle visibilité et une amplification du mouvement avec le web.

La vision qui accompagne la mise en scène sur *alaisebreizh.com* est de deux ordres. Le premier est celui de présenter les clients d'une marque comme membres de la marque et à la fois d'un « milieu » créé autour de la marque. Le second est de présenter le territoire « physique » de référence de la marque et des clients qui est la Bretagne à une échelle non pas locale mais mondiale. La territorialité se combine entre un référent territorial local qu'est la Bretagne, qu'il est possible de véhiculer à travers le monde (avec des vêtements ou un drapeau) et dont on rend compte sur le web. La photographie apporte la preuve visuelle d'une dimension à l'échelle mondiale à la fois de la marque et de la Bretagne. Le titre de la rubrique sur *alaisebreizh.com* reprend cette dimension mondiale « in the world of la terre du monde entier », recourant à une redondance entre termes en anglais et en français qui accentue cette dimension mondiale. L'internaute est mis à contribution à la condition d'être revêtu de la marque, « sapé en ALB ». Ainsi dans le discours, il n'est pas fait mention du drapeau breton, pourtant présent sur les photographies. L'humour et la logique commerciale s'associent autour de signes tirés de la culture d'un territoire. Ce détournement des éléments de la culture sur des vêtements à des fins de commercialisation se retrouve avec la marque Béarnaise « Adishatz», www.adishatz.com, la marque Basque « 64 », www.64.eu, la marque Basque « Kukuxumusu », www.kukuxumusu.fr. Cette dernière propose également une rubrique « kukuxumusu planet » dans laquelle les internautes peuvent envoyer des photographies ou des vidéos avec les produits de la marque. La dimension mondiale est présente sans convocation du drapeau basque Ikurriña.

2 - 4 - L'attachement territorial sur un temps long

Entre le 11 janvier et le 13 janvier 2010, le défi est lancé sur la plateforme *Facebook* « Un parisien a dit que je ne pouvais pas réunir 150000 bretons en 48H » et 151 175 bretons se sont inscrits sur ce groupe. Le défi est bref. L'image qui accompagne ce groupe est un Gwenn-ha-du. Le 26 avril 2010 ce groupe réunit 208 301 membres, le pari est gagné et le groupe se développe autour d'un autre projet *bzhnetwork.com* qui a été lancé initialement en décembre 2005, sur la plateforme *Viadéo* avant d'utiliser *Facebook* et le site web *www.bzhnetwork.com*.[774] En conséquence, des initiatives nées selon des objectifs apparemment différents et en des temps séparés se retrouvent autour du thème des Bretons dans le monde. Le territoire peut devenir un des thèmes d'attachement dans le monde, mais ce type d'attachement peut être éphémère. La qualification de l'affinité pourrait reposer sur le fait que les internautes vivent ou ont vécu sur ce territoire, selon la définition de Gabriel Dupuy[775], et que le réseau de communication électronique vient pallier la distance physique. Cependant définir une affinité sur le web s'avère complexe puisque s'inscrire dans un groupe sur *Facebook* n'est pas enfermant. Il est envisageable une fois le défi terminé de résilier son inscription. L'adhésion est alors éphémère, volage même si le substrat paraît demeurer territorial.

Il existe d'autres groupes où ce n'est pas l'affinité comme une appartenance, ou une revendication de son identité qui est mobilisée mais un signe attaché au territoire. Sur *Facebook*, un groupe « le Breizh Flag Trip Tour[776] (BFTT) " Les Bretons sont partout !" » se donne pour objectif de traverser l'ensemble des pays du monde avec le drapeau Gwenn-ha-du. La genèse du projet est évoquée en ces termes par son créateur, Steve Dufeil. L'initiateur du projet se définit comme « Un malouin [entendu du pays de Saint Malo, *N.D.A.*], "moi" collectionneur de drapeaux, passionné de géographie et "légèrement" chauvin [777]». En août 2008, il a eu « l'idée », reprenant le film « Amélie Poulain[778] » et le voyage d'un nain de jardin à travers le monde, de donner un drapeau Gwenn-ha-du à ses amis afin qu'ils se photographient devant des monuments lors de leur voyage. Utilisant la plateforme *Facebook*, il crée un groupe composé d'un « cercle d'amis malouins » qui s'étend. Le cercle s'agrandit et

[774] Mariannig Le Béchec, Simon Le Bayon, Public Policy and Social Network in Brittany (Bretagne). Studies about "Bretagne 2.0" and "BZH Network". 5th Prato Community Informatics & Development Informatics Conference 2008: ICTs for Social Inclusion, What is the Reality?, 27 Oct-30 Oct 2008, Monash Centre, Prato, Italy.

[775] Gabriel Dupuy, *Internet, géographie d'un réseau*, p. 73.

[776] Breizh Flag Trip Tour ou, difficilement traduisible « Tour du monde du drapeau de la Bretagne ».

[777] Mail échangé en avril 2010, avec Steve Dufeil, initiateur du projet « Breizh Flag Trip Tour ».

[778] « Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain », film de Jean-Pierre Jeunet, sorti au cinéma en 2001.

dans le courant de l'année 2009, le nom est déposé et une association loi 1901 est créée, « devant l'ampleur que prenait notre petit "délire" », indique le créateur. Lancé le 13 septembre 2008, ce groupe compte le 26 avril 2010, 6647 membres, pour 111 pays présentés sur une carte du monde où les photographies sont géolocalisées grâce à une hermine. Deux types sont distingués, les pays, régions ou villes et les événements. Est-ce un genre de la circulation : un signe circulant via les internautes en devenant l'acteur de l'attachement territorial sur le web et dans le monde? Le contexte d'usage de l'objet crée une nouvelle agence du drapeau. Le drapeau circule entre le territoire et le web.

Figure 36. bftt.fr capture d'écran de la carte du monde avec les drapeaux géolocalisés

Qui sont les internautes qui emportent un drapeau, se photographient et postent ces photographies ? Sur la plateforme *Facebook*, ils peuvent se reconnaître en ces termes : « *Vous êtes un gros chauvin et pour vous la Bretagne est la plus belle région (et de loin) au monde !! Vous ressentez une fierté incommensurable lorsque vous voyez flotter le Gwenn-ha-du aux quatre coins du monde ! […]Si vous êtes Breton, si vous aimez les Bretons, si vous aimez la galette saucisse, si pour vous le mont St Michel est en Bretagne et surtout si vous vous réjouissez à chaque fois que vous voyez le drapeau Breton dans les 4 coins du monde […]. Si comme nous (BFTT Team) vous êtes fier d'être Breton* ». La définition est entre un attachement sur le registre de la fierté, de partage de goût culinaire (la galette saucisse) ou de déplacement géographique de monument (le Mont saint Michel en Bretagne). Les objectifs sont multiples, repris de l'échange mail et du descriptif du groupe sur la plateforme Facebook :

- *« traverser les 195 pays du globe », « devant chaque monument célèbre, dans toutes les grandes villes du monde, dans ou devant chaque stade »,*
- *« planter un Gwenn-ha-du sur la lune »,*
- *« Que chaque compétition sportive soit arborée du Gwenn-ha-du, du Football à l'équitation en passant par le Curling »,*
- *« Nous, Bretons, on aime notre région et sommes de légendaires conquérants. Faisons en sorte que le monde entier nous connaisse* ».

Il est difficile d'évaluer le nombre d'internautes contributeurs et l'adhésion à ce principe de connaissance de la Bretagne par son drapeau. Cette initiative sort du cadre de

l'organisation orchestrée, structurée comme la distribution de drapeaux par le « Conseil régional de Bretagne » pour la coupe de France de football de 2009. Le créateur du BFTT qualifie son initiative de délire. Mais derrière cette initiative, est-ce le défi ou le drapeau qui fait circuler ? En effet, l'objectif de connaissance de la Bretagne en allant dans tous « les coins du monde » et dans tous les événements avec un drapeau, ne paraît pas marquer uniquement le fait d'être « fan de » ou fier de la Bretagne. Pourtant le projet est défini comme non politique, non indépendantiste. « *Aucune conviction politique ou quelconque mouvement indépendantiste ne transparaît dans cette initiative, juste fondée de bonne humeur.* »

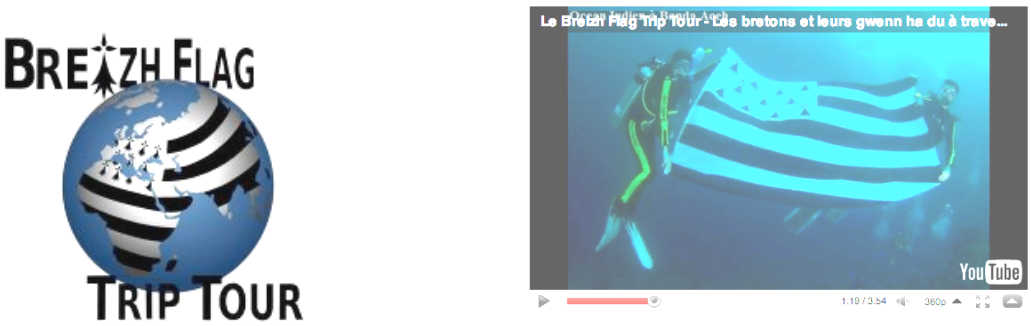


Figure 37 bftt.fr, capture d'écran du logotype et d'une vidéo postée sur la plateforme youtube

En conclusion, ces signes transposables sont des signes qui :

- attachent territorialement des signes qui ne peuvent circuler et connoter la Bretagne par eux-mêmes,
- prennent en charge le temps long du territoire « physique »,
- permettent d'autres contextes d'usage par rapport au contexte de production.

Ainsi, ces signes participent comme les médiations à la territorialisation du web. La territorialisation est le « processus qui identifie les pratiques sociales en un lieu donné [779]». L'hypothèse était donc que la territorialisation du réseau internet existait par le dépôt d'un temps local propre au territoire. Nous dirons que cette territorialisation existe par les pratiques des acteurs à partir desquelles nous avons relevé cinq médiations entre web et territoire et par la transposition de signes sur le web. Il serait envisageable de renverser cette affirmation par une vitualisation du territoire sur le web. Mais selon nous, le web est territorialisé par ces multiples acteurs et ces multiples signes. Ils acquièrent sur le web une forme de matérialité graphique qu'ils ne possédaient peut être pas dans le territoire « physique ». Comment matérialiser un attachement territorial sans le web ? L'autre hypothèse est que ces signes ont également la capacité de circuler. Nous allons donc nous intéresser à cette circulation et questionner la doxa, c'est-à-dire comment cette circulation peut rendre cohérent un « web régional ».

[779]Jean-Marc Offner, Denise Pumain (sous la dir.), *op. cit,* p. 179.

2 - 5 - Des dynamiques à une valeur partagée, une doxa ?

Après les différentes mises en scène et les changements de connotation entre les contextes de production et d'usage, et le sens porté par le signe ou la mise en scène de ce signe transposable, nous nous intéressons donc à sa capacité à circuler. Ce signe sera associé à la langue, à l'hermine et au triskèle. En ce sens, la dynamique n'est pas un attachement des sites web dispersés dans le monde à un point fixe (qui serait la Bretagne) mais la capacité de signes transposables à circuler entre les sites web et à faire exister cette valeur partagée d'un attachement à la Bretagne. Après l'analyse des signes attachant des contenus à un territoire sur le web, nous allons essayer de comprendre un premier niveau de combinaison avec la dynamique des nœuds dans un graphe orienté.

Au stade de la signalétique, le drapeau n'est qu'un percept, défini sur *Wikipédia* comme « 9 bandes alternées noires et blanches avec 11 mouchetures d'hermines noires sur fond blanc au canton »[780]. Cependant les vexillologues ne définissent pas le nombre d'hermines, puisque le plain d'hermines compte un nombre indéterminé d'hermines, le web ainsi que les personnes qui commercialisent des drapeaux, le font. Le percept est codifié.

Mais au niveau du concept, le consensus apparent en 2010, autour de l'article sur l'encyclopédie *Wikipédia*, n'a pas toujours été effectif. La controverse existe sur le web. L'article du Gwenn-ha-du sur l'encyclopédie en ligne *Wikipédia*, a longtemps été une source de crispation et non de pacification de la discussion dans la mise en scène de son historique. *« Faut-il, dans l'article « drapeau breton » (Gwenn-ha-du), mentionner explicitement que son inventeur a eu un passé collaborationniste, ou bien réserver cette information à l'article adjacent (reliable par un clic) consacré à ce dernier ? […] Ces marchandages sont toujours vulnérables à la dispute. Lorsque nous analysons la liste des articles non neutres (environ 1000 sur la période de notre carottage statistique), nous constatons que les articles dans lesquels les marchandages se terminent en disputes publiques (pages marquées par une controverse de neutralité) voient surreprésentés deux types d'articles : les sujets d'histoire relevant d'une actualité encore brûlante (Drapeau breton, Terrorisme sioniste, Génocide du Rwanda,….), et les disciplines scientifiques à faible légitimité académique (chiropraxie, homéopathie, Antoine Béchamp). Une telle surreprésentation se retrouve d'ailleurs dans les articles « les plus discutés » de la base*[781]*. »* Finalement, sur l'encyclopédie en ligne, le

[780] Wikipédia, « Drapeau de la Bretagne», disponible à l'adresse URL http://fr.wikipedia.org/wiki/Drapeau_de_la_Bretagne, consulté le 10 mai 2010.

[781] Nicolas Auray, Martine Hurault-Plantet, Céline Poudat, Bernard Jacquemin, La négociation des points de vue. Une cartographie sociale des conflits et des querelles dans le Wikipédia Francophone, article proposé in Réseaux, 2009, 27/153, 31 pages.

consensus domine. Sur le web en général ou sur notre corpus « web régional », les contradictions peuvent exister, se côtoyer, par exemple la capitale bretonne peut être Rennes ou Nantes. Parfois le signe transposable dans sa signification replie sur le territoire local, parfois le signe transposable déplie vers l'échelle mondiale. La contradiction coexiste sur une même interface, *bretagne.fr*. Quand le drapeau est associé au breton et au gallo, il pourrait signifier un repli sur le territoire, alors que le Gwenn-ha-du se retrouve également associé sur *bretagne.fr* à l'ouverture de l'économie bretonne à un niveau international.

Au-delà de la contradiction, il convient de distinguer ce que le signe fait en propre à des contenus mis en ligne et ce que les sites web font en propre aux contenus mis en ligne derrière ce signe. Avec « l'agence de l'objet » définie par Philippe Descola, nous avons pu signaler les agences permettant la circulation du signe dans d'autres contextes d'usage par rapport au contexte de production initial. *« Ces agences peuvent être tout aussi significatives et légitimes. Mais évidemment pas pour ceux qui ont produit ces objets.* [782]*»*. Nous pourrions ajouter à ces producteurs, les acteurs qui ne peuvent pas dépasser ce premier contexte de production. Pourtant un signe donné peut garder ce premier contexte de production comme référence, tout en ajoutant d'autres contextes d'usage. La variation des sèmes contextuels, selon la proposition de Greimas, se vérifie[783] tant d'un point de vue historique que d'un point de vue de la mise en scène sur le web. Ainsi, un des éditeurs de site web le souligne : « *Et en plus c'est une image forte. Quand on met le Gwenn-ha-du, c'est fort mais en même temps, aujourd'hui, il n'a pas la connotation qu'il pouvait avoir il y a quelques dizaines d'années. Aujourd'hui, sur le Gwenn-ha-du, il y a un consensus total. […] quand on parle des années 1950, le Gwenn-ha-du, c'était un peu plus dur. Mettre le Gwenn-ha-du c'est une évidence pour parler de la Bretagne et, en même temps, c'est un symbole fort qui identifie la Bretagne.* [784]» Cette apparence de consensus dans le contexte d'usage, de pratique sur le web par des acteurs « importants » ne conduit-elle pas à la production d'une doxa ? Est-ce véritablement un consensus, un premier stade de structuration d'une image symbolique de la Bretagne sur le web ? Pour étudier cette doxa, nous allons essayer de croiser présence de signes et graphes. Quel est le rôle de ces « supernoeuds » sur cette question de la doxa ? Selon notre démonstration, la répétition de certains contenus sur quelques sites web, des « supernoeuds », ou plus généralement dans le cœur de graphe de notre corpus « web régional », est ce qui pourrait faire advenir une image symbolique de la Bretagne sur le web.

[782] Philippe Descola, in Bruno Latour (sous la dir.), Le dialogue des cultures. Actes des rencontres inaugurales du musée quai Branly (21 juin 2006), Paris, Actes Sud-Musée du Quai Branly, 2007, p. 393.

[783] Algirdas Julien Greimas, Sémantique structurale, Paris, PUF, 2002, p. 45.

[784] Cf. AnnexesDVD. Entretien avec l'éditeur de geobreizh.com, Mickael Bodlore-Penlaez, le 22 avril 2008.

Dans un réseau de diffusion centralisé, un centre émet des liens vers un ensemble de nœuds disposés en étoile : c'est un réseau en étoile , une distribution unidirectionnelle. Or, comme le souligne A-L. Barabási, « un réseau « scale-free » [aléatoire] est une toile sans araignée »[785]. Il passe donc d'une analyse de la structure et de la topologie, à une analyse de la dynamique et des liens. Autrement dit, en 1998, quand A-L. Barabási, Hawong Jong et Réka Albert réalisent un graphe partiel mais contenant quelques milliers de nœuds de l'internet, ils mettent en évidence non pas un réseau aléatoire où tous les éditeurs de sites web enverraient des liens hypertextes vers d'autres contenus web selon leurs intérêts, leurs choix, leur « proximité » familiale, professionnelle, etc., mais un réseau à invariant d'échelle. Dans ce type de réseau à invariants d'échelle, quelques pages assurent la cohésion du réseau. Ainsi, ils ont montré à partir de ce parcours partiel de l'internet en 1998, que 80 % des nœuds ont moins de quatre liens et que quelques sites web (moins de 0,01 % des nœuds) en possèdent plus de 1000. Cette répartition explique la place d'acteurs comme *Google*. A-L. Barabási et al. ont pu montrer ces propriétés de l'internet car ils ont atteint un certain nombre de sites web dans leur parcours du web et dans leur graphe. Dans nos explorations du web, nous nous sommes contentés des pages d'accueil web des sites web pour la projection sous forme de graphes qui contiennent 546 nœuds[786]. La projection présente donc une auréole déconnectée, et un cœur de graphe de 107 nœuds, ce qui renvoie à une forme de réseau à invariant d'échelle. A-L. Barabási (et al.) ont établi une loi sur le nombre de liens par nœuds dans les réseaux à invariant d'échelle. Dans les réseaux aléatoires, la représentation mathématique du nombre de liens pour les nœuds, ou la distribution des liens, a une forme de cloche, appelée loi de Poisson. Dans cette loi, les nœuds ont majoritairement un nombre moyen de nœuds. Dans les réseaux à invariants d'échelle, la plus grande partie des nœuds n'ont pas ou ont peu de liens, et quelques nœuds ont beaucoup de liens. Dans les réseaux à invariant d'échelle, la loi de distribution des liens est dite loi de puissance : *« la probabilité qu'un nœud soit connecté à k autres nœuds est proportionnelle à 1/kn, où n, pour les liens entrants, est approximativement égale à 2. Ainsi, un nœud a quatre fois plus de chances d'avoir juste la moitié des liens entrants d'un autre.*[787]*»* Cette loi est importante afin de détecter la vulnérabilité d'un réseau.

[785] A. -L. Barabási, *Linked*, New-York, Plume, 2003, p. 221.

[786] Nous avons relevé jusqu'à plus de 6 000 sites web mais nous n'avons pas pu les exploiter sous forme de graphes, nos outils informatiques étant peu performants pour traiter cette quantité de données. En ne présentant des graphes qu'avec 546 nœuds nous restons sur des crawls partiels, où il manque des intermédiaires entre sites web. De même certains blogs se retrouvent dans le cœur de graphe, la disposition des liens hypertextes sur une seule page facilite le relevé de ces liens hypertextes lors des crawls.

[787] A-L. Barabási, Éric Bonabeau, Les réseaux à invariants d'échelle, in *Dossier pour la science*, n°66, janv-mars 2010, p. 51.

Dans les réseaux aléatoires, la distribution des liens est considérée comme démocratique, ce qui n'est pas le cas dans les réseaux à invariant d'échelle. Dans notre corpus, à un niveau dit « local » du web, ce qui n'est pas vrai puisque même dit « local » des sites web édités hors de l'Europe sont présents, il existe un certain nombre de nœuds qui ont cette caractéristique de disposer de plusieurs liens entrants et sortants, et qui ont cette position de « supernoeuds » ou de « nœuds dominants ». Nos résultats étant partiels, nous n'établirons pas une liste exhaustive des « supernoeuds » de notre corpus « web régional », ou une liste de sites web qui peuvent avoir des forts scores d'autorités (sites web ayant de nombreux liens hypertextes entrants), et/ou des forts scores de hubs (sites web ayant de nombreux liens hypertextes sortants)[788]. Cependant *geobreizh.com*, dont nous connaissons également les contenus se retrouve dans le cœur de graphe en tant que « supernoeuds », car l'éditeur met en ligne plusieurs sites web sur différentes thématiques comme les drapeaux, la géographie, les compositeurs, les langues en Europe, et il participe à la réalisation d'autres sites web. Il dispose d'une liste de liens hypertextes vers les communes des cinq départements disposant d'un site web, et de liens hypertextes vers d'autres « supernoeuds » comme « Agence Bretagne Presse », et d'une stratégie d'échange de liens hypertextes (je te cite, tu me cites) ou d'échange de bandeaux de présentation de sites web.

Ainsi, la problématique de notre thèse est déplacée : ce n'est plus un acteur politique dominant au centre de la toile que nous pourrions repérer comme instituant la territorialité sur le web, mais une multiplicité de nœuds connexes. En ce sens, la doxa devrait être moins la fréquence d'apparition d'un signe transposable du territoire sur le web (*i.e.* le pourcentage de Gwenn-ha-du par rapport au nombre total de signes iconiques relevé dans le corpus) que le nombre de supernoeuds « affectés » ou mettant en ligne un des signes transposables présents dans le cœur de graphe. Ce ne serait pas le corpus dans son ensemble qui devrait être affecté mais un minimum de supernoeuds qui assurent une circulation sur le web. Ces supernoeuds se situent dans le cœur de graphes. Or nos résultats le démontrent. Sur l'ensemble de notre corpus « web régional », 28 % des sites web présentent le drapeau ou l'hermine ou le triskèle ou des signes verbaux en breton. Mais, dans le cœur de graphe, la présence de ces signes transposables sur la page d'accueil web, c'est-à-dire hors adresse URL, atteint 66,35 % des 107 sites web. Les sites web les plus connectés participent à la constitution de la territorialité bretonne sur le web. De la sorte, ni complètement aléatoire, ni complètement centralisée, la possible structuration d'une image symbolique ne reposerait pas uniquement sur un site web « dominant » mais sur quelques « supernoeuds » présentant des signes transposables. Le

[788] Jon M. Kleinberg, Authoritative Sources in a hyperlinked environnement, in Mark Newman, Albert-László Barabási, Duncan J. Watts, *The structure and dynamics of networks,* pp. 515-542.

graphe suivant représente les 107 nœuds, en nœud rayé les sites web sans signes transposables, en nœud noir, les sites web ayant uniquement le signe transposable de la langue. Ces sites web sont les sites web ayant le plus de liens hypertextes dans notre corpus. Nous présenterons ultérieurement une typologie qui couple le nombre de liens hypertextes et le nombre de signes transposables.

Figure 38 Cœur de graphes où les points noirs représentent les sites web en breton

Ce graphe montre que la contradiction, ou l'absence de consensus n'empêche pas l'image symbolique d'émerger si cette contradiction touche des sites web moins connexes. Les « supernoeuds » devraient cependant se trouver en situation de « consensus ». L'apaisement de la controverse sur *Wikipédia* sur l'article du Gwenn-ha-du a donc son importance, puisque cette encyclopédie fait circuler un certain nombre de signes transposables et constitue elle-même un « supernoeud ».

Il conviendrait également que ce signe transposable perdure dans le temps. En effet en passant de l'analyse de la morphologie et des dynamiques du corpus « web régional » à l'analyse de quelques signes définis comme transposables, il semblerait que ce sont moins les grands événements éphémères (une version épidémiologique sur un temps court de un ou deux jours) qui peuvent créer une image symbolique, que la répétition d'un signe transposable sur les sites web. Par exemple, la présence des drapeaux Gwenn-ha-du lors de la coupe de France de football en 2009 peut créer une image symbolique non lors de l'événement mais dans les photographies qui vont circuler sur les sites web ensuite. L'évènement a également la possibilité de se prolonger sur le web dans cette capacité de certains signes à attacher à un territoire et à circuler sur le web. Cependant cette prolongation, cette construction sur des temps longs des territoires doit-elle circuler sur des sites web précis ?

L'une des caractéristiques des réseaux à invariant d'échelle est qu'ils s'étendent constamment. On ne peut donc pas définir à l'avance le nombre de nœuds et étudier les liens présents, comme dans de nombreux réseaux sociaux hors web. Néanmoins, selon A-L. Barabási, les nouveaux nœuds se connectent aux anciens qui gardent ainsi un avantage. *« Tous les nœuds ne sont pas égaux. Il y a quelques milliards de possibilités de connecter sa page web, mais la plupart des utilisateurs ne connaissent qu'une minuscule fraction de la Toile, et ce sous-ensemble a tendance à inclure les sites les plus connectés pour la simple raison qu'ils sont les plus connus. En se liant à ces nœuds, les internautes [éditeurs] renforcent leur poids, par un processus nommé « attachement préférentiel ».*[789] *»*

Cette caractéristique est importante pour comprendre les réseaux à invariant d'échelle comme le web. De même quand un site web change d'adresse URL, comme *bretagne.fr* (nouvelle nomination) à la place de *region-bretagne.fr* (ancienne nomination), le site web *region-bretagne.fr* conserve sa place de « supernoeud » par son score d'autorité tandis que *bretagne.fr* est présent dans le cœur de graphe par son score de hub, selon les travaux de J. Kleinberg[790]. L'ancienne nomination du « Conseil régional » prédomine donc pour les liens hypertextes entrants. Pourtant dans ce « corpus web régional », l'« attachement préférentiel » est difficile à établir en 2010.

Notre volonté de distinguer un attachement territorial et un attachement par domaines ou thématique est peut-être mal conçue. Est-ce que tous les éditeurs de sites web et les internautes connaissent les « supernoeuds » d'un « web régional », ou ont-ils envie de s'y connecter ? Le rôle joué par les moteurs de recherche pour orienter les internautes en tant que médiateurs est important sur ce plan. *« [La référence à des médiateurs réputés] propose une topographie à centres de référence, fort visibles, devenant des points de passage obligé pour s'orienter. La construction de la réputation est en grande partie appuyée sur des références acquises à l'extérieur, mais il n'est pas exclu que certains acteurs du web parviennent à gagner un statut de référent unique sur le web, comme le tente Yahoo / Google.*[791] *»* Pour la création de médiateurs réputés, il serait donc envisageable que les nouveaux sites web se connectent aux anciens sites web de ce corpus. Mais, par exemple, le *bftt.fr* n'est pas connecté à *geobreizh.com* ou à *bretagne.fr* ou à *agencebretagnepresse.com.* Pourtant *bftt.fr*, récent dans le corpus car lancé en 2009, manifeste le même attachement territorial que *geobreizh.com*

[789] A-L. Barabási, Éric Bonabeau Les réseaux à invariants d'échelle, in Dossier pour la science, n°66, janv-mars 2010, p. 53.

[790] Jon M. Kleinberg, Authoritative Sources in a hyperlinked environment, in Mark Newman, Albert-László Barabási, Duncan J. Watts, *The structure and dynamics of networks,* pp. 515-542.

[791] Franck Ghitalla, Dominique Boullier (et. al), *L'outre-lecture*, Paris, Bibliothèque publique d'information/Centre Pompidou, 2003, p. 176.

puisque le premier mentionne dans un signe verbal et le second, dans un signe iconique que le « Mont-Saint-Michel est en Bretagne ». Les signes iconiques circulent, de même que certaines mises en scène sur ce corpus « web régional ».

Les signes qui attachent le site web à une territoire ont leur propre dynamique sur le web en devenant :

1. Une signalétique « topographique » : « c'est par là », en ramenant au territoire « physique »,
2. Une signalétique « topologique » : « ça vient d'ici » comme un drapeau surimposé sur une photographie d'un paysage qui n'est pas attaché par lui-même au territoire,
3. Une signalétique « socio-logique » : « on est là mais d'ici », ramener n'importe quel lieu du monde à une dimension régionale et partager, *i.e.* faire circuler.

Les sites web par rapport au territoire ont également une dynamique, comme:

1. Amplificateur de la visibilité, de l'acception d'une certaine connotation du signe et du mouvement qui l'accompagne (exemple un drapeau globe-trotter) sans véritable définition. La définition de ce drapeau globe-trotteur est une définition lâche, elle ne dépend pas d'une institution, les acteurs le définissent en l'utilisant. Pourtant, le site web concerné reprend des signes partagés par quelques sites web. Le site web aide à déplier le territoire à une échelle mondiale à travers ce signe transposable.
2. Amplificateur de sens, principe de définition de ce qu'il est et de ce qu'il doit être. Chaque site web s'emparant d'un moyen pour faire advenir cette définition. Le site web replie à une échelle locale, il ramène au territoire « physique » dans son inscription territoriale, locale.

La territorialisation des contenus diffère de la régulation par la territorialisation des infrastructures de réseaux. Les signes transposables sont des entités circulantes et des marqueurs du territoire « physique » sur le web. Il résulte des pratiques des acteurs et de l'agence des signes, de leur capacité à exister sur un temps long, un temps du territoire « physique » transposé sur le web. Leur signification n'est pas verrouillée, ainsi nous avons pu établir une échelle à cinq degrés de l'attachement territorial de ces signes. Par leur créateur, ils ont été codifiés au niveau du percept qui est ré-agencé, qui évolue. De même, la connotation première, la Bretagne, se démultiplie en un sous-ensemble de connotations. La connotation n'est pas verrouillée, ce qui peut être la complexité de ces signes. Mais aucune connotation ne paraît prédominer sur une autre. En ce sens, nous avons essayé de comprendre comment une doxa pouvait se mettre en place, avec les liens hypersites. Cette doxa est l'étape intermédiaire avant de comprendre la dynamique des signes sur le web et le style dans lequel les communautés sont imaginées. Ces signes transposables participent à la connexité dans ce corpus « web régional breton » comme leur redondance dans le cœur de graphes le montre. La territorialisation par les signes transposables, les temps longs du territoire semblent participer à la proximité des sites web et des acteurs sur le web.

3 - Chapitre 3 –

Le web comme amplificateur

Nous allons présenter le signe transposable qu'est le breton selon deux pratiques des acteurs que le web amplifie, les sites web où le web est un média, et les sites web où le web devient une prothèse technique de la mémoire, de la transmission. En effet, l'amplification avec le web peut être vue comme la révolution de l'imprimé d'Elizabeth Eisenstein[792]. L'auteur montre que l'imprimé n'est pas la cause de la Renaissance mais qu'il a amplifié la circulation des savoirs, et d'autres principes de transmission des savoirs assurés par les livres. Sur le web, l'attachement territorial par la langue devient revendication de média en breton ou de sauvegarde d'une langue, d'un patrimoine numérisé et numérisable. Or le média en breton et la collecte de la mémoire existaient avant l'arrivée du numérique et du web, par exemple « Dastum » a été créée en 1972. D'ailleurs, le web, est-il un outil au service d'une seule action, la revendication de la langue ou d'autres formes d'actions sont-elles possibles ? De même, l'agence d'un objet, d'un signe varie entre son contexte de production et d'usage, selon P. Descola. Or avec le web, les contextes de production et d'usage de ce signe verbal, iconique et sonore qu'est le breton varient. Que fait le web ? Quelle différence entre des contenus diffusés sur un média de masse (télévision, radio) et des contenus mis en ligne sur le web. En effet, la production et la diffusion ne sont plus les mêmes.

Sans retracer l'histoire des langues en Bretagne au cours du XXe siècle, 250000 personnes sont locuteurs de breton, dénommés bretonnants selon le sondage TMO ouest de 1991 ou de l'INSEE de 2003, et environ deux fois plus de personnes comprennent le breton. Depuis les années 1950, la langue est en déclin face au français. Environ dix mille écoliers fréquentent l'enseignement bilingue, et le « Conseil régional de Bretagne » souhaitait doubler ce chiffre entre 2004 et 2010. Nous avons déjà présenté le bilinguisme français-breton au sujet des panneaux de signalisation routière ou de transport en commun. Nous allons traiter des médias (télévision et radio) avant et après l'arrivée de l'internet[793]. En 2007, des sites web institutionnels traduisent en breton les contenus, puisqu'à cette date la ville de Vannes avait traduit 400 pages web. Mais derrière la traduction des outils web, dans laquelle il faut distinguer une traduction de l'interface web en breton d'une traduction dans une autre langue, il existe d'autres formes de présence du breton, tant dans la mise en scène que dans l'usage

[792] Elizabeth Eisenstein, La révolution de l'imprimé à l'aube de l'Europe moderne, Traduction Sissung Maud et Duchamp Marc, Paris, Hachette littératures, 2003, 352 pages.

[793] Stéphane Moal, Les émissions en breton à la radio-télévision. Évolution depuis 1960 et étude d'un cas : le journal télévisé An Taol Lagad, Thèse en Celtique. Janvier 2004.

qu'en font les acteurs et dont ils rendent compte sur le web en créant, en postant des contenus. En effet, la présence du breton sur le web doit distinguer :

- une traduction de contenus,
- la mise en ligne d'archives du territoire, par exemple *dastum.net*,
- la mise en ligne de contenus conçus pour le web comme média, par exemple *brezhoweb.com*,
- le postage de contenus émis en breton pour un web comme plateforme, *kaouenn.net*.

3 - 1 - La langue historique et politique

Le signe transposable considéré est la langue, comme signe sonore, iconique et verbal et non d'un point de vue sémantique, morpho-syntaxique. Il existe deux langues en Bretagne : le gallo et le breton. Le breton pour la Basse-Bretagne, le Gallo, « la langue romane de la Bretagne [794]» pour la Haute-Bretagne sont les deux langues en Bretagne en sus du français. Cependant, la disparité entre ces deux langues est reconnue. « *Le breton est connu comme la langue (en ces termes) de la Bretagne et ce dans la conscience des Bretons comme des personnes extérieures à la région. Le gallo ne se désigne pas à l'évidence comme une langue.* [795]» Le « Conseil régional de Bretagne » reconnaît le breton et le gallo comme « langues de la Bretagne » officiellement, avec depuis le 17 décembre 2004, un plan en faveur du bilinguisme en Bretagne pour sauver les langues régionales et par une page web intitulée « Langues Bretonnes », sur laquelle il est mentionné qu'/Aujourd'hui, 5,5 % de la population bretonne parlent breton (sur les 5 départements)./ Pourtant les langues bretonnes se transforment régulièrement en une « politique linguistique en faveur de LA langue bretonne », *i.e.* une seule langue.

Une ou deux langues en Bretagne, la question demeure complexe et dans le même temps, cette question de la langue est liée depuis le XVIIIe à la question de la nation. En effet, *« Pour Herder, les nations sont caractérisées par des langages originaux en lesquels se coagule leur expérience vécue. Chaque nation a vocation à former un État qui seul peut lui permettre d'échapper à l'assimilation. Les nationalismes débouchent sur une doctrine générale du nationalisme.* [796]*»*

[794] Francis Favereau, *Bretagne contemporaine*, Morlaix, Éditions Skol Vreizh, 2005, p. 36.

[795] Roselyne Le Squere, Une analyse sociolinguistique des marquages du territoire en Bretagne. Toponymie, affichage bilingue, identités culturelles et développement régional, Thèse de doctorat en Sciences du langage, Université Rennes 2, 2007, p.60.

[796] Maxime Rodinson, « Nation », in Encyclopédie Universalis disponible en ligne.

Selon le principe « herderien », une langue est associée à une nation. Ce principe coïncide également avec la diffusion d'un système de communication qu'est l'imprimé. Pour Benedict Anderson avant d'être une langue de la nation, la langue vernaculaire était une langue administrative, une langue de l'État. *« Un signe patent de la différence est que les anciennes langues administratives n'étaient précisément que cela : des langues employées par et pour les bureaucraties à leur gouvernance. Il n'était pas question d'imposer systématiquement la langue aux diverses populations sujettes des dynastes. [797]»* En France, en 1539, l'ordonnance de Villers-Cotterêts fait du français la langue de l'État[798]. À la différence de ces langues administratives, au XIXe siècle, face aux nationalismes linguistiques, l'État imposera sa langue. Cette langue de l'État s'est donc développée avant l'arrivée de l'imprimé en langue vernaculaire puisque le marché de l'imprimé en latin a décliné au cours du XVIIe siècle laissant place au marché en langue vernaculaire[799]. Selon Benedict Anderson, l'imprimé et le papier ont permis la compréhension et l'inter-compréhension, ce qui n'était pas possible avec les langues parlées. L'imprimé a permis de fixer les textes qui ont acquis avec le temps l'ancienneté des textes indispensables à la nation et à la reproduction dans l'espace et le temps. Le livre n'est plus individué par le moine copiste mais devient un livre unique reproductible. La langue écrite devient la langue de pouvoir donc les autres langues sont subordonnées[800]. Ainsi, nation et langue apparaissent liées, et ce « principe herderien », une langue équivaut à une nation, pourrait expliquer la difficulté à concevoir la présence d'une deuxième langue en Bretagne. Cette question n'est pas purement anecdotique, comme la langue d'État a rencontré une technique : l'imprimé, la Bretagne et ses langues rencontrent l'outil technique internet avec le projet .bzh. Ce projet reprend le modèle d'un .cat, où la base de la reconnaissance de cette communauté auprès de l'ICANN a été une communauté culturelle et linguistique à travers le monde. Or la définition initiale du projet .bzh reposait sur la définition d'une communauté bretonne comme une communauté linguistique à partir d'une seule langue, le breton.

Toutefois ce sont les langues de Bretagne qui entrent aujourd'hui dans le patrimoine. Ainsi commence l'article sur les « langues bretonnes » sur *bretagne.fr* : « Après avoir été fragilisées depuis le milieu du XIXe siècle, les langues bretonnes (le breton et le gallo) considérées par l'UNESCO « en danger sérieux d'extinction », retrouvent peu à peu leur place dans la société bretonne. » Sur *ouiaubreton.com*, une inscription dans le bandeau en

[797] Benedict Anderson, *L'imaginaire national*, pp. 53-54.

[798] En 1535, l'impression des livres avait été interdite par François 1er. Mais cette interdiction n'a pas fonctionné en raison de la contrebande de livres imprimés dans le spays limitrophes à la France.

[799] Benedict Anderson, *L'imaginaire national*, 2002, p. 50.

[800] Benedict Anderson, *op.cit.*, p. 75.

haut de page indique : « Depuis hier à minuit, onze locuteurs bretons ont disparu. Ce 3 avril 2008 à 11 h, 206 412 personnes parlent encore breton en Bretagne. Combien seront-ils dans vingt ans ?[801] » Dans cet exemple, la revendication est la sauvegarde de la langue. Le web et le numérique autorisent une numérisation du territoire, viendraient-ils assurer une nouvelle forme de transmission de l'immatériel, du « patrimoine immatériel », de cette mémoire qui compose le territoire ?

Dans cette « appropriation » d'outils de transmission de la mémoire, l'objectif ne serait pas un esprit de communautariste mais un dépôt (serveur pour les bases de données archives) et une circulation (serveur pour la consultation des bases de données archives) de la mémoire, un regard vers le futur sans angoisse de perte du passé. De plus, la place du breton dans l'enseignement, dans sa transmission inter-générationnelle, dans sa diffusion dans les médias ne paraissait pas répondre aux attentes du public, selon la thèse de Stéphane Moal[802]. Ainsi, les internautes, les acteurs du territoire ont repris le web pour le faire devenir un média en breton, ce que nous allons expliquer. Selon Pierre Musso[803], la langue, comme les traditions, la religion et l'histoire culturelle régionale, compose la mémoire (le temps) de l'espace culturel régional (l'espace), dans un objectif de projet, à la fois de représentations mais aussi de symbolique du « futur » régional. En ce sens, l'outil internet nous apparaît comme une prothèse technique, capable d'assurer le « futur » symbolique, la transmission inter-générationnelle, une continuité de sens et notamment de la mémoire. Il s'agirait d'y créer un « monde habitable », dépendant cependant de l'activation et de l'accès à ce monde.

Ce signe transposable qu'est la langue paraît s'accorder avec la définition du territoire non comme de l'espace mais comme du temps sur le web. La question n'est plus une couche supplémentaire apportée par les réseaux au territoire, ou du territoire qui va contenir des réseaux ou leur donner de l'épaisseur, mais de signes ayant la capacité de circuler entre les réseaux, ou le web et le territoire. « *Un territoire n'est pas simplement un espace, mais la représentation collective d'un espace-temps, un lieu d'histoire et de projet « enraciné », ancré dans l'espace. C'est un espace défini par les représentations des acteurs qui s'y réfèrent parce qu'ils partagent un passé et une mémoire collective – une « terre-histoire » pour reprendre la formule de Jacques Beauchard -, un présent vécu collectivement, ainsi qu'un projet ou une vision mobilisatrice du futur.* [804]»

---

[801] « ouiaubreton.com », page consultée le 3 avril 2008, disponible à l'adresse < http://ouiaubreton.com/ >

[802] Stéphane Moal, Les émissions en Breton à la radio-télévision. Evolution depuis les années 1960 et étude d'un cas : le journal télévisé An Taol Lagad. Thèse de celtique. Université Rennes 2. Janvier 2004.

[803] Pierre Musso, *Régions d'Europe et télévision*, Paris, Éditions Miroirs, 1991, p. 16.

[804] Pierre Musso, Introduction, in Pierre Musso, (sous la dir.), *Territoires et cyberespace en 2030*, p. 11.

Reprenant cette définition de Pierre Musso, nous couplerons ce que le signe fait en propre, ce que les acteurs en font et le rôle de l'outil technique qu'est le web entre le signe et les pratiques des acteurs.

3 - 2 - Le web comme média en breton

Dans notre corpus « web régional », la langue a été considérée comme un élément du territoire « physique », avant d'être définie comme un signe transposable qui a la capacité d'attacher par rapport à un territoire et de circuler sur le web. Selon A. Fortin et D. Sanderson, au Québec le choix de la langue dépend du public[805]. Pourtant cette notion de public est toujours difficile à établir, n'importe qui par le butinage sur le web peut arriver sur un site web émis dans une langue non maîtrisée. Ainsi, notre présentation du sens de ces signes se limite à leur mise en scène sur le web, à leur communication par les acteurs pour la traduction de contenus, pour la mise en place de médias sur le web. Puis, dans les contenus mis en ligne nous verrons la présence de la musique traditionnelle ou actuelle. Nous nous interrogerons alors sur la définition d'un genre régional transposable sur le web.

1) La langue sur le web : la traduction des pages web

Les langues[806] dans lesquelles les sites web étaient émis ont été classées en quatre catégories: unilingue, bilingue, trilingue, quadrilingue et plus[807]. La langue la plus usitée est le français, avec plus de 95 % des références monolingues. Il en est de même pour les références bilingues, où le français est présent dans 96 % des cas. L'anglais surpasse le français au niveau des références quadrilingues ou plus, de même pour les références trilingues, 43 sont émises en anglais contre 33 pour le breton. Le bilinguisme brittophone et le bilinguisme anglophone s'équivalent. La place du gallo, langue présente en Haute-Bretagne demeure donc limitée avec sept références relevées dans cette langue.

L'éditeur du site web *geobreizh.com*[808] et la chargée de communication de l'association « Dastum »[809] expliquent leur absence de maîtrise de cette langue, les limites du bénévolat en raison du temps que nécessite la traduction d'une page web, voire en raison de limites financières si l'on recourt à des professionnels.

---

[805] Andrée Fortin, Duncan Sanderson, *Espaces et Identités en construction*, Québec, Éditions Nota Bene, 2004, 155 pages.

[806] Cf. Tableau 32. Langues présentes sur le corpus « web régional breton », p. 470.

[807] La mention bilingue est utilisée pour les références ayant une traduction égale ou non de leurs pages web dans les deux langues : français et breton. Les chiffres indiquent la fréquence par catégorie des langues.

[808] Cf. Annexes. Entretien avec l'éditeur de geobreizh.com, Mickael Bodlore-Penlaez, le 22 avril 2008.

[809] Cf. Annexes. Entretien avec Anna Jaouen, chargée de communication de l'association « Dastum », le 2 novembre 2006.

« Effectivement le fait de ne pas le mettre en gallo, - c'est une réponse que j'ai faite aussi aux personnes qui m'ont parfois un peu interpellé là-dessus -, je ne parle pas gallo. Il n'y a pas d'hostilité vis-à-vis du gallo, au contraire, je trouve cela intéressant de pouvoir le mettre en avant, mais le travail qui aurait dû être fait derrière est énorme par rapport à l'investissement que je peux donner. […][810] *»* Pour la traduction de *dastum.net,* l'explication est identique. *« Après c'est prévu d'avoir plein de langues, c'est autant que l'on veut. Après […], ce sont des budgets, on n'a pas de budgets. […], si je demandais, j'aurais le budget pour le faire en breton et en gallo aussi, parce que je n'aurais pas le choix, je le ferais faire par des professionnels comme l'Ofis ar Brezhoneg*[811] *et Bertaeyn Galeizz. »* La question de la présence d'une langue régionale sur le web ne peut donc se limiter à des actions bénévoles ou militantes. La traduction a donc un coût, ce qui peut expliquer la faiblesse de la présence des langues (breton et gallo) dans notre corpus « web régional ». Pourtant cette traduction des pages web est une des pratiques envisageables pour attacher territorialement ce qui pourrait apparaître comme hors d'un « web breton ».

Par exemple, les termes bretons accompagnant des sites web émis en français indiquent le nom en breton de la commune, ou le saint du jour, ou servent à souhaiter la bienvenue avec la mention « Degemer mat ». Les termes bretons peuvent aussi servir à qualifier des catégories dans un annuaire ou des rubriques. Dans cet usage, le signe verbal se place dans une continuité « topographique » entre la commune « physique » et son site web qui est assurée par un signe verbal en breton. Le signe verbal attacher au territoire de la commune par exemple.

Il existe également une autre mise en scène du signe verbal en breton : une interface en breton sur laquelle l'internaute bretonnant ou non-bretonnant se retrouve en arrivant sur les sites web de *brezhoweb.com*, *kaouenn.net, geobreizh.com.* Pas de continuité, pas de sauts, l'internaute se retrouve face au breton. « *Déjà la première chose, c'est un site sur lequel on arrive en premier lieu en breton quand on tape l'adresse. C'est voulu* [812]» indique dès le début de l'entretien l'éditeur de *geobreizh.com.* « *En fait parce que la langue bretonne a autant de légitimité à être affichée sur internet que les autres. […] C'est vrai que systématiquement on a tendance à afficher un site dans une langue qui est comprise par tout le monde et de se dire que la langue régionale, la langue minoritaire on la met en second lieu en se disant que ce sont les personnes vraiment intéressées qui iront.* [813]» Ainsi, selon cet

[810] Cf. AnnexesDVD. Entretien avec l'éditeur de geobreizh.com, Mickael Bodlore-Penlaez, le 22 avril 2008.

[811] Littéralement Office de la Langue Bretonne, site web : http://www.ofis-bzh.org/index.php

[812] Cf. Annexes DVD. Entretien avec l'éditeur de geobreizh.com, Mickael Bodlore-Penlaez, le 22 avril 2008.

[813] Cf. Annexes DVD. Entretien avec l'éditeur de geobreizh.com, Mickael Bodlore-Penlaez, le 22 avril 2008.

éditeur, la traduction du site web n'est pas une méthode incitative à la lecture en breton. Toutefois, un internaute non-bretonnant arrivant sur une interface en breton ne sera-t-il pas désorienté ? Selon cet éditeur, le signe de la traduction en français est aisément repérable « *Et, il n'y a pas de frein à arriver sur un site en breton sachant que celui qui ne parle pas breton va cliquer sur le lien pour aller en français ensuite. […] C'est plus de façon symbolique que l'on arrive sur le site en breton que de façon pratique. Mais je ne me coupe pas des internautes en le faisant au contraire, j'incite les personnes […] à y aller […]*[814]».

Les pratiques de traduction de page web sont donc diverses, entre des signes verbaux parsemés sur la page web, et une mise en ligne complète du site web en breton. Néanmoins la finalité paraît demeurer, attacher un site web à un territoire « physique ». Dans ce cas, la langue est mise en avant. La « signalétique socio-logique » est cette capacité à ramener ce qui serait « hors » du « web breton », sur le web ou le territoire « physique », à un « web breton ».

2) La diffusion du breton : médias traditionnels et web médias

Pour comprendre les actions menées par les acteurs pour faire du web un média, il convient de dresser un panorama des médias précédents. Les médias de masse ont été utilisés dans l'intention de diffuser des contenus en breton. Or sur le web, chaque internaute peut devenir producteur de contenus. Pourtant, le web est également utilisé comme un média de type télévision ou radio.

La première émission de radio date du 1er novembre 1940 et a été diffusée jusqu'en 1944 sur radio « Rennes Bretagne », 1 heure le vendredi soir animée par Roparz Hémon. Une seconde émission apparaît le 21 décembre 1946 sur « Radio Quimerc'h », 30 minutes le samedi de 20h à 20h30 animées par Pierre-Jakez Hélias et Trépos qui interprétaient deux paysans bretons Jakez Krohen et Gwillou Vihan[815]. De 1969 à 1982, sur « Radio Brest », 20 minutes par jour étaient animées par Fañch Broudig, puis, la durée de 1977 à 1982 sera de 5h30 par semaine. En 1982, « Radio France » à Quimper émet 12 heures en breton hebdomadaires et 21 heures bilingues. En 1983, deux radios libres « Radio Kreiz Breizh » et « Radio Bro Gwened » en breton apparaissent. Pour le gallo, il faut attendre 1990, avec la radio « Plum'FM » qui émet en 2010, 12 heures en gallo et 3 heures en breton hebdomadaires. En 1992 « Radio Rivages » propose quelques émissions en breton. Les deux dernières nées apparaissent en 1998 avec « Radio Kerne » et « Arvorig FM ».

En 1998, pour la radio, sept antennes radio diffusaient des contenus en breton soit 24 heures et 45 minutes par semaine entre Brest et Nantes. Stéphane Moal dans sa thèse souligne

[814] Cf. Annexes DVD. Entretien avec l'éditeur de geobreizh.com, Mickael Bodlore-Penlaez, le 22 avril 2008.

[815] Ronan Calvez, *La radio en langue bretonne*, Rennes, PUR, 200, p. 115.

une évolution des radios avec l'arrivée de l'internet[816]. En 1998, deux radios sont créées avec des accords de fréquence par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), « Radio Kerne », disponible sur *antourtan.org* et soutenue par le « Conseil Général du Finistère », et « Radio Arvorig », qui était à la base une radio sans licence du CSA issue d'une association de Brest qui s'est installée près de Commana (département 29) en 1995. En 2001, « An Tour Tan » diffusait les émissions de « Radio Kerne » en ligne sur le web, avec la diffusion en direct sur le web à partir de 2003. Grâce à la CORLAB (Coordination des radios locales associatives de Bretagne), quatre radios, deux bilingues (« Radio Kreiz Breizh » et « Radio Bro Gwened ») et deux bretonnantes (« Radio Kerne » et « Radio Arvorig ») échangent des émissions.

L'arrivée de l'internet a permis depuis 2001 de fournir quatre à cinq heures d'émissions nouvelles sur quatre radios (« Radio Kerne », « Arvorig FM », « Radio An Aochou » (29) et « Radio Kreiz Breizh ») avec des taux d'audience significatifs[817] selon Stéphane Moal. Malgré les lobbyings de la CORLAB appuyée par les collectivités locales auprès du FSER (Fond de Soutien à l'Expression Radiophonique), les projets de radio en breton « Gwagenn FM » et « Kaouenn Radio » restent sans licence et sans attribution de fréquence radio après un dépôt de dossier auprès de la CTR et le CSA à partir de 2003. Depuis ces deux projets ont mis en ligne leur projet en associant au son, l'image. « Gwagenn TV » fournit des reportages et « Kaouenn.net » offre une plateforme technique de dépôt de vidéos et fichiers MP3 (son) en breton. En effet, l'une des différences avec les médias de masse est la présence simultanée du son et de l'image. Il devient difficile dans notre description de distinguer ces deux types de fichiers audios et vidéos. L'image et le son vont se combiner dans ce corpus « web régional », que nous chercherons à démontrer à travers un genre régional transposable sur le web. Mais nous allons au préalable présenter la rencontre du média télévisuel avec le web en Bretagne.

En 1971, la première émission en breton est diffusée sur « Télé Bretagne » qui devient « France 3 Bretagne-Pays de Loire » en 1975, puis « France3Ouest » en 1992. Le 1er septembre 2000, la chaîne de télévision « Tv Breizh » est lancée par Patrick Le Lay à Lorient comme « première chaîne régionaliste régionale bilingue d'Europe » qui depuis 2005 propose une grille généraliste. La diffusion en breton par ces médias demeure limitée.

Dans une étude[818] traitant de trois régions, la Bretagne, la Galice et le Pays de Galles, les auteurs ont évalué la production audiovisuelle en l'associant à la question locale, à

[816] Stéphane Moal, Les émissions en breton à la radio-télévision. Évolution depuis 1960 et étude d'un cas : le journal télévisé An Taol Lagad, Thèse en Celtique. Janvier 2004, pp. 109-119.

[817] Cependant, il reste toujours difficile d'évaluer ces audiences de sites web, car le recueil et le traitement des données n'est pas connu.

[818] Jacques Guyot, Margarita Ledo Andión, Roland Michon, Production télévisée et identité culturelle en Bretagne, Galice, et Pays de Galles, *KLASK*, 2000, numéro 6, 190 pages.

l'identité culturelle et à la défense des langues minoritaires. Les situations administratives de ces trois régions montrent une place différente occupée par les langues de ces trois régions dans la production audiovisuelle notamment par les programmes législatifs instituant comme au Pays de Galles une heure hebdomadaire de diffusion en Gallois. En 1995, sur les écrans de télévision, 53 heures de breton étaient diffusées annuellement, contre 40 heures hebdomadaires en gallois et 16 heures quotidiennes en galicien. Ils concluaient qu'en Bretagne, « […] *la télévision publique constitue la force motrice de la production audiovisuelle régionale* [819]», c'est-à-dire « France 3 Ouest ». Pierre Musso souligne au sujet des télévisions en région qu'elles doivent être une alternative entre « téléspectateurs-consommateurs » et/ou « téléspectateurs-citoyens »[820]. À l'inverse de la course à l'audience, la télévision régionale pourrait voir son projet qualifié d'enfermement culturel. Ces deux avis se sont opposés lors d'un atelier « Europe, télévision culturelle et région », conduit par Pierre Musso. L'auteur relève quatre facteurs déterminants[821] quant au type de télévision mis en place :

1. le type d'organisation de l'État-Nation,
2. la langue,
3. la force de revendication d'une identité régionale, en reprenant l' « intégration négative » de Todd, *i.e*. la critique de l'Autre,
4. les raisons économico-réglementaires ou technico-réglementaires.

La différence avec le web est la possibilité de mettre en ligne non pas une diffusion continue comme pour une chaîne de télévision mais des émissions sans entrer dans des statuts juridiques pré-définis ou contraignants. De ce fait, *Kaouenn.net* et *gwagennTV* ont mis en ligne leur contenu vidéo sur le web face au refus du CSA pour leur projet de radio. Mais se pose alors la question de l'objectif de ces projets sur le web. Pierre Musso conclut que la région intègre du vécu, du passé et du futur[822]. En ce sens, « *la télévision en région met en évidence la revanche de la géographie et de l'histoire, des structures ethnographiques contre l'espoir vain de transparence communicative et d'homogénéisation (qui viendra plus sûrement de programmes internationaux). La télévision ne fait pas la région, elle la met en lumière…et « en scène ».* [823]» Les atouts de la création et de la mise en scène sur une

[819] Jacques Guyot, Margarita Ledo Andión, Roland Michon, Production télévisée et identité culturelle en Bretagne, Galice, et Pays de Galles, *KLASK*, 2000, numéro 6, p. 73.

[820] Pierre Musso, Introduction, in MUSSO, Pierre, *Régions d'Europe et télévision*, p. 11.

[821] Pierre, Musso, *Régions d'Europe et télévision*, pp. 38-39.

[822] Pierre, Musso, *op. cit.*, p. 15.

[823] Pierre, Musso, *op. cit.*, p. 16.

télévision régionale sont une participation à la vie démocratique régionale et locale ; un support de publicité et de promotion pour les entreprises et la vie économique régionale et locale, un lieu d'innovation, de formation et d'expérimentation pour l'audiovisuel régional et national, une promotion de la vie culturelle et sociale régionale. « *Elle peut valoriser une langue et la faire vivre ; mais, elle ne peut que mettre en scène ou en valeur une identité ou une image, elle ne la crée pas.*[824] »

Cependant selon Pierre Musso, la télévision régionale n'existe pas en tant que telle mais intègre en modèle réduit celui des chaînes généralistes. Il n'existe pas de création d'un modèle régional. La chaîne de télévision « Armor tv » paraît reproduire le modèle des chaînes généralistes, avec « Le journal Armor TV » qui est quotidien sauf le week-end. Pour la partie « Chaîne direct », des extraits sont disponibles mais le visionnage se fait selon l'horaire de diffusion de l'émission « à l'antenne ». Les dernières émissions sont accessibles. Cependant pour consulter les plus anciennes, il faut être inscrit. Les émissions sont au nombre de neuf, dont deux émises en langues de Bretagne, « Les causeries » (en gallo) et « webnoz » (en breton) et une page web intitulée « Docs et cinéma » composée de six sous-rubriques dont une intitulée « Musique » qui propose des concerts filmés au festival « Les vieilles Charrues » à Carhaix (département 29). « Les dossiers » traitent de sujet en lien avec le territoire des Côtes d'Armor. Ces dossiers, accessibles sous la forme d'un menu déroulant horizontal dans lequel l'internaute sélectionne une vidéo, sont des courts-métrages. Les vidéos ne suivent pas d'ordre précis, la consultation peut donc être aléatoire selon des entrées « chapitres ». Rare sur les vidéos de courte durée, ce principe de découpage se généralise quand les vidéos dépassent une durée de deux heures, comme l'émission « webnoz ». Cette lecture aléatoire n'est pas disponible pour les autres émissions et reportages.

Il existe différents types de contenus et différents types de lecture, celle du direct, où la lecture est linéaire, celle de l'émission en ligne, où la lecture est définie par une linéaire ou un déplacement dans le contenu, et les contenus indexés où la lecture est ciblée. Dans le même temps, la lecture s'accompagne d'autres éléments propres à ce média. La différence entre une diffusion sur la télévision et sur le web vient des informations disponibles autour du cadre de visionnage. S'il s'agit d'un extrait musical, dans un cadre juxtaposé au cadre de visionnage sont affichées la jaquette de CD ou l'adresse URL du site web ou de la page *Myspace* de l'artiste invité. Ces signes verbaux ou iconiques sont une sélection de l'information pour l'internaute. Il existe un double discours entre la vidéo elle-même et le contenu autour de cette vidéo. Selon Peter Stockinger la base de l'acte d'échange et de communication s'inscrit dans une tradition d'écriture et de lecture sans laquelle l'échange ne pourrait avoir lieu. C'est dans

[824] Pierre, Musso, *Régions d'Europe et télévision*, p. 45.

cette tradition que le genre trouve sa pertinence, non pas dans sa réutilisation stricte mais dans son adaptation, qui selon l'auteur s'enrichit du commentaire, du dialogue, de l'exposition (virtuelle)[825]. La grille des programmes ne se consulte pas et n'est pas imposée, on butine dans cette grille des programmes dont les contenus se juxtaposent sur le site web. Et, dans ces contenus, il existe des mises en scène semblables de contenus ayant un même thème, la musique présente dans « Les causeries », la rubrique « Musique » sur *armortv.fr*, la rubrique « Sonerezh/ Musique » sur *brezhoweb.com.*

Au niveau de la télévision, « France 3 Ouest » propose également ses émissions en streaming sur le web depuis 2009 et la diffusion en ligne et en direct des journaux télévisés. Toutefois, dans un bilan de la société France 3 publié par le « Conseil supérieur de l'audiovisuel » en septembre 2009, la diffusion d'émissions en langue bretonne a diminué de 9,34 % en 2007 et 2008, passant de 75 heures à 68 heures. Cette situation est identique pour toutes les langues régionales, langue provençale exceptée, et la corse où la chaîne satellitaire « France 3 Corse Via Stella » émet depuis le 15 septembre 2007[826]. Cette situation de la Bretagne ne semble pas être satisfaisante puisque depuis juillet 2009, *tvtasmant.com* demande dix millions d'euros par an pour des programmes audiovisuels en breton, soit 15 heures d'émissions télévisées par semaine, et propose à ce titre une pétition en ligne[827]. Or d'autres formes d'actions que la pétition existent sur le web. Avec le web, ou l'internet, les spectateurs deviennent des producteurs de contenus.

Car le web en tant que média devient également une plateforme de contenus mis en ligne par les internautes. L'inventaire des procédés de visualisation en 2006 sur notre corpus « web régional » permettait de souligner l'usage des fichiers audio et vidéo dans la mise en scène des territoires sur le web. Cependant, l'absence de ces fichiers a été constatée sur 451 sites web[828]. L'usage des plateformes, du type *You Tube* ou *Dailymotion* par les artistes ou les festivals demeure. Ces plateformes « généralistes » servent de lieux de stockage et de visualisation. Mais, dorénavant d'autres sites web associatifs ou de regroupement mettent en ligne des vidéos sur ces plateformes ou proposent des vidéos sur leur site web ou blog archivées sur ces plateformes, comme le serveur « Gwalarn », ou le blog « Blog Breizh », ou la plateforme pour le breton créée par l'association « Kaouenn.net [829]». En 2007, les « Prix

[825] Peter Stockinger, *Traitement et contrôle de l'information*, p. 172.

[826] Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, Bilan de la société France 3 -2008, septembre 2009, p. 12, disponible en ligne à l'adresse URL http://www.csa.fr/infos/publications/publications_television.php?cat=9, consultée le 20/04/2010.

[827] TV Tasmant, littéralement TV Fantôme, disponible à l'adresse URL www. tvtasmant.com, consultée le 20/04/2010.

[828] Cf. Tableau 30. Présentation des fichiers son, p. 467. Et Tableau 31. Présentation des fichiers vidéos, p.468.

[829] Cf. AnnexesDVD. Grille d'analyse du site web de l'association « Kaouenn.net ».

régionaux pour l'avenir du breton » ont récompensé l'association « Kaouenn Net» et « Gwagenn Tv ». Arrivée en deuxième position avec l'association « Gwagenn Tv », l'association « Kaouenn Net » développe son projet initial de radio locale en breton dans le pays trégorois, tandis que « Gwagenn Tv » développe son projet dans la région rennaise. Face aux « obstacles administratifs » en vue d'obtenir une fréquence radio, ces deux associations proposent finalement leur projet en ligne sur le web. Depuis 2006, ces deux associations diffusent en ligne des vidéos en breton, créées par des animateurs pour l'association « Gwagenn Tv », postées par les internautes sur le site web pour « Kaouenn.net ». *« Ces programmes ont rencontré tout de suite leur public car il s'agit d'émissions relativement courtes et diverses, des émissions faites par des jeunes brittophones pour d'autres jeunes locuteurs de breton. […] Ces deux médias ont donc des personnalités différentes, mais ils ont en commun d'être modernes, d'être portés exclusivement par des bénévoles et d'apporter de l'air frais dans le monde de la vidéo en breton, avec humour et dynamisme. Le jury a voulu mettre en avant l'initiative de ces jeunes qui montrent que l'on peut créer et apporter de la nouveauté en breton : quand la volonté est présente, les obstacles administratifs finissent par être contournés. Le jury a également souhaité montrer l'importance croissante de nouvelles technologies dans la vie en langue bretonne, Internet étant un média libre, peu coûteux et qui n'est pas conditionné à l'obtention d'autorisations.* [830]*»* Ces prix sont décernés par « l'Office de la langue bretonne », dont le règlement stipule que **«** Le Conseil régional de Bretagne a confié à l'Office de la Langue Bretonne l'organisation des « Prix Régionaux de l'Avenir du Breton ». Cette initiative a pour but de valoriser des actions exemplaires allant dans le sens de la réappropriation de la langue bretonne.[831] Cette remise des prix peut être considérée comme une institutionnalisation du web, dans le sens où un acteur institutionnel évalue et décerne un prix. Nous avions précédemment souligné cette institutionnalisation dans la valorisation de travaux de pro-amateurs.

D'autres acteurs du type institutions ont un autre type d'action au sein du web. Le « Conseil général des Côtes d'Armor » diffuse en archives les trois émissions mensuelles de vingt-six minutes produites en collaboration avec la chaîne « Demain », « Demain TV Côtes d'Armor ». Les sessions du Conseil Général et des « Conférences/Débats » sont retransmises sur *cg22.fr*, en collaboration avec la chaîne de télévision sur l'internet « surlaplace.tv », créée et gérée par « V.O Productions ». En ce sens, cette collectivité territoriale redirige vers une autre télévision costarmoricaine « Armor TV ». Cette chaîne de télévision sur l'internet a une

[830] Conseil régional de Bretagne/Office de la langue bretonne, France, « Prix régionaux de l'avenir du Breton. Lauréats 2007 », 6 pages.

[831] « Office de la langue Bretonne », Règlement des prix régionaux de l'avenir du breton, disponible sur www.ofis-bzh.org, consulté le 20/04/2010.

convention avec le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) pour sa diffusion gratuite. Une autre référence est présente « Brezhoweb » dont l'animateur réalise une émission en breton « webnoz » accessible sur « Armor Tv ». « webnoz », « cyberfest-noz », fest-noz, etc., il semble que l'esprit de convivialité de ces fêtes dansées en nocturne et remises au goût du jour depuis les années 1970 se décline aisément sur le web. Des associations telles que « Tv Trégor » et « An tour Tan » proposent également des vidéos en ligne. « L'Agence Bretagne Presse » (ABP) que nous avons qualifiée de regroupement propose une web TV. La chaîne disponible par satellite « Tv Breizh » et la chaîne de la télévision publique française « FR3 Ouest » sont présentes. Les autres vidéos relevées traitent de sujets en lien avec le domaine d'activité de l'éditeur. Un site web de club de football diffuse des résumés du match. Un site web de fruits et légumes propose une vidéo en ligne sur l'agriculture biologique.

Cet état des lieux montre que contrairement à la télévision ou la radio, il est envisageable avec peu de moyens de développer un média sans conventions, sans attribution de fréquence. Entre des contenus produits pour le web par des producteurs professionnels ou amateurs et des contenus postés sur le web, l'usage de l'outil comme média n'a pas une forme unique. Les spectateurs sont consommateurs, citoyens et producteurs de contenus. Cet état des lieux montre également que la pétition n'est pas le seul répertoire d'action sur le web. Hors des conventions avec le CSA, la mise en ligne est possible. Ces projets diffèrent de la mise en place d'une télévision régionale, notamment sur des critères de rentabilité, de pérennité, d'audience.

3) Mise en scène de la musique, traditionnelle ou actuelle

Dans une étude des télévisions régionales, des genres prédominants ont été définis selon des territoires, comme la fiction au Pays de Galles, l'information et le documentaire en Bretagne et en Galice[832]. Si selon Pierre Musso, les chaînes de télévisions en région reproduisent le modèle généraliste, il existe dans notre « corpus web régional », non pas un modèle de télévision, mais d'émission qui pourrait s'apparenter à un genre, voire un genre régional transposable sur le web.

La musique au sens large, la musique dite traditionnelle, ou d'inspiration traditionnelle, est un accompagnement sonore (*plisson.com*, *paysanbreton.com*) ou est mise en scène. Cette mise en scène diffère des contenus mis en ligne par les artistes eux-mêmes (plateforme *myspace*). Sans définir la musique dite traditionnelle, nous évoquerons uniquement la mise en scène de la musique à partir de *kaouenn.net*, *antourtan.org* et *armortv.fr* sur lequel est mise en

[832] Jacques Guyot, Margarita Ledo Andión, Roland Michon, *Production télévisée et identité culturelle en Bretagne, Galice, et Pays de Galles,* KLASK, 2000, numéro 6, 190 pages.

ligne l'émission « webnoz », disponible également sur *brezhoweb.com.* Dans cette mise en scène, l'immersion perceptive du web définie par Dominique Boullier[833] laisse place à la question du genre selon l'agencement des éléments du discours. Peter Stockinger définit le genre comme un programme narratif provenant d'une tradition collective d'une communauté, d'un groupe social assurant l'intelligibilité des signes. *« […] La question des genres réapparaît dans le contexte des nouveaux médias interactifs et, plus particulièrement, de l'Internet, qui devient le nouvel espace de la communication et d'interaction entre individus et groupes sociaux. Ainsi, les sites web – ces « nouvelles » institutions autour desquelles s'organisent des communautés dites virtuelles d'acteurs partageant un ensemble de valeurs et d'objectifs communs – se structurent, se construisent très souvent, voire peut-être obligatoirement, suivant de vieux schémas, de vieux modèles culturels parmi lesquels les genres éprouvés par l'histoire et l'expérience occupent une position particulièrement importante.[834] »* Nous ne pourrons pas revenir sur les modèles culturels. La musique bretonne est une musique à danser pratiquée aujourd'hui en fest-noz, ou une musique de complainte, de ballades. Mais la présence répétée d'une même mise en scène de la musique ne permet-elle pas de définir un genre ? Ainsi, autour des signes transposables, il existerait des mises en scène des signes attachés au territoire qui circuleraient sur le web. Nous avons montré que la signification de ces signes transposables dépendait des contextes. Dans le cas d'un genre, les éléments, plusieurs éléments sont agencés, comme par exemple dans un reportage.

Les émissions « webnoz », ou les émissions sur *antourtan.org* ne sont pas des reportages mais des émissions qui se déroulent dans des différents lieux, majoritairement en Basse-Bretagne puisqu'elles sont en breton. Sur *antourtan.org,* la présentation des émissions suit une logique d'usage du web comme moyen de diffusion et de circulation des contenus. Le web est alors conçu comme un média, un média permanent en breton ou en français sur la culture bretonne et qui peut être consulté à travers le monde. Les émissions de la web-tv sont filmées principalement dans le Finistère, lieu d'implantation de l'association qui gère la mise en ligne des contenus, et dans des lieux de fêtes ou de festivals[835]. La thématique des festivals et fêtes est développée autour de dossiers comportant des photographies et des vidéos depuis

[833] Dominique Boullier, Le web immersif, *Quaderni*, n°66, printemps 2008, p. 69.

[834] Peter Stockinger, *Traitement et contrôle de l'information*, p. 138.

[835] Les vidéos ont été tournées à Quimper (39 vidéos), ou plus largement dans le Finistère (19 vidéos). Les lieux de tournage les plus présents sont des lieux de festivals, Lorient (5 vidéos), Paris (4 vidéos), Nantes (4 vidéos) autour du « Festival Interceltique de Lorient » et de la « Nuit de la St Patrick ou Celtique ». Les départements des Côtes d'Armor et d'Ille-et-Vilaine apparaissent trois fois chacun. Les autres thèmes majoritaires sont liés aux festivals et fêtes, y compris fest-noz (35 vidéos), les artistes (14 vidéos), les bagadoù (12 vidéos). Se succèdent ensuite les institutions (3 vidéos), danse (2 vidéos), breton (2 vidéos), radio (2 vidéos), la course au large (1 vidéo), religion (1 vidéo), réunification (1 vidéo), une revue (1 vidéo), solidarité (1 vidéo), technologie (1 vidéo)Dans le cadre d'une émission, deux thèmes peuvent être présents, nous avons retenu le premier.

2001, intitulés « Rétrospective de l'été 200… ». *Antourtan.org* propose une représentation de ce qu'est la vie festive et festivalière de la Bretagne autour des festivals, fest-noz et artistes qui y participent.

Le déroulement des vidéos est simple :

- Générique (durée entre trente secondes et une minute trente) et présentation (entre zéro et cinq minutes),
- Alternances extraits (en live) des événements, des groupes, et des interviews (durée qui oscille entre deux minutes et vingt minutes),
- Conclusion et générique de fin (entre deux minutes et huit minutes).

« Les causeries » et, « webnoz » sont construites sur cette alternance entre interview et extrait musical en direct. Les émissions sont filmées en direct sur les lieux de festivals ou de la culture en Bretagne. Il n'y a pas de studio d'enregistrement. Le principe de la fête de nuit déjà décliné en « cyber festnoz » sur *antourtan.org*, paraît également se décliner sur les émissions web, entre interview et intermède musical dans différents lieux du territoire « physique » et autour de grands événements comme des festivals et des fêtes. Cette composition est déclinée sur les radios qui sont présentes sur des festivals partout en France ou en Europe. Mais sur le « web régional breton » ne deviendrait-elle pas un architexte, selon la définition de Gérard Genette[836], la relation entre une tradition de discours, un genre et un texte ? Le son, la musique deviennent presque omniprésents dans ce corpus « web régional » à partir des contenus vidéos. La langue et la musique sont deux signes transposables qui viennent se renforcer à travers un genre régional transposable. Les signes ne sont plus convoqués les uns indépendamment des autres, ils deviennent combinés entre eux. En breton ou en gallo, la musique intervient à intervalles réguliers dans les émissions mises en ligne sur le web. Cette présence répétitive sur différents médias et construite sur une alternance interviews/musique pourrait constituer un genre régional transposable sur le web.

[836] Gérard Genette, *Introduction à l'architexte*, Paris, Éditions du Seuil, 1979, 90 pages.

3 - 3 - Le web comme mémoire

Pour la diffusion, le temps ne semble pas être une contrainte. Toutefois, le temps peut être une autre variable dans ce type de diffusion de contenus. La mémoire est différente. La dimension historique d'*antourtan.org* se situe au niveau de la captation d'images, effective depuis 1999. La mémoire est assurée par les archives avec 625 heures de vidéos ou 46.267 photographies cumulées, en 2009. Cette place de la mémoire est importante, et l'internaute sélectionne des contenus dans cette mémoire. Nous avons donc parlé de culture bretonne « butinée ». Or cette culture bretonne étant la représentation choisie de la Bretagne par *antourtan.org*, le territoire « en ligne » est une sélection par l'internaute dans une sélection vaste par l'éditeur (les archives). En somme, ce territoire « en ligne » de la Bretagne est « butiné ». Le web peut donc être un média et un dépôt de la mémoire. *Kaouenn.net* se situe par ces vidéos postées par les internautes comme une plateforme de dépôt d'une partie de la mémoire liée au territoire. Le web est amplificateur, après le web comme média, le web devient mémoire. Le web n'est pas qu'un média pour les acteurs, ou un espace médiatique en plus face à la limite politico-réglementaire imposée dans les précédents médias, il est également un espace de mémoire. Nous allons donc comprendre dans un premier temps comment cette mémoire orale liée au territoire est stabilisée par le support. Dans un second temps, nous essayerons de confronter les pratiques institutionnelles aux pratiques des acteurs.

Nous qualifions le web comme une prothèse de la mémoire. Umberto Eco définit le miroir comme une prothèse. *« […] J'ai repris le thème selon lequel les miroirs ne produisent pas de signes mais sont des prothèses qui, à la manière d'un périscope, nous permettent d'individuer quelque chose situé là où notre œil ne nous permet pas de voir.* [837]*»* L'hypothèse d'Umberto Eco porte sur une expérience perceptive. Pour nous, cette prothèse est temporelle, elle permet de pallier le défaut de mémoire individuelle qui repose sur la transmission d'individu à individu.

Il existe différents modes de diffusion, de transmission et de stockage d'un texte. *« Une modification de son support matériel modifie radicalement un genre de discours : un débat politique télévisé est un tout autre genre de discours qu'un débat dans une salle avec pour seul public les auditeurs présents. Ce qu'on appelle un « texte », ce n'est donc pas un contenu qui se fixerait sur tel ou tel support, il ne fait qu'un avec son mode d'existence matériel : son mode de support/transport et de stockage, donc de mémorisation.*[838] *»* En somme*, « le support*

[837] Umberto Eco, *La production de signes*, Paris, Librairie générale française, 2005, p.8.

[838] Dominique Maingueneau, *Analyser les textes de communication*, Paris, Armand Colin, 2007, p. 44.

n'est pas un accessoire[839] *».* Le couple support/transport dans le cadre des études littéraires, permettait *« [d'] envisager les textes comme des suites de phrases douées de sens, indifférentes à leur médium.*[840] *»* Cependant, aujourd'hui les médias audiovisuels et l'informatique modifient cette acception. De moyen de transport, le médium en vient à contraindre les contenus et les usages des discours, voire selon Dominique Maingueneau à modifier « l'ensemble d'un genre de discours ». En ce sens, c'est une conception du sens liée à la tradition de l'écrit qui est modifiée aujourd'hui, avec une prise en compte de la spécificité de l'oral[841]. Mais selon Dominique Maingueneau, cette rupture médiologique va plus loin. *« Le mode de transport et de réception de l'énoncé conditionne la constitution même du texte, façonne le genre de discours.*[842] *»*

L'opposition entre l'oral et l'écrit est trop simple et trop pauvre d'après Dominique Maingueneau. Cette opposition néglige la différence entre une composition manuelle du livre, puis mécanisée avec l'imprimerie, et dorénavant une composition numérique. Le travail du signe sonore ou iconique se réalise de manière presque « immatérielle »[843], pour pouvoir être posé sur un autre support que le papier. L'opposition entre stabilité et instabilité, entre écriture et oralité n'a plus lieu d'être selon l'auteur. La qualité et les dispositifs d'enregistrement audio et audiovisuels en assurent la stabilité. L'enregistrement audio et audiovisuel stabilise le texte. Cette proposition est importante car la transmission du breton, voire du patrimoine dit immatériel, ne se fait plus sur le mode de la transmission orale « dialogale » (d'individu à individu en situation d'intéractivité, d'échange), mais sur une transmission assurée par la technique.

L'association « Dastum » contextualise le discours. En allant dans les locaux de l'association, la transmission est assurée par la bande son. La transmission est asynchrone. Cette transmission est toujours orale, assurée par le support. Au début, le support était la cassette compacte de la marque « Philips » apparue en 1964. En 2010, avec le numérique, les techniques d'enregistrement, à l'instar des capacités de stockage, de diffusion et de partage ont augmenté. Auront-elles des incidences sur les modes stockage, de diffusion et de transmission ? Le web, dans le sens où il est un accès à un serveur de stockage mais où un site web permet de consulter et de démultiplier les points de consultation, ne crée-t-il pas une prothèse de la mémoire, la mémoire devenant le projet ?

---

[839] Dominique Maingueneau, *op.cit.,* p. 49.

[840] Dominique Maingueneau, *op.cit.,* p. 49.

[841] Dominique Maingueneau, *op.cit.,* p. 49.

[842] Dominique Maingueneau *op.cit.,* p. 50.

[843] Dominique Maingueneau, *op.cit.,* p. 51.

Plutôt que de confier tout à la technique, l'association « Dastum » limite l'utilisation de la technique pour le partage de la mémoire. L'humain demeure un outil de sélection par la qualité de ses choix, de ses conseils alors que la technique ne donne accès qu'à la quantité. Selon Lucien Sfez, il existe trois métaphores qui reflètent trois visions du monde, et trois prépositions « avec », « par » et « dans ». La première préposition « avec » permet de représenter, à travers des métaphores mécanistes. L'homme maîtrise la machine et maîtrise « avec » elle la nature. Ils sont distincts. La seconde préposition « par » permet d'exprimer, à travers des métaphores organicistes. Les sujets et les objets sont liés. « *L'artefact n'est plus ici un outil, mais l'environnement, à la fois politique, social, économique, biologique, tout autant qu'idéologique, au sein duquel l'homme s'accomplit lui-même, sans pouvoir en dépasser les limites ni en refuser la présence. Le avec n'est pas exactement chassé. Nous vivons avec et dans un monde plein de machines, et c'est là, pour nous, comme une nature.*[844]» La troisième préposition « dans » permet de confondre, le sujet devient le double de l'objet technique. « *La machine créée par l'homme devient son propre créateur. Sorte d'adéquation entre le sujet humain et l'objet technique qui fait du premier un doublet du second.*[845] » Le sujet devient comme créé par l'objet technique. « *Le sujet n'existe que par l'objet technique qui lui assigne ses limites et détermine ses qualités. La technologie est le discours de l'essence. Elle dit le tout sur l'homme et sur son devenir. Ici la proposition par l'emporte. Par la technique l'homme peut exister, mais non en dehors du miroir qu'elle tend.* [846] » Et si la technique vient stabiliser le texte, et que la transmission soit assurée par la technique, ou que la mémoire constitutive d'un territoire ou la sauvegarde de cette mémoire soient possibles « avec » la technique, elle l'assure comme une prothèse.

La rubrique « médiathèque » de *dastum.net* permet de consulter en ligne les archives sonores à travers la discothèque et une base de données de photographies dans la photothèque. Un code d'accès ainsi qu'un mot de passe (réservés aux pôles associés et aux points de consultation conventionnés avec « Dastum ») sont nécessaires pour pouvoir consulter l'ensemble de la fiche technique qui accompagne une chanson par exemple dans la discothèque. La chanson apparaît sur une page HTML du site avec le titre, le nom du collecteur, le nom du chanteur, l'année de collectage, le terroir et le genre (un chant, une danse selon un terroir), les paroles avec la traduction en français et parfois même un karaoké. Un lien permet de télécharger en streaming la chanson, c'est-à-dire que la chanson est placée en mémoire tampon. Cette mémoire tampon permet de ne pas télécharger la chanson sur le

[844] Lucien Sfez, *Critique de la communication*, Paris, Éditions du Seuil, 1992, pp. 44-45.

[845] Lucien Sfez, *Critique de la communication*, p.46**.**

[846] Lucien Sfez, *op.cit.,* p.46.

disque dur de l'ordinateur de consultation et protège le fichier non pas du « piratage », terme communément utilisé dans la presse, mais contre le « pillage » selon le terme recueilli lors de l'entretien avec la chargée de communication de l'association[847]. Si l'internaute ne dispose pas de code d'accès, le son n'est pas accessible, seule la fiche documentaire et la cote de référence sont disponibles. L'internaute devra alors se déplacer pour aller consulter l'archive dans un des centres de consultation. Comme la discothèque, la première page de la « Photothèque » amène sur un catalogue avec une recherche multi-critères qui renvoie à la base de données des archives photographiques. Ces archives n'étant pas numérisées, l'internaute n'aura alors que la cote et le lieu d'archivage. En effet, la médiathèque en ligne ne contient pas l'ensemble des archives de l'association « Dastum ». Afin d'obtenir le son ou l'image, l'internaute doit se déplacer dans les locaux de l'association qui disposent des archives. « Dastum » fixe les normes de l'échange en-dehors de la technique. Outre la difficulté technique, temps de numérisation et d'indexation, il faut aussi un serveur capable de stocker et de gérer la consultation de toute l'information. En plus des limites du serveur, il existe une volonté de l'association d'amener les gens désireux de consulter les ressources dans les murs de l'association. Ce sont les normes du discours. « *Le discours est une forme d'action* »[848]. Le discours est « contextualisé », « pris en charge par un sujet », « régi par des normes », et « pris dans un interdiscours »[849].

Comme le montre cet exemple, le web est un espace de stockage sans pouvoir devenir un espace d'usage de cette mémoire. La transmission du patrimoine n'est donc pas conçue dans l'immatérialité, ou l'a-territorialité. Derrière cette transmission, le contact humain dans des lieux identifiés est préconisé en ciblant des publics précis.

Cette volonté de contacts interpersonnels se retrouve dans la rubrique de liens hypertextes. Les sites web mentionnés dans cette rubrique correspondent à des associations et des institutions avec lesquelles l'association a des contacts dans le cadre de projets divers. Le but affiché n'est pas le nombre mais une véritable information à offrir. « *Ça aussi c'est un truc à ne pas se faire que des copains, on ne met à la fin du site que des liens sélectionnés sur des critères objectifs.* [850]». Ainsi dans cet entretien, l'action de transmission passe autant par une ouverture via le site web que par la volonté d'établir des relations humaines d'échanges. Un retour du site web au site physique, les locaux de l'association, pourtant qualifiés

[847] Cf. Annexes DVD. Entretien avec Anna Jaouen, chargée de communication de l'association « Dastum », le 2 novembre 2006.

[848] Dominique Maingueneau, *op.cit.,* pp. 30-31.

[849] Dominique Maingueneau, *op.cit.,* pp. 32-33.

[850] Cf. Annexes DVD. Entretien avec Anna Jaouen, chargée de communication de l'association « Dastum », le 2 novembre 2006.

d'inadaptés à l'accueil de groupes lors d'un entretien. Cette remarque peut paraître paradoxale alors que le début de cet entretien expliquait la situation d'un musicien se rendant dans un pays étranger et emmenant avec lui les archives sonores de la Bretagne. Même si la question de la traduction en anglais, allemand etc. du site web est posée, la volonté par exemple de mettre à disposition cette base documentaire dans une bibliothèque hors de la Bretagne ou hors de la France n'apparaît pas. Le logiciel d'exploitation de la base documentaire est une création maison, « *une base que tous les autres centres de musique traditionnelle nous envient puisque ça en fait c'est de la programmation maison, adaptée à nos besoins.* [851] »

Nous pouvons nous demander : pourquoi alors ne pas étendre la diffusion de ce logiciel et le partage de cette base documentaire à une échelle supérieure ? Cette vision de l'action de « Dastum » paraît quelque peu « restrictive » sur la diffusion et elle entre en décalage avec le fait que « Dastum » devienne « *un centre d'archives qui soit l'entête de réseau […] Et pareil au niveau régional, par rapport aux autres associations qui œuvrent sur le même domaine, « Dastum » va essayer de se positionner pour être référent en termes de qualité de sauvegarde technique et de mise à disposition des archives pour éviter d'avoir des bases de données différentes et puis éclatées.*[852]» « Dastum » veut unifier sur un même support les archives sonores et photographiques de la Bretagne. Elle souhaite « fédérer », « partager » sans en détenir l'exclusivité, ni entrer dans un jeu de compétition, sorte d'unification sur un même support technique de la mémoire collective en respectant la diversité des acteurs et leurs actions propres. Pourtant le support technique n'est pas neutre, il est exclusif et comporte un contrôle d'accès. L'accès inégal est une des limites, des frontières du web, comme le souligne W. J. Mitchell dans *City of bits*[853].

Il existe également des versions plus institutionnelles de la mémoire d'un territoire. Sur bretagne.fr, le nuage de tags qui accompagnait la rubrique « langues bretonnes » a changé en mars 2010 vers /250 vidéos à découvrir sur le site INA/ ; /site de l'INA/ ; /langue bretonne/ ; /INA.Cliquez/. Depuis 1974, « L'Institut National de l'Audiovisuel », établissement public à caractère industriel et commercial, est en charge du dépôt légal. Suite à la loi du 20 juillet 1992, l'INA prend la responsabilité du dépôt légal de la télévision et de la radio et crée le 1er janvier 1995 « l'Inathèque de France ». En 2002, elle prend en charge le dépôt légal pour le câble et le satellite, et en 2005, pour la Télévision Numérique Terrestre. L'INA collecte, sauvegarde, numérise et assure la diffusion (mission de transmettre) auprès des

[851] Cf. Annexes DVD. Entretien avec Anna Jaouen, chargée de communication de l'association « Dastum », le 2 novembre 2006.

[852] Cf. Annexes DVD. Entretien avec Anna Jaouen, chargée de communication de l'association « Dastum », le 2 novembre 2006.

[853] William J., Mitchell, *City of bits*, Cambridge, MIT Press, 2005, p. 8.

professionnels. « L'INA Médiapro » est la première banque mondiale d'archives numérisées en ligne. Une antenne de l'INA « Ina Atlantique » a été créée en 1997, qui couvre les départements bretons. Elle détient les fonds des radios et des télévisions depuis 1963, qui sont commercialisés, et donc payants. « INA Atlantique » a un fonds de 1500 heures d'émission en langue bretonne. En avril 2009, le site web *www.ina.fr/fresques/ouest-en-memoire/* permet d'accéder à cinquante et une vidéos en breton. « L'Ouest en mémoire : Financé par les régions Bretagne et Pays de la Loire et sur des fonds européens, ce projet a été spécifiquement développé par Ina Atlantique. Il s'agit d'un module interactif présenté sous forme de fresque donnant accès à 125 vidéos qui retracent les grandes évolutions des deux régions Bretagne et Pays de la Loire de 1945 à nos jours. « *L'Ouest en mémoire » est consultable dans un grand nombre de médiathèques, de bibliothèques et d'établissements scolaires des deux régions concernées tels que l'université Rennes 2.* [854]»

Cet exemple est typique de la projection des modèles de diffusion professionnels des médias sur le web, une forme de territorialisation institutionnelle qui ne repose pas sur la circulation des contenus mais sur le contrôle de l'accès. Les contenus ne sont pas partagés sur le web, mais un retour dans les lieux physiques de médiation des savoirs est préconisé. Derrière cette mémoire et son accès, se pose également la question des porteurs de la mémoire. « Dastum » transmet la mémoire d'un territoire à partir des « porteurs de mémoire » enregistrés depuis 1972. Ces « porteurs de mémoire » sont sélectionnés sur le critère d'une mémoire qui disparaît, un temps qui s'échappe. En les enregistrant, la mémoire est stabilisée.

Sur *kaouenn.net*, le collecteur de mémoire est un individu qui poste un fichier audio ou vidéo, chacun devenant porteur, créateur ou collecteur de la mémoire. La qualité du fichier et les informations paratextuelles sont limitées, au profit de la consultation (écoute ou visionnage en ligne). Les licences « creative commons », en définissent l'usage, c'est-à-dire que celui qui poste la vidéo choisit ce que l'internaute pourra faire avec, par exemple un usage commercial ou non, la mention de la paternité. Cette mémoire est à accès direct sur *kaouenn.net*, alors que sur *dastum.net*, elle est à accès restreint et certifié.

Ces trois exemples montrent des politiques différentes pour la circulation des signes transposables sur le web. Les producteurs des contenus (amateurs ou professionnels), la numérisation et l'accès à ces contenus (en ligne ou dans des lieux de médiation des savoirs) n'assurent pas la même circulation de ce signe transposable qu'est la langue. En tant que média, ou en tant le mémoire, le web amplifie ces deux types d'action. La différence vient ensuite de l'accès ou du non accès.

[854] « L'Institut National de l'Audiovisuel » (INA), « l'entreprise », disponible à l'adresse URL http://www.ina-entreprise.com/entreprise/regions/atlantique.html, consultée le 24 avril 2010.

Pour créer autre chose, il convient de sortir des conventions de la diffusion. La numérisation et l'archivage d'un patrimoine territorial limitent la transmission en préconisant un retour à la sélection du professionnel et à la diffusion dans un lieu « physique » de médiation des savoirs. Cependant, les conditions de circulation des signes transposables se lient aux propriétés du web. En projetant les conventions de la diffusion des savoirs du territoire « physique » sur le web, les acteurs nient l'invention et la circulation. Pourtant, en passant outre les conventions, les acteurs utilisent le web comme un média au service de la revendication dans un premier temps, puis de la création de contenus en breton, ou de circulation de la musique bretonne.

Le web pourrait également être un outil faisant le pont entre la mémoire d'un territoire et web, même si les formes de cette circulation restent à inventer. La définition de la mise en son et en image du territoire dépasse la vitrine du territoire d'une ville, pour devenir à la fois un média (un serveur de diffusion de contenus), une mémoire (un serveur de dépôt de la mémoire, du patrimoine dit immatériel) et une plateforme de partage (un serveur de circulation et de consultation des contenus). Les possibilités d'enregistrement proposent un nouveau genre de reportage, une transformation du rapport au passé. Les traces sont différentes des souvenirs, de l'oubli et de la discussion qui offrent des possibilités de reformulation et de remise en cause. L'archive est l'exactitude, alors que l'oubli participe au souvenir. Il semble qu'une autre mémoire du territoire définie par la technique se met en place sur le web. Nous avons montré que les politiques des acteurs sur l'accès au média ou à la mémoire, limitaient ou favorisaient la circulation des signes transposables sur le web. Nous allons donc nous intéresser à la circulation assurée par les sites web des signes transposables.

4 - Chapitre 4 –

Dynamique de l'attachement territorial sur le « web régional breton »

Le site web n'est pas la projection d'un lieu, d'une institution. Mais que fait-il sur le web ? Dans certaines logiques de distribution de signes transposables, les sites web jouent un rôle particulier, à la fois dans leur position et dans la dynamique qu'ils apportent à la circulation des signes transposables dans le web. L'absence de distributeur unique est visible dans notre corpus par l'absence de la forme d'un réseau en étoile, d'un réseau stable. La complexité semble prédominer. En fait, ce sont les enjeux de l'économie de l'opinion ou de la notoriété qui permettent de comprendre certaines dynamiques mises en place pour assurer la circulation des signes transposables. Quelles sont ces dynamiques ? Dupliquent-elles les dynamiques du territoire ?

4 - 1 - La recherche de notoriété

En étudiant les technologies de communication et d'information, Dominique Boullier s'intéresse à la production du « nous » qui dépasse le maillage institutionnel. *« [...] Les ressources mobilisées sur les réseaux permettent à des acteurs de taille sociale inégale de construire des réputations indépendamment de ces rapports de domination classique marqués dans le territoire. Les réputations sont le mode de construction des territoires sur le web et fonctionnent en parfaite cohérence avec toute l'économie de l'opinion. Il faut dès lors modifier radicalement notre vision des territoires dès lors qu'on s'intéresse aux TIC et aux réseaux en particulier. Ces territoires ne sont plus liés à des autorités mais plutôt à des « topologies épidémiques ».*[855]» La propagation, la circulation de signes pourrait aussi être qualifiée d'épidémie, ou de contagion[856], c'est-à-dire allant de site web en site web par la connexion établie entre eux. Mais nous n'avons pas construit de méthode permettant de le démontrer. Cependant, le centre unique est dépassé, dans le sens où le mode de diffusion laisse place au mode de propagation.

La réputation sur le web se base sur l'économie de l'opinion et conduirait à se détacher de la réputation d'une organisation ou des rapports hiérarchiques valables dans un territoire

[855] Dominique Boullier, Les Usages domestiques des TIC : admettre ce qui finit, sentir ce qui naît, in Pierre Musso, (sous la dir.), *Territoires et cyberespace en 2030*, Paris, Éditions La documentation Française-DIACT, 2008, p. 24.

[856] Marc Guillaume, La contagion des passions, Paris, Plon, 1989, 219 pages et A. -L. Barabási, Linked, New-York, Plume, 2003, p.150 et suiv.

« physique ». Nous avons souligné qu'effectivement il était complexe d'appliquer les mêmes catégories entre un territoire « physique » et le web, car il existe des attachements éphémères sur le web, des regroupements hors de toute définition juridique et qui pourtant animent le web. De même des acteurs peuvent avoir déjà une réputation hors web ou la construire sur le web pour devenir un « médiateur réputé »[857]. Ainsi, le site web « Agence Bretagne Presse » par le nombre de liens hypertextes entrants et sortants est devenu un acteur repérable dans le corpus « web régional » entre 2006 et 2009. Pourtant, il n'a pas de structure juridique, ni la qualité d'entreprise de presse. Sa notoriété s'est formée en lien avec son action sur le web. La nomination et l'identification ne dédoublent pas un territoire « physique » mis en ligne. La notoriété joue également sur le principe de l'économie de l'opinion d'André Orléan.

« […] l'évaluation financière est le produit d'une logique d'opinion. […] Les marchés financiers organisés sont des structures dont le but premier est de créer des consensus au sein de la communauté financière, de faire émerger des croyances partagées là où, sans eux, n'existerait que l'infinie variété des manières idiosyncrasiques de déchiffrer l'avenir. Au regard de cette conception, la finance se comprend comme étant une puissance autonome d'évaluation et non comme le reflet de grandeurs qui lui préexisteraient. […] Avec le capitalisme patrimonial, on assiste à l'avènement de l'opinion globale comme forme supérieure de la médiation sociale.[858]»

Si nous reprenons cette proposition dans le cadre du rapport web et territoire, ce ne sont pas les grandeurs du territoire préexistantes au web qui assurent la notoriété mais une opinion globale. Les réputations pourraient être les phases de construction de la notoriété tandis que la notoriété serait la citation spontanée du nom par un individu, du type *Google* qui a alors la qualité de « médiateur réputé »[859]. Sur le web, cette notoriété pourrait être également la consultation spontanée par les internautes du site web concerné. Les réputations sont des actions pour obtenir une notoriété. Sur le territoire, la phase de construction pourrait être également des actions pour faire la publicité de l'action de son site web. L'un n'excluant pas l'autre.

Dans notre corpus « web régional », même s'il n'est jamais stabilisé, et qu'il doive exister des temporalités variables de ce type de corpus que nous n'avons pu relever, la recherche de notoriété peut s'appuyer sur cinq types d'actions :

---

[857] Franck Ghitalla, Dominique Boullier (et. al), L'outre-lecture, Paris, Bibliothèque publique d'information/Centre Pompidou, 2003, p. 176.

[858] André Orléan, « L'individu, le marché et l'opinion : réflexions sur le capitalisme financier » in Esprit, novembre 2000, pp. 51-75, disponible sur <http://www.esprit.presse.fr/archive/review/article.php?code=9428>.

[859] Franck Ghitalla, Dominique Boullier (et. al), L'outre-lecture, p. 176.

a) combler un manque d'informations,

b) offrir un espace d'expression,

c) offrir un espace de stockage,

d) donner un accès gratuit et à la demande (la plateforme *kaouenn.net*, par exemple),

e) faire événement (le cyberfestnoz, par exemple).

Ces types d'actions sont déterminées par l'éditeur, *i.e.* celui qui met en ligne les contenus et y donnent accès. Sa réputation et sa notoriété semblent en dépendre.

a) L'éditeur de *geobreizh.com* le signifie au sujet de la genèse du site web. « … *J'avais déjà créé un site sur les minorités européennes […] eurominority.org […] Je n'avais rien fait sur la Bretagne. Je me suis dit « Tiens, pourquoi ne pas faire quelque chose sur la Bretagne ? ». En recherchant, par rapport à mes centres d'intérêt, je me suis dit « Tiens, il n'y a rien là-dessus donc pourquoi ne pas le créer. » […] Souvent cela part d'une simple idée et ensuite ça arrive à la création d'un site réel. En fait, j'en ai pas mal de sites, les deux gros étant Eurominority et Geobreizh. Ce sont des sites qui demandent beaucoup d'investissement au départ et qui ensuite fonctionnent tout seul. Et là, j'étais un peu en manque de création donc j'en ai créé un très spécifique sur les compositeurs de musique classique bretons de la fin du XIXe et du XXe siècles*[860]*. C'est très anonyme. C'est marrant de voir la façon dont fonctionnent différemment les deux sites. Geobreizh n'est pas un site anonyme sur la toile, c'est-à-dire qu'il correspond vraiment à une demande d'informations des internautes.* [861]» L'éditeur a des passions, une certaine expertise sur la thématique et de l'outil web, il constate que sur cette thématique, il n'existe pas d'informations, il comble le manque d'informations. « *Donc du coup, il a pris sa place dans un monde qui est énorme. Donc je pense que la première idée de créer le site était bonne parce que cela correspondait aujourd'hui à un besoin d'informations et de communication sur la Bretagne, avec des informations qui sont assez compilées. On ne les trouve pas compilées de cette manière que ce soient des livres ou des sites internet. Donc c'est une valeur ajoutée par rapport aux choses existantes. Donc c'est aussi un peu là l'un des objectifs premiers de la création d'un site, c'est créer du contenu sur internet, créer du contenu sur internet qui mette en avant la Bretagne.* [862]» Le contenu de ce site web est assez statique, pérenne, mais l'éditeur donne la possibilité aux internautes d'utiliser les images sur le site web sur d'autres sites web. Il comble un défaut d'information et en même temps, il en autorise l'utilisation.

[860] Site web consultable à l'adresse URL suivante < www.compositeursbreton.com>.

[861] Cf. Annexes DVD. Entretien avec l'éditeur de geobreizh.com, Mickael Bodlore-Penlaez, le 22 avril 2008.

[862] Cf. Annexes DVD. Entretien avec l'éditeur de geobreizh.com, Mickael Bodlore-Penlaez, le 22 avril 2008.

b et c) Il existe aussi des plateformes qui conjuguent espace d'expression et de stockage de données à la fois audio et vidéo comme *kaouenn.net* ou *agencebretagnepresse.com*, qui paraissent combler un manque d'espace d'expression et d'information. Dans ce cas, en comblant un espace qui n'existait pas précédemment, ces sites web ont construit leur réputation sur le web, ce qui n'est pas la même logique quand un acteur suit « l'évolution technologique ». La notoriété de l'association « Dastum » était préexistante au web, ou déjà effective hors-web en travaillant sur les archives principalement sonores depuis 1972. Elle rencontre cet outil internet et y développe alors un nouvel espace de stockage de ces données. Avec le web, elle multiplie les points physiques de consultation. Néanmoins, elle n'adopte pas les orientations cognitives de partage, de circulation des données de cet outil. Ce site web est un site web de stockage de données. Or cette politique de stockage, de conservation ralentit la circulation, le partage, l'appropriation. Les données deviennent figées et le mode de diffusion est celui d'un émetteur unidirectionnel.

Pourtant, quand des sites web augmentent leur notoriété par ce principe puisqu'ils n'existent que par cet outil, d'autres acteurs qui ont également leur place dans le territoire « physique » semblent avoir quelque chose à perdre. L'éditeur de *breizhat.com*, un moteur de recherche, explique son partenariat avec « l'Office de la Langue Bretonne », au sujet d'une rubrique inactive qui est le dictionnaire. « *En fait, l'idée, au début, c'était de travailler avec « l'Office de la Langue Bretonne », pour qui on travaille, qui a un site. Le gros problème que l'on a sur cet outil-là, sur Breizhat en tout cas, c'est le côté vraiment dictionnaire pur. Pour faire vraiment un vrai dictionnaire, c'est un gros boulot, et en plus ce n'est pas moi qui pourrai l'inventer, techniquement peut-être mais pas au niveau du contenu. Donc, il faut s'appuyer sur un organisme, comme « l'Office de la Langue Bretonne », surtout qu'ils sont bien placés pour ça, pour nous donner la matière. Sauf qu'eux, c'est pareil, ils font bien attention à ce qu'ils font. C'est-à-dire que le dictionnaire pur, vraiment, ils n'ont pas très envie de se mouiller là-dessus.* [863]» Cette association semble avoir quelque chose à perdre en mettant en ligne des prestations sur la langue, le breton. Cependant d'autres sites web développent des événements accessibles en ligne gratuitement alors que « physiquement » l'accès est payant, comme le « cyberfestnoz » sur *antourtan.org*. Le principe alors de l'outil web est de faire exister une « communauté bretonne » sur le web, le temps d'une danse. « An tour tan » vise également à développer son savoir-faire en captation et diffusion d'images sur le web par cet événement.

[863] Cf. Annexes DVD. Entretien avec l'éditeur de breizhat.com et directeur de l'agence « MBA Multimédia « Régis Le Guennec, le 3 avril 2007.

Cette présentation des actions dans la recherche de notoriété exclut les partenariats, ou les échanges de liens hypertextes, ou les mots clés des métadonnées des pages web qui sont parcourues par les robots (crawlers) des moteurs de recherche. En effet la notoriété est multifactorielle et ne dépend pas uniquement des contenus mis en ligne et de leur accessibilité. Un acteur comme *geobreizh* a compris les logiques propres de l'outil web et il construit sa réputation sur ces logiques, notamment l'échange de liens hypertextes. La différence vient des acteurs qui disposent préalablement d'un modèle de réputation ou de notoriété qui fonctionne dans le territoire et où le web devient juste un outil de communication en plus. Or le web a également sa propre dynamique de circulation des contenus, et précisément en traitant du territoire, de signes.

4 - 2 - Les distributeurs de connotations et de signes transposables

La question demeure : qui assure la circulation des contenus dans ce corpus « web régional », est-ce le politique, les élites, les experts, les individus ? Qui structure ou qui peut structurer? Quelle est l'action d'un acteur politique sur le web sur le thème de l'identité par exemple. L'acteur politique légitime utilise l'outil web, selon le principe de la consultation, dans le cadre d'une opération marketing.

bretagnequiestu.fr est un blog mis en ligne la dernière semaine de janvier 2009. Ce blog est la phase de consultation de la population dans le cadre d'une « étude sur la marque bretonne » lancée par le « Conseil Régional de Bretagne », le « Comité de Tourisme en Bretagne » et l'« Agence économique de Bretagne ». Cette étude est menée par le cabinet « Cabinet CoManaging », créé par Joël Gayet, qui réalise des « analyses identitaires des territoires [864]» à partir d'une méthode éprouvée préalablement dans trente territoires. La démarche de cette étude est de créer une « marque Bretagne » et un « portrait identitaire » de la Bretagne vue comme une personne. Ainsi « La phase de consultation est maintenant lancée et doit nous permettre d'établir précisément 3 volets de ce portrait :

- Portrait « visible » de la Bretagne : paysages, climat, patrimoine, vie culturelle, sportive, économie, démographie, etc.

- Portrait « psychologique » : tempérament des habitants, héritage de l'histoire, rapport aux langues, etc.

- Portrait « symbolique » : personnalités emblématiques, lieux symboliques, etc.[865] »

Le but de cette étude est « l'élaboration d'une Plateforme de marque commune et partagée », c'est-à-dire un « document synthétique » comprenant la « vision », l'« ambition »,

[864]Cabinet CoManaging, site web disponible à <http://www.comanaging.net/index.php?part=references>.

[865] Agence économique de Bretagne, http://www.agence-eco-bretagne.com/Lancement-de-l-etude-sur-la-marque.

la « mission », les « valeurs » et les « engagements » du territoire ou autrement dit un « cahier des charges » pour le « marketing » et la « communication »[866]. La « mise en images du territoire » issue du portrait identitaire donnera les « signes et les concepts transversaux, les traits saillants de l'identité[867] ». Ce cabinet est donc capable de fournir la « liste des signes identitaires pouvant être étudiés dans un portrait identitaire »[868]. La liste des signes identitaires montre que la correspondance avec l'approche de cette thèse est à la fois étonnante mais peut comporter des risques de confusion. Les catégories des discussions ouvertes aux internautes relevées sur le blog le 04 avril 2009 reprennent donc un pré-découpage de ce qu'est la Bretagne[869]. Nous ne savons pas véritablement comment cette agence remplit les catégories. Mais les catégories sont également présentées sous forme de questions « Les Bretonnes, qui sont-elles ? ». Comme sur d'autres discussions sur le web, dans les commentaires, le modérateur (un journaliste, Laurent Javault) retire les postes d'un des internautes qui ne lui conviennent pas. Les internautes pour mettre en ligne des commentaires doivent s'identifier. Outre la consultation sur un blog, une consultation par mail a été effectuée auprès de trente experts de Bretagne. Le mail a été adressé par le Président de la « Région Bretagne » le 22 janvier 2009. En introduction au questionnaire, le mail précise que l'identité est « un élément clé de différenciation, de compétitivité et d'attractivité ». Le questionnaire se compose de trente-sept questions dont nous avons résumé les thèmes autour de trente-sept catégories[870].

---

[866] Conseil régional de Bretagne, « Réalisation d'une étude identitaire et d'une plateforme de marque de la région Bretagne. Présentation de la méthodologie », [en ligne], 2009, p.7, disponible sur <http://www.agence-eco-bretagne.com/Lancement-de-l-etude-sur-la-marque>.

[867] Conseil régional de Bretagne, « Réalisation d'une étude identitaire et d'une plateforme de marque de la région Bretagne. Présentation de la méthodologie », [en ligne], 2009, p.6.

[868] Pour le « portrait sensible et visible », « couleurs », « matières », « goûts », « odeurs et sons (dont langues entendues) », « lumière », « climat », « situation et accessibilité », « dynamique », « motifs et formes », « relief, perspectives et environnement », « organisation, ruralité et structure territoriale », « habitat et urbanisme », « patrimoine architectural et artistique », « patrimoine des personnalités », « patrimoine des savoir-faire », « profil économique », « vie des équipements culturels/activités et animations » sont donc étudiés.

[869] « architecture », « patrimoine artistique », « art de vivre », « attachement à la Bretagne », « caractéristiques des paysages », « climat », « Complexité de la Bretagne », « couleurs, lumières », « économie », « fonctionnement du blog », « langues », « organisation du territoire », « ouverture, dynamisme », « patrimoine naturel, environnement », « personnalités », « photo de la semaine », « savoir-faire », « situation, accessibilité », « sons, odeurs, goût, matières », « symboles bretons », « tempérament des habitants », « vie culturelle et sportive ».

[870] 1. Lieux, sites, monuments emblématiques, 2. Grands événements et manifestations, 3. Evénements fédérateurs de la population, 4. Le rapport aux langues régionales, 5. L'évolution de leurs pratiques, 6. Un accent, des mots ou expressions, 7. Une valeur, une philosophie de la Bretagne en tant que personne, 8. Ses qualités, 9. Sa part de rêve, 10. Son âme, 11. Ses traits de caractères et comportements spécifiques, 12. Les événements de l'histoire, 13. La dynamique économique, 14. Les particularités économiques, 15. Le rapport à l'argent, 16. La place de l'innovation, 17. Le rapport à l'agriculture, 18. La place du tourisme, 19. La place de la formation et de l'enseignement, 20. L'attractivité de la référence Bretagne, 21. Le symbole réel ou imaginaire, 22. Le meilleur symbole, 23. Les personnalités du passé, du 20è et actuelles, 24. Les entreprises emblématiques, 25. Les produits symboles, 26. Les savoir-faire, 27. Les images quand on est loin, 28. La Bretagne en trois mots, 29. Espaces ou entités géographiques identitaires, 30. L'unité de la Bretagne, 31. Les éléments partagés par les

Deux caractéristiques sont à relever : la Bretagne devient un personnage, les activités économiques prennent place dans sa définition et sur la liste des signes identitaires d'un territoire. La liste de signes identitaires est déclinée sous les deux formats, questionnaire experts et questionnaire-population. Cette liste identitaire se rapproche de la « la liste des éléments symboliques et matériels[871] » proposée par Anne-Marie Thiesse pour la construction des identités nationales aux XVIIIe-XIXe siècles, tout en faisant intervenir un personnage à part entière, le territoire, la Bretagne. Toutefois, la méthode demeure : utiliser un outil de communication devenu un outil de consultation, le web. Les experts ne parcourent plus le territoire, comme Lenoir en son temps, mais ouvrent un blog. Cependant, une fois ce portait identitaire établi, comment ces signes de la liste identitaire circuleront-ils ? Ce principe de liste établi depuis le XVIIIe siècle peut-il encore agréger les acteurs et faire sens ? Qui circule sur le web : des rois identifiés par l'histoire ou des musiques d'artistes dont le son circule aisément sur le web ?

Prenons l'exemple du « Bro Gozh Ma Zadoù », l'hymne breton depuis la fin du XIXe siècle et d'inspiration galloise. Cet exemple se déroule dans le territoire physique mais il montre que le pouvoir politique a une action limitée dans la circulation de ces signes. Lors d'une finale de football se déroulant à Paris, le « Conseil régional de Bretagne » décide de fournir 20 000 Gwenn-ha-du aux spectateurs et de diffuser cet hymne breton, en le faisant jouer par deux ensembles musicaux (bagad) présents sur la pelouse du stade avant le début du match. Après quelques négociations avec la « Fédération française de Football », puisqu'il n'existe qu'un hymne national en France qui est « la Marseillaise », il est acquis que cet hymne sera joué comme le souligne un message sur le hub « Bzhnetwork » de la plateforme *viadeo.com*. « *Le président du conseil régional de Bretagne en personne, Jean-Yves Le Drian (PS), n'avait pas hésité à le solliciter en ce sens, invoquant le caractère « exceptionnel » d'une confrontation entre deux clubs d'une même région à ce niveau de la compétition. « Avec ce chant, les Bretons expriment une appartenance collective à la Bretagne, à la France et à l'Europe », affirme l'élu au point.fr*.[872]». Mais finalement, les musiciens (sonneurs) refusent de le jouer, comme l'explique l'un des musiciens à la radio. « L'hymne breton ne sera donc pas interprété samedi au stade de France. En tout cas, pas par les deux bagads présents, ceux de Guingamp et Cesson qui lui préfèrent le « Tri Martolod » d'Alan Stivell. Le « Bro gozh ma zadoù » se sonne très mal et n'a pas été répété, c'est ce qu'explique le responsable du bagad de

habitants, 32. Les éléments qui différencient les habitants, 33. Les aspects positifs de l'identité, 34. Les aspects négatifs de l'identité, 35. Une caractéristique, 36. Son identité propre, 37. Caractéristiques de l'identité.

[871] Anne-Marie Thiesse, La création des identités nationales, Paris, Éditions du Seuil, 1999, p. 14.

[872] Message de Jean-François LINTANFF, le 04 mai 2009, in titulé "L'"hymne" breton retentira au Stade de France" qui reprend un article de Philippe Mathon et Jean Guisnel paru sur le *point.fr*.

Cesson-Sévigné, Antoine Lamballais : « *On s'était mis d'accord de jouer « Tri Martolod » d'Alan Stivell au centre du terrain du stade de France. Et c'est vrai que là, nous ne pouvons pas en termes de délais rajouter à nos répétitions et à notre répertoire cet hymne. De plus, l'hymne breton est un hymne qui est très connu de nos anciens moins des nouvelles générations et c'est vrai que les bagadoù actuellement sont quand même composés de jeunes sonneurs. Et puis, il faut être honnête l'hymne breton est un hymne qui se chante plus qu'il se sonne.*

_ Donc a priori il ne sera pas joué?

_ Par le bagad de Guimgamp et le bagad de Cesson, l'hymne ne sera pas joué, non.

_ Voilà qui a le mérite d'être clair. C'était le responsable du bagad de Cesson-Sévigné qui sonnera donc le « Tri Martolod » samedi avec le bagad de Guingamp au stade de France. [873]» Ainsi, finalement l'actualité transformera l'appartenance collective en « Les bagadoù ne veulent pas du « Bro gozh ». La volonté de faire de cet hymne un signe échoue. Les pratiques des acteurs doivent donc être prises en compte.

Cet hymne ne fait pas partie des répertoires contrairement aux musiques des artistes. La circulation des signes est donc dépendante également d'autres critères, notamment celui de l'oubli, ou du refus, du contexte d'usage d'un signe. Entre le contexte de production et le contexte d'usage, les signes peuvent varier dans leur signification selon Philippe Descola[874]. De plus, certains signes sont écartés par les acteurs de l'interterritorialité[875]. Ils peuvent avoir la capacité d'être attachés au territoire mais leur capacité à circuler sur le web reste limitée. La « liste des éléments symboliques et matériels[876] » peut être relevée, remplie, sans tenir compte de leur mode de fonctionnement, de leur « faire-agir », selon Bruno Latour[877], qui nous intéresse ici. Des signes apparemment historiques sont réinventés en des signes d'aujourd'hui, parfois mixés, et qui finissent par circuler.

Le web permet de faire circuler des signes selon un répertoire d'actions multiple entre le média, la revendication pour une cause, la ruse et la mémoire. Finalement pour les distributeurs de connotations ou de signes transposables, la question est moins « qui structure

---

[873] France Bleu Armorique, Le journal de 8 heures, par Eric Bouvet et la rédaction, disponible à l'adresse URL, http://sites.radiofrance.fr/chaines/france-bleu/?nr=b0a86e16b225edce69a7a9377322c89b&9ae7b9eae2ebb9548ce37941e1e71031_info_mode=item&9ae7b9eae2ebb9548ce37941e1e71031_info_index=0, consulté le 07 mai 2009.

[874] Philippe Descola, in Bruno Latour (sous la dir.), Le dialogue des cultures. Actes des rencontres inaugurales du musée quai Branly (21 juin 2006), Paris, Actes Sud-Musée du Quai Branly, 2007, p. 393.

[875] Martin Vanier, Le pouvoir des territoires, Paris, Éditions Economica, 2008, p. 3.

[876] Anne-Marie Thiesse, La création des identités nationales, Paris, Éditions du Seuil, 1999, p. 14.

[877] Bruno Latour, Factures/fractures : de la notion de réseau à celle d'attachement, in André Micoud, Michel Péroni, *Ce qui nous relie*, Paris, Éditions de l'Aube, 2000, p. 191.

à partir de quoi » que « qui fait circuler la dimension temporelle, culturelle, identitaire du territoire »? Le territoire en ce sens est à la fois physique, virtuel pour désigner ce qui compose le web, vécu au sens de socialement vécu et voulu au sens où les signes désignent quelque chose de choisi pour l'acteur. Dans le « réseau-territoire » défini par Gabriel Dupuy, l'interrelation des lieux forme un territoire unique où la relation est celle du voisinage voire de la proximité au sens d'affinité[878]. Avec le web, la relation n'est pas dans la continuité comme dans le territoire, mais dans la connexité, elle est topologique, ouverte sur un ensemble de connexions possibles et dans le même temps, fermée sur un nombre limité de connexions choisies (liens hypertextes sortants) ou non (liens hypertextes entrants). Si ce sont les sociétaires ou dans le cadre de notre corpus, les sites web du réseau qui créent le territoire régional, quelle est leur « territorialité réticulaire » (G. Dupuy [879])? Comment qualifier une territorialité qui n'est plus enracinée dans le territoire « physique » mais qui devient en mouvement entre réseau et territoire, à une échelle globale et locale ? Une des médiations qui assurent la liaison entre réseau et territoire sont des signes transposables qui ont la double capacité d'être attachés et de circuler. Malgré des mises en scènes différentes par des acteurs multiples, ils assurent une médiation entre web et territoire. Nous allons en définir la dynamique sur le web.

4 - 3 - Connexité et attachement territorial

Nous souhaiterions proposer une classification des sites web qui combine la dynamique du site web et la présence des signes transposables dans le contenu du site web. Nous allons établir une typologie des sites web qui prend en compte les liens hypertextes (entrants et sortants) et la présence de signes transposables sur le site web. Ainsi, cette typologie se base sur la connexité d'un site web et son attachement territorial avec la présence de signes transposables.

Pour ce faire, nous avons pris le cœur de graphe que nous avons présenté précédemment pour analyser la doxa. Ce graphe a été élargi à 236 sites web, c'est-à-dire le cœur du graphe et les sites web formant des cliques dans la périphérie du graphe, pour évaluer, selon la théorie développée par J. Kleinberg[880], le nombre de liens hypertextes

[878] Gabriel Dupuy, *L'urbanisme des réseaux*, Paris, Armand Colin Éditeur, 1991, p. 56 et Gabriel Dupuy, Internet, Géographie d'un réseau, Paris, Ellipses, 2002, p. 73.

[879] Gabriel Dupuy, *L'urbanisme des réseaux*, Paris, Armand Colin Éditeur, 1991, p. 57.

[880] Cf. Jon M. Kleinberg, Authoritative Sources in a hyperlinked environnement, in M. Newman, A.-L. Barabási, D. J. Watts, *The structure and dynamics of networks,* pp. 515-542.

entrants (score d'autorités) et des liens hypertextes sortants (score d'hubs)[881]. Nous avons établi un graphique dont l'axe des abscisses représente la connexité des sites web de 0 à 5 liens hypertextes ou hypersites, de 5 à 10 liens, de 10 à 30 liens et de 30 à +∞[882], et dont l'axe des ordonnées mentionne le nombre de sites web concernés (de 0 à 180 sites web). Chacune des lignes du graphique représente la courbe des sites web n'ayant aucun signe (ligne avec des losanges), ayant 1 signe (ligne avec des carrés) ou deux signes transposables tels que les signes iconiques Gwenn-ha-du, hermine, triskèle et les signes verbaux en breton et gallo langue, confondus (ligne avec des triangles).

Le graphique suivant montre trois courbes descendantes. Mais il existe un pic de connexité (10 à 30 liens hypertextes) pour les 45 sites web ayant un signe transposable (ligne avec des carrés), alors que les deux autres courbes (0 et 2 signes) sont descendantes.

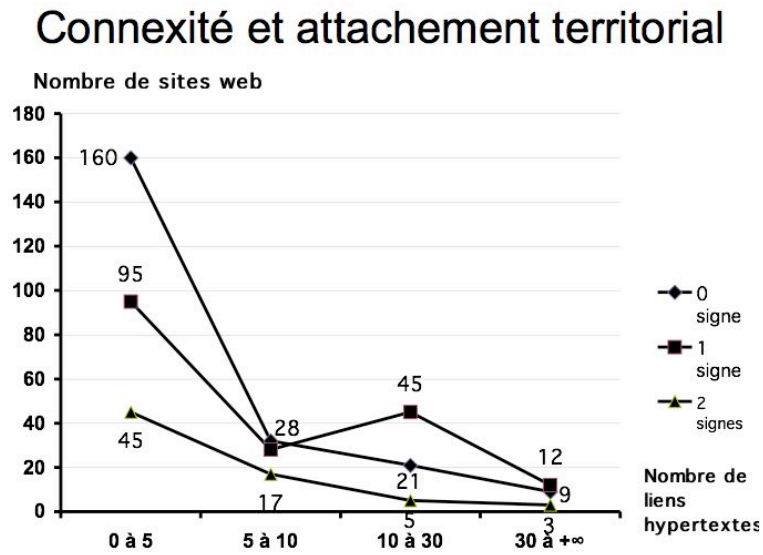


Figure 39 Graphique de la connexité et de l'attachement territorial des sites web du corpus "web régional"

En distinguant les sites web selon leur score d'autorités et d'hubs, il s'avère que ce « pic » provient des sites web ayant le plus fort nombre de liens sortants (score de hub), *i.e.* qu'en tant que hub avec un signe transposable, leur site web assure une circulation distributive avec un ensemble d'autres sites web. Avec 0 signe, cette courbe s'écroule totalement. D'après ce graphique de la connexité et de l'attachement territorial :

- l'absence de signe se corrèle avec une connexité faible,

[881] Nous avons pris un parcours du web proposant 572 sites web parcourus ou visités et 565 sites voisins que nous avons ensuite élargi à 3637 sites web parcourus et voisins.

[882] Nous ne dépassons pas les 550 liens hypertextes dans ces graphes, puisque les bases de données des annuaires et moteurs de recherche n'ont pas été retenues

- et trop d'attachement territorial (avec la présence de deux signes transposables), la connexité demeure plus faible.

La connexité la plus forte correspond à des sites web n'étant pas détachés, mais n'étant pas trop attachés du territoire, c'est-à-dire ayant un signe transposable. Le graphique suivant l'illustre avec un pic de connexité (10 à 30 liens sortants) pour les scores de hub des 34 sites web ayant un signe transposable.

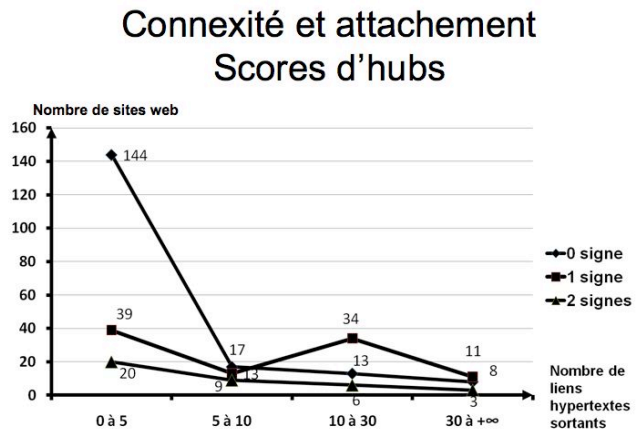


Figure 40 Graphique de la connexité et de l'attachement territorial pour les scores de hub des sites web

À partir de ces graphiques qui présentent une corrélation entre connexité et attachement territorial, nous allons essayer d'établir une typologie des sites web entre leur attachement territorial et la circulation (nombre d'hyperliens entrants et sortants) qu'ils assurent dans notre corpus « web régional ». Nous appuyons cette typologie sous forme de matrice à partir des travaux déjà présentés sur la dépendance et la motricité des nœuds dans un graphe orienté (Forsé, 1991) et des auteurs que nous avons mobilisés dans nos précédentes démonstrations sur le rapport entre web et territoire. Nous allons rappeler ces rapports que nous développerons ensuite au cours de la définition de cette typologie. Ainsi, en reprenant ces auteurs que nous avons mobilisés, nous pourrions proposer quatre types de rapport[883] :

- la polarisation stricte entre des lieux et des flux (M. Castells)[884], ou l'articulation entre un espace transactionnel et un espace patrimonial (J. Beauchard)[885],
- un dépassement du couple conflictuel web/territoire par la couture du site web (A. Cauquelin)[886], ou un nouage entre le cyberspace et le territoire (P. Musso)[887],

[883] Chaque rapport entre web et territoire par le site est développé à partir dans la description de la matrice de la connexité et de l'attachement territorial.

[884] Manuel Castells, *La galaxie internet*, p. 287 : « Ainsi apparaît un espace hybride, fait de lieux et de flux : un espace de lieux mis en réseaux .»

[885] Jacques Beauchard, *La bataille du territoire*, p. 12 : « transformation de l'espace en territoire » sur la base d'un « espace patrimonial » comme « aire de l'existence voire de la perdurance » en opposition au mouvement, aux passages, à l'immédiat de « l'espace transactionnel ». Le territoire est le « lieu de la présence et de la maintenance d'une société et bien sûr le garant de l'unité politique ».

- une projection des territoires sur internet (Duncan et Sanderson)[888],
- une mise en abîme du territoire et du réseau où « *Réseaux et territoires sont en effet reliés par une double construction en abîme. Un territoire peut se réduire dans son fonctionnement à un réseau extrêmement dense et, inversement, l'idée même de réseau suppose un référent territorial. On se trouve alors face à un couple à la fois très simple et très productif : avec des territoires et des réseaux, on fait le tour de l'espace.* [889]» (J. Lévy).

Nous avons combiné ces quatre rapports entre territoire (ou espace) et réseau avec les résultats du graphique de la connexité et de l'attachement territorial. Puis nous avons établi une typologie de quatre types de sites web présentée dans la matrice suivante. La motricité et la dépendance reprennent les deux axes des quatre formes fondamentales de la connexion chez Michel Forsé[890]. La motricité doit permettre de rendre compte de la dynamique d'un site web dans ce corpus « web régional ». La dépendance doit permettre de rendre compte de la dépendance d'un site web par rapport au territoire, dans le sens où le site web est dépendant des hiérarchies, des modes d'action valables dans le territoire. Les deux colonnes « dans » et « entre » placent donc les sites web « dans » le territoire ou « entre » territoire et réseaux. Ces deux colonnes présentent donc la dynamique des sites web en fonction des signes transposables présents sur le site web et en fonction de la connexité.

	« dans »	**« entre »**
Motricité	**Incubateur**	**Relais**
Dépendance	**Filtre**	**Patrimoniaux**

Tableau 12. Matrice de la connexité et de l'attachement territorial des sites web

Ainsi un incubateur est une porte vers les membres, les adhérents, qui sont présents sur le web. Cette « centralité transactionnelle » selon Jacques Beauchard, ou arrêts dans le mouvement des réseaux, récupèrent et redistribuent des flux non dans le territoire, mais du territoire au web. Cet incubateur à travers son site web affiche l'ensemble des sites web des membres de l'organisation qu'il représente dans le territoire « physique ». Néanmoins tel site web ne fait que proposer un temps d'arrêt dans les flux du réseau web vers tous ses membres formant ainsi un réseau en étoile. Par exemple, *produitenbretagne.com* propose 168 liens

[886] Anne Cauquelin, *Le site et le paysage*, Paris, PUF, 2002, p. 87.

[887] Pierre Musso, Introduction, in Pierre Musso, (sous la dir.), *Territoires et cyberespace en 2030*, p. 13 : « La question principale devient alors : comment articuler les deux territoires ? Cette dualité relève de la superposition, du tissage et du nouage plus que de la « substitution ou de la dématérialisation ». »

[888] Andrée Fortin, Duncan Sanderson, *Espaces et Identités en construction*, p.108 : « De plus, trouver des portails régionaux ne donne pas nécessairement une vue d'ensemble cohérente des régions et de leur projection dans le cyberespace. »

[889] Jacques Lévy, *L'espace légitime*, p. 77.

[890] Figure 21. Les quatres formes fondamentales de connexion (Forsé, 2004, p.199), p.266.

hypertextes vers ses membres. Ce site web couve ses adhérents, fait circuler un signe, le logotype de l'association construit autour d'un phare sans créer de dynamique inverse, puisque nous avons relevé 13 liens hypertextes entrants dans le corpus « web régional ». Le milieu associé se retrouve tellement contraint dans l'adhésion, dans le dédoublement de l'association telle qu'elle est présente dans le territoire « physique », que sa structure en étoile offre une connexité quoique retenue dans une logique territorialisée. Autrement dit, le site web crée un « lieu » pour reprendre la terminologie de Manuel Castells qui est dans une logique de flux, un principe de polarisation où le site web est un point fixe en lien avec le territoire. Il est ancré et connecté, sorte de hub, de porte qui assure le passage entre espace patrimonial et espace transactionnel selon la définition de Jacques Beauchard. Ce type de site web demeure donc « dans » le territoire. Ce type de motricité se retrouve également avec *spectacle-vivant-bretagne.fr* qui remplace *resonances-bretagne.org* (ancien site web de l'association « Musiques et Danses de Bretagne ») et qui est un annuaire des artistes de Bretagne, ou *bodadeg-ar-sonerion.org*, cette assemblée des sonneurs bretons qui dirige vers 76 sites web[891]. Le type incubateur offre une structure en étoile qui repose sur un principe d'adhésion, de membres, de structure hiérarchique pyramidale, qui permet également d'accroître la visibilité de ces sites web par leur score d'hubs sur le web. Les incubateurs demeurent « dans » le territoire, ou une logique de relations hiérarchisées.

À l'inverse, le filtre est une projection des hiérarchies principalement politico-administratives du territoire sur le web. Le filtre est l'image sur le web, un reflet, un double souvent institutionnel. L'acteur, le territoire est projeté sur le web, selon l'analyse proposée par Duncan et Sanderson du web québécois. Le site web demeure dépendant des logiques de circulation du territoire « physique ». Il est dépendant des liens hypertextes entrants. Le principe est de projeter une notoriété, une autorité présente dans le territoire « physique » sur le web : « Je me suffis à moi-même et je me projette sur le web ». La réputation du territoire équivaut à la réputation du web, ce qui équivaut le plus généralement à une connexité faible voire quasi-nulle comme le montre le nombre de sites web dont le nombre de liens hypertextes est équivalent à <0-5>. Ce type comprend les sites web ayant 0 ou 1 signe. Ces sites web apparaissent statiques dans la dynamique de ce corpus « web régional ». Ce sont des marques, *armorlux.com*, *cafes-coic.com* des associations de cours de breton *skolvreizh.com*, *stumdi.com*, *skolober.com*, *skolanemsav.com*, des associations environnementales, *eau-et-*

[891] Un site web se retrouve en marge avec le type relais. Ce site web ne se situait pas dans l'inventaire initial du corpus. Pourtant au fur et à mesure des parcours du web (crawls), il est entré dans le corpus « web régional ». L'agencebretagnepresse.com va obtenir 28 liens hypertextes entrants alors que ce site web redirige vers les sites web contributeurs de sa plateforme d'information avec 589 liens hypertextes sortants. Ce dernier exemple est quelque peu en marge car il n'existait pas d'organisation préexistante dans le territoire « physique » avant sa mise en ligne sur le web. De même, il mobilise deux signes transposables.

rivieres.asso.fr, des agences d'urbanisme *audelor.com*, des collectivités locales et territoriales. Le « Conseil Régional de Bretagne » se situe dans la lisière des types filtre et relais. En effet, *region-bretagne.fr* (ancien site web) dispose de 73 liens hypertextes entrants et de 3 sortants, alors que *bretagne.fr* dispose de 8 liens entrants et de 43 liens sortants. Nos parcours (crawls) concordant avec ce changement de nomination, le « Conseil régional de Bretagne » en cumulant ces deux nominations entre dans le type relais. Cet exemple montre que le procédé de nomination et d'identification est important dans la visibilité sur le web. La plateforme éditée par le « Conseil régional de Bretagne » *pays.region-bretagne.fr* correspond au type incubateur. Une autre collectivité territoriale qu'est le « Conseil général du Morbihan », *morbihan.fr* entre dans le type incubateur. En ce sens, nous ne pouvons pas corréler un type d'organisation particulier avec un type précis de la typologie proposée, mais nous pouvons souligner un rapport avec des logiques hiérarchiques dupliquées sur le web.

Le procédé d'attachement territorial est également important, comme le montre la courbe des deux signes dans le graphique « connexité et attachement territorial ». La faiblesse de cette courbe nous permet de dégager un troisième type qui est le patrimonial. Le patrimonial est la multiplication des signes attachés territorialement. Nous avons précédemment présenté le site web *dastum.net* où le dépôt de la mémoire du territoire en ligne finit par immobiliser le site web au sein de notre corpus « web régional ». Dans le type patrimonial, les sites web n'ont pas uniquement la thématique de la mémoire, mais en multipliant sur leur interface les signes attachés au territoire, les procédures pour mettre en place un lien hypertexte, ils finissent par être fixés, ancrés, retenus dans leur circulation, même s'ils se situent entre le territoire et le web. Ils n'ont plus de dynamique car le poids du territoire « physique » mis en ligne devient trop lourd pour le mettre en inertie sur le web. Parallèlement le milieu associé autour de ces sites web devient trop restreint sur une thématique. L'attachement territorial devient trop fort, il ancre et ne permet pas une mise en relation avec des acteurs plus éloignés de la thématique des contenus mis en ligne. Donc le site web patrimonial se situe entre le territoire et le réseau, mais en transportant trop de territoire, il finit par avoir un effet statique sur le web. En nouant, ou en jouant sur la couture, le site web ne dissocie pas la dynamique du web de la dynamique du territoire.

Ces trois premiers types demeurent ancrés, attachés fortement au territoire ou à leur mode de fonctionnement dans le territoire « physique ». La dynamique des sites web ayant la plus forte connexité duplique une logique de diffusion unidirectionnelle. La dynamique de ce « web régional » ne repose pas sur une polarisation, ni sur une articulation qui ferait coexister deux mondes et où les flux s'arrêteraient en un lieu projeté sur le web (filtre) ou projetant vers le territoire (incubateur). Pour augmenter sa connexité, le site web ne peut pas être un double

du territoire ou de l'identité car il finit par être statique, il perd sa dynamique (patrimonial). Finalement, le rapport web et territoire pour être dynamique ne peut reposer ni dans l'ancrage, ni dans le nouage, ni dans l'articulation, dans le sens d'une projection sur le mode de la polarisation, *i.e.* de sites web saillants avec leur réseau en étoile. Les meilleurs scores d'autorités ou de hubs n'assurent pas la dynamique de ce corpus contrairement aux sites web ayant une connexité entre 10 et 30 liens hypertextes. En paraphrasant Jacques Lévy, le territoire est le support du réseau et le réseau permet de faire le tour du territoire[892]. En ce sens, le lien entre réseau et territoire, entre le web et la région Bretagne est assuré par des signes transposables qui attachent en transportant une part de contiguïté et qui circulent dans un voisinage, un milieu associé. Le signe transposable est ce qui connote le territoire ou peut connoter comme un drapeau sur une vague, tout en laissant la signification ouverte.

De ce fait, le relais est le quatrième type qui constitue un équilibre avec une transposition autour d'un signe qui conserve certes un attachement territorial mais faible. De plus, le site relais ne fait pas valeur par lui-même, il ne transpose pas sa réputation du territoire au web, il la crée, comme dans le cas d'*antourtan.org*. Il associe un milieu autour, comme le fait *brezhoweb.com*, ou les acteurs du tourisme qui multiplient les hyperliens comme sur le graphe de *tourismebretagne.com*.

Au départ, nous souhaitions désigner ce type par le terme de « site web passeur », *i.e.* qui passe entre le territoire et le web et inversement. Cependant, le signe passeur est déjà associé à l'acte de lecture, au geste, à l'interactivité, au texte, à l'interprétation du sens, et à l'acte d'écriture[893]. Le site web relais n'est pas lié au sens du texte mais à sa capacité à circuler et à participer à la construction d'une image symbolique par et avec le signe transposable. Donc « entre » le territoire et le réseau, ce site web relais ne fait pas valeur par lui-même mais par le milieu auquel il est associé notamment grâce à un signe transposable. L'attachement territorial de ce site web relais est faible (1 signe) et il ne l'ancre pas dans le territoire « physique ». Le site web et le signe gardent cette capacité à circuler. Ce site web relais se situe « entre », dans une logique de transposition et non de projection.

Plus complexe et plus subtil que d'attacher web et territoire, on circule « entre » les deux. Nous risquons une métaphore biologique, même si elle n'est pas souhaitable pour qualifier les réseaux. Comme une synapse entre impulsion électrique (dynamique hypertextuelle du réseau) et neurotransmetteurs (signe transposable), la transposition n'est pas dans un sens, mais double, à la fois communication (lien hypertexte) et information (signe

[892] Jacques Lévy, *L'espace légitime*, p. 77.

[893] Yves Jeanneret, *Y-a-t-il des technologies de l'information ?*, pp. 169-175.

transposable). Elle n'est pas uniquement dans la signification, elle est dans sa circulation entre ce qui les précède et ce qui suit. Il en est de même du « site-relais », il est « entre » le territoire et l'a-territorialité des réseaux, il dépasse la métrique topographique pour entrer dans la métrique topologique voire socio-logique. Il est « dans » le territoire et « dans » le réseau et il est « entre ».

Mais la définition topologique relève d'une description de la morphologie du réseau, et nous avons souligné que c'est la dynamique de ce corpus « web régional » que nous analysons. Le type « site-relais » est connexe, c'est lui le moteur dans ce corpus « web régional ». En raison de notre méthodologie, nous ne pouvons pas évaluer s'il est moteur dans le territoire « physique ». Sylvie Lardon[894] a élaboré un rapprochement de territoires distants par le transport et les acteurs comme le faisaient en leur temps les chemins de Compostelle. Il serait intéressant de poursuivre cette typologie en suivant les chemins de ces signes. Retrouverait-on les six degrés de séparation comme Duncan J. Watts l'a montré en appliquant l'expérience de Milgram sur le web[895]? Un petit monde d'un « web régional breton » ? Nous avons noté que cette typologie ne relevait pas de types d'organisation particulière. Ainsi, la construction d'un territoire sur le web, d'un « cyberterritoire » suppose une part d' « inter-territorialité » (Martin Vanier[896]), c'est-à-dire une multiplicité d'acteurs et une multiplicité de signes. Finalement, l'imagerie est productrice de cette « interterritorialité », seuls quelques signes attachement véritablement territorialement, mais ils ne sont effectifs que dans la multiplicité. La multiplication de signes qui attachent ne rend pas dynamique un « web régional », la multiplication de signes qui circulent non plus. Nous montrerons après la note méthodologique suivante comment des acteurs multiples peuvent créer une graphie, un signe transposable capable d'attacher et de mettre en circulation une communauté « bretonne » sur le web. Si la transposition est acceptable, comment advient-elle ? Son mécanisme repose-t-il sur une technologie de l'esprit, dans une communauté imaginée, dans le développement inévitable des réseaux techniques ? Nous questionnerons cette approche à travers l'hypothèse de la structuration et de l'institutionnalisation du web.

[894] Sylvie Lardon, Diagnostic de territoire et représentations spatiales : les chorèmes, graphes et enjeux, in Bernard Debarbieux, Sylvie Lardon (sous la dir.), *Les figures du projet territorial*, Paris, Éditions de l'Aube/Datar, 2003, pp. 109-129.

[895] Duncan, J. Watts, *Six Degrees*, New York City, WW Norton & Co, 2003, 384 pages.

[896] Martin Vanier, *Le pouvoir des territoires*, Paris, Éditions Economica, 2008, p. 3.

4 - 4 - Peut-on cartographier un territoire présent sur le web à partir des graphes?

Nous souhaitons dans ce point ajouter une note méthodologique. La matrice de la connexité et de l'attachement territorial repose sur des parcours hypertextuels du web relevés à l'aide d'une application web, pour ensuite être visualisés à l'aide d'un logiciel de visualisation. Ces deux outils ont des inconvénients et des limites, car il existe des erreurs dues à l'absence de relevés de certaines pages web par l'application web, puis à l'absence de visualisation de nœuds et de liens par le logiciel de visualisation. Toutefois, face aux quantités de données, aux limites indéterminées, ces outils demeurent indispensables afin d'établir une base de données et d'en proposer une représentation. Cependant, les graphes présentés ne résultent pas d'une matrice d'adjacence, ni d'une application de la sociométrie. Ainsi il conviendrait de parler non pas de graphes mais de dessins automatiques de graphes[897], d'un objet graphique, selon Pascal Cristofoli et Olivier Vilaça. Ce dessin automatique des graphes pose des problèmes de la lecture quand il est dense, car la position des sommets (des nœuds) se fait selon des forces (attractives et répulsives) définies par l'algorithme de visualisation. Il existe donc une sélection par la lisibilité des données ou parce que le graphe doit montrer. « *Le dessin d'un graphe est, de la même manière qu'une carte, une technique, un mode d'écriture (C. Grataloup) des données* [898]».

Appliqué à la notion de réseaux sociaux, cet objet graphique soulève d'autres enjeux. Pierre Musso parle en ce sens de « raison graphique ». La représentation graphique du réseau social rationalise la relation, définit le groupe, son identité et son fonctionnement. « *Le graphe est défini par un ensemble et une relation : la valorisation des relations s'accompagne d'une mathématisation, d'une représentation graphique, d'une matrice associée (tableau à double entrée) […]. La relation est sans signification a priori autre que sa forme, et le sociologue peut ainsi interpréter cette relation de façon quantitative et psychologique, par la seule « raison graphique », cette rationalité qui parle à l'œil et caractérise la forme du réseau. Il s'agit ainsi de la formalisation d'une psychologie intuitive apte à mesurer la cohésion d'un groupe […].* [899]» En offrant l'opportunité de dépasser l'analyse du corpus « web régional » à partir des seuls attributs des sites web ou de leurs éditeurs, cette approche par les dessins automatiques de graphes peut paraître sur-interpréter la relation.

---

[897] Cristofoli Pascal, Vilaça Olivier, Le Monde comme réseau, in Levy Jacques (Dir.), Jeu de Cartes, nouvelle donne: cartographier aujourd'hui les espaces d'aujourd'hui. Projet CartogrAm, Rapport Datar, Mai 2002, (pp.165-188) [Rapport édité].

[898] *Ibid.*

[899] Pierre Musso, *Critique des réseaux*, Paris, PUF, 2003, p. 311.

Or Pierre Mercklé souligne le changement qu'induit le passage des attributs ou statuts aux relations, leur nombre, leur fréquence, leur direction, à partir d'une critique de Luc Boltanski et Eve Chiapello. Ces auteurs y voient le « troisième esprit du capitalisme », qui est le réticulaire, un paradigme présent dans les discours managériaux[900]. *« Force est de leur donner en partie raison, dans la mesure où White, Boorman et Breiger, dans l'article de 1976, défendent explicitement l'idée selon laquelle les analyses de réseaux seraient adéquates pour décrire les sociétés contemporaines, parce que le développement des activités de mise en réseau serait caractéristique de ces sociétés. [901]»* Dans le corpus « web régional breton » les liens hypertextes caractérisent-ils un réseau social ? Pierre Mercklé en donne la définition suivante. « *Un réseau social […] peut être ici défini provisoirement comme constitué d'un ensemble d'unités sociales et des relations que des unités sociales entretiennent les unes avec les autres, directement ou indirectement, à travers des chaînes de longueurs variables. Ces unités sociales peuvent être des individus, des groupes informels d'individus ou bien des organisations plus formelles, comme des associations, des entreprises, voire des pays. Les relations entre les éléments désignent des formes d'interactions sociales qui peuvent être elles aussi de natures extrêmement diverses : il peut s'agir de transactions monétaires, de transferts de biens ou d'échanges de services, de transmissions d'informations, de perceptions ou d'évaluations interindividuelles, d'ordres, de contacts physiques […].* [902]» En ce sens, les liens hypertextes (les relations) entre sites web (unités sociales) pourraient définir un réseau social, mais qualifient-ils un territoire sur le web ?

La représentation empirique repose, selon Pierre Musso, sur trois temps, qui consistent à décrire la fragmentation, puis à valoriser les liens, les intermédiaires, et enfin, le lien devient la relation qui permet de lire le social[903]. Le réseau devient alors un méso-concept pour identifier le passage, la relation. « *[Le réseau] fonctionne toujours comme un être intermédiaire, son essence est « l'inter », il est ce qui relie.* [904]». Pierre Musso reprend alors Anne Cauquelin[905], qui souligne que le réseau, son dessin, rend visible l'invisible, entre le « vrai » et le « vraisemblable ». « *Le réseau a pour substance l'intermédiaire et le passage.* [906]» Le réseau à la place de la relation devient-il le réseau à la place du territoire ?

---

[900] Luc Boltanski et Eve Chiapello, *Le nouvel esprit du capitalisme*, 1999, cité par Pierre Mercklé, *Sociologie des réseaux sociaux*, Paris, éditions La Découverte, p. 90.

[901] Pierre Mercklé, *Sociologie des réseaux sociaux*, p. 91.

[902] Pierre Mercklé, *op. cit.*, p. 4.

[903] Pierre Musso, *Critique des réseaux*, Paris, PUF, 2003, p. 313.

[904] Pierre Musso, *op. cit.*, p. 319.

[905] Anne Cauquelin, « Concept pour un passage », *Quaderni*, n°3, p. 39.

[906] Pierre Musso, *op. cit.*, p. 319.

« *Mais parle-t-on encore du même espace ? […] Les réseaux sociaux sont-ils, pour partie au moins, des réseaux géographiques ?* [907]» Le territoire, ses pratiques, ses représentations, son contrôle dans une métrique continue, la territorialité définie par son exhaustivité et sa continuité, sont-ils encore présents dans l'exhaustivité et la connexité des réseaux ? Le réseau et le territoire, le web et le territoire ont-ils un point commun, ou l'analyse du réseau de sites web est-elle l'analyse d'un autre espace ? « *Le caractère géographique de la métrique réticulaire peut s'approcher par une autre voie. Réseaux et territoires sont en effet reliés par une double construction en abîme. Un territoire peut se réduire dans son fonctionnement à un réseau extrêmement dense et, inversement, l'idée même de réseau suppose un référent territorial. On se trouve alors face à un couple à la fois très simple et très productif : avec des territoires et des réseaux, on fait le tour de l'espace.* [908]» Dans le même temps, il n'apparaît pas envisageable de transporter certains lieux dont la substance spatiale est forte. « *C'est le cas du lieu sociétal, réalité ancrée au sol en ce sens qu'il est exclu de la transporter : si, par hypothèse, on déplaçait tous les éléments, il serait impossible de le reconstituer car l'arrangement initial était en même temps cause et conséquence.* [909]» Ce type de lieu a les mêmes caractéristiques que les sites patrimoniaux. Ainsi le site web ne doit pas être un lieu qui rentre dans une métrique topologique, dans une connexité assurée par une dépendance du réseau, mais un lieu qui rentre dans une métrique socio-logique capable de créer sa propre dynamique sur le web, variable dans le temps, qui transpose un des éléments du territoire « physique » afin de ne pas être trop ancré au sol. Le territoire sur le web n'est pas projection dans, n'est pas identique, il est autre, il est « entre », il dispose de sa propre dynamique sur le web et il reprend les entités circulantes du territoire.

La dynamique des réseaux est différente de la dynamique des territoires. « *Là où le territoire occupe, le réseau épouse. La diversité du monde à toutes les échelles se retrouve dans les réseaux, qui de par leur principe topologique, ignorent les proximités comme les distances topographiques. […] C'est donc le triomphe de ce qui a été parfois appelé la glocalization : inclusion, mais en finesse, de chaque point du monde, non pour le dominer, mais pour en profiter.* [910]» Les réseaux qui desservent des lieux les influencent sans les rendre substituables. C'est ainsi que les pratiques d'une société peuvent permettre à des lieux de devenir dominants dans le système monde. Si pour Jacques Lévy, le contrôle et le quadrillage comme territorialité diminuent, les villes deviennent moteur et symbole de cette territorialité.

---

[907] Jacques Lévy, *L'espace légitime*, p. 76.

[908] Jacques Lévy, *L'espace légitime*, p. 77.

[909] Jacques Lévy, *op. cit.* p. 80.

[910] Jacques, Lévy, A-t-on (vraiment) besoin du territoire ? *EspacesTemps*, 51/52, p. 131.

Nous reprendrons à notre compte que certaines valeurs d'une société, notamment d'un point de vue culturel, permettent également à la territorialité de prendre de l'importance. Comme le souligne Jacques Lévy, le découpage en formes géométriques du territoire est certes plus simple et autorise la classification en catégories. Ce découpage permet l'usage des termes comme « maillage », « treillage » et « quadrillage ». Cependant, les objets deviennent alors abstraits. La question de la « territorialisation d'un réseau » revient à s'interroger sur « *comment accéder à l'ensemble des points d'une surface en n'utilisant que les lignes ?*[911]». Dans ce cas, les questions des « relations inter-réseaux, la forme des limites d'un espace, les relations entre espaces, l'articulation entre différentes échelles[912] » sont évacuées. Notre démarche ne repose pas sur l'usage des lignes pour accéder à l'ensemble d'un réseau sur un territoire mais sur la complexité issue de la convocation simultanée des notions de réseaux et de territoires. Au niveau de la métrique, les territoires et les réseaux s'opposent et leur association est « problématique »[913]. Cette complexité permet de s'interroger sur la métrique, l'échelle et la substance entre un territoire « physique » et un territoire en ligne ou « virtuel ». En effet, les représentations en ligne d'un territoire politico-administratif qu'est la Région Bretagne peuvent travailler les limites du territoire « physique », dont nous reprendrons ici l'image du quadrillage. Le maillage du territoire par les réseaux assure la fluidité, au sens de circulation des biens et des personnes depuis Saint-Simon, le territoire devient un « corps organisé ». *« Le corps organisé est un réseau qui assure la circulation des fluides*[914] *»*. En appliquant, par métaphore la circulation sanguine au territoire, Saint-Simon ouvre la voie vers le maillage territorial par des réseaux qui assurent la circulation, puis le désenclavement, puis la compétitivité aujourd'hui.

Néanmoins, cette conception demeure dans l'espace. Dans l'espace en ligne, les représentations des acteurs n'entrent pas uniquement dans la fluidité, dans la circulation, elles proposent un tout autre quadrillage du territoire « physique » dans l'espace en ligne. Les limites départementales ou régionales sur les cartes présentes en ligne de certains organismes bougent voire n'existent plus. Elles font référence à d'autres découpages qui peuvent êtres historiques ou issus de la culture populaire en Bretagne, ou des cartes mentales. La distance « physique » est contraignante selon Jacques Lévy[915] même avec les réseaux. Le web entre présent et futur peut-il s'accommoder des temps passés du territoire, s'abstraire de la distance temporelle ? Il semble que les signes transposables dans le contexte d'usage le permettent.

[911] Jacques, Lévy, A-t-on (vraiment) besoin du territoire ? *EspacesTemps*, 51/52, p. 105.

[912] Jacques, Lévy, A-t-on (vraiment) besoin du territoire ? *EspacesTemps*, 51/52, p. 105.

[913] Jacques, Lévy, A-t-on (vraiment) besoin du territoire ? *EspacesTemps*, 51/52, p. 113.

[914] Pierre Musso, *Critique des réseaux*, p. 159.

[915] Jacques, Lévy, A-t-on (vraiment) besoin du territoire ? *EspacesTemps*, 1991, 51/52, p. 106.

« Le tissu des réseaux substitue progressivement ce qui revenait au territoire et à son rôle de facteur identitaire », selon Georges Balandier[916]. Le « Grand Dérangement » n'est pas dans l'espace mais dans le temps. *« Le Grand Dérangement contemporain marque le passage, par rupture, d'un passé défait à un présent où l'inédit s'étend, où le devenir se produit sans la transformation continue, sans achèvements identifiables. […] Si le Grand Dérangement est une perte – celle du lieu où une histoire particulière et une identité ont créé un état d'attachement – et une appropriation – celle du lieu où tout doit commencer à nouveau, autrement –, la métaphore contraint à reconnaître aujourd'hui les mondes où l'homme contemporain inscrit ce qui l'engage dans un nouveau commencement, défini notamment par des territoires différents qui le dissocient de l'espace géographique, des territoires dont il est le seul créateur et l'exploitant aventureux à mesure.* [917]*»* Nous associons à l'homme contemporain, les signes qui l'accompagnent sur le web. La question initiale se trouve ainsi transformée. Les limites disparaissent, l'espace laisse place au temps, et à ce qui attache entre passé, présent et futur sur le réseau. Finalement, le rapport territoire/réseaux sociaux, où le graphe révèle des régularités, laisse place à la circulation de signes attachés au territoire et utilisés par les acteurs sur les réseaux dans notre analyse. En ce sens, cet usage des signes ne semble pas permettre de définir des réseaux sociaux, au sens restreint du terme.

L'objectif était de dénouer ce qui était entrelacé, sans recourir à un maillage sur le web par la connectivité. En questionnant la connexité d'un site web avec l'attachement territorial contenu dans les signes transposables, nous avons défini une matrice composée de quatre types de sites web. « Dans » le territoire, l'incubateur et le filtre transposent leur pratique, les logiques et les hiérarchies du territoire sur le web. « Entre », les patrimoniaux transposent leur activité sur le web mais étant trop attachés par leur contenu à une thématique et un territoire, ils demeurent statiques. Le type relais est un équilibre entre attachement mou, transposition et dynamique propre sur le web. Toutefois, à travers cette typologie et l'utilisation de dessins automatiques de graphes, se pose la question d'une analyse centrée territoire et une analyse centrée réseau, entre position et relation. Le biais a été de s'intéresser aux signes pour finalement revenir à une approche du territoire non en termes d'espace mais de temps. En couplant la recherche de notoriété, la réputation et les signes, les institutions politico-administratives semblent de moins en moins pertinentes, ce qui pourrait remettre en cause l'utilisation du terme territoire.

[916] Georges Balandier, *Le grand dérangement*, Paris, PUF, 2005, p. 95.

[917] Georges Balandier, *Le grand dérangement*, Paris, PUF, 2005, p. 3.

5 - Chapitre 5 –

Vers la définition de communautés imaginées : quelle structuration et quelle institutionnalisation du web ?

En associant connexité et attachement territorial, nous avons qualifié la dynamique de l'imagerie bretonne sur le web. Les acteurs et les signes n'apparaissent pas structurés comme dans le cadre d'une « fiction instituante » qui traverse et unifie vers l'intérêt commun en apportant des valeurs, selon la définition de Lucien Sfez[918]. Cependant, il existe des signes transposables qui peuvent rendre connexes un certain nombre d'acteurs, de sites web liés au territoire « physique » de la Bretagne. Dans ce cas, la définition d'un territoire comme administré, délimité ne semble plus pertinente. Dans le même sens, l'image symbolique n'est plus structurée par un acteur politique, une institution mais devient un style auquel les acteurs « adhèrent ». Aussi, plutôt que de parler de territoire, il semble plus adapté d'utiliser le concept de communauté imaginée[919]. Ce concept permettra de circuler entre le territoire « physique » et une communauté régionale imaginée, hors web ou sur le web. Nous verrons que ces communautés sur le web peuvent répondre à des règles, à des critères et peuvent être temporaires. Ces communautés entretiennent des rapports les unes avec les autres. L'entrée en scène de l'acteur politique régional dans l'une des communautés, initialement définie sans lui, questionnera cette possible « institutionnalisation » du web, alors que son périmètre d'action qu'est le territoire n'est pourtant plus fédérateur. Comment les acteurs ont-ils coordonné leur action entre le web et le territoire « physique » ? Est-ce une « communauté de projet » autour d'un .bzh, ou une communauté effective, « réelle », une « communauté bretonne », qui est en jeu ? Derrière ce projet .bzh, nous cherchons à savoir si derrière la communauté imaginée, le web pourrait s'institutionnaliser, ou comment cet outil technique pourrait-il être gouverné à un niveau local à travers une image symbolique ?

5 - 1 - L'interaction des « styles » de communautés imaginées autour du projet .bzh

Le principe des communautés imaginées est qu'elles sont une création, qu'elles n'existent que « *[…] par le style dans lequel elles sont imaginées* [920]». Cette définition permet de dépasser les définitions de communautés strictement liées à un territoire ou à un espace

[918] Lucien Sfez, *Technique et idéologie*, Paris, Éditions du Seuil, 2002, p. 252.

[919] Benedict Anderson, *L'imaginaire national*, Paris, La découverte, 2002, p. 20.

[920] Benedict Anderson, *op. cit.,* p. 20.

géographique (qui pose problème pour les acteurs du projet .bzh) et du lien entre les acteurs puisque les communautés décrites n'existent pas, elles ne sont pas effectives (or dans le même temps elles sont définies par les acteurs).

Autour de l'arrivée de l'imprimé, la communauté sacrée imaginée (religieuse) laisse place à d'autres styles de communauté dont la communauté nationale imaginée. Il ne s'agit pas de juger de leur pertinence, leur véracité, mais de comprendre le « style ». « *Ce qui, de manière positive, a rendu les nouvelles communautés imaginables, c'est l'interaction à demi-fortuite, mais explosive, entre un système de production et de rapports de production (le capitalisme), une technique de communication (l'imprimé) et la fatalité de la diversité linguistique*[921]. » La relation entre capitalisme, imprimé et langue est expliquée en ces termes par Benedict Anderson (Idem, p. 55). « *Dans l'Europe d'avant l'imprimé, et, bien sûr, ailleurs dans le monde, la diversité des langues parlées, de ces langues qui étaient pour leurs locuteurs la chaîne et la trame de leur existence, était immense : tellement immense, en vérité, que si le capitalisme de l'imprimé avait cherché à exploiter chaque marché potentiel des langues vernaculaires orales, il serait resté un capitalisme de menues proportions. Mais ces divers idiolectes étaient susceptibles d'être assemblés, dans des limites bien définies, en langues d'imprimerie bien moins nombreuses. L'arbitraire même de tout système de signes pour transcrire les sons facilita ce processus d'assemblage.* » Les co-lecteurs de ces langues imprimées devinrent cette communauté nationale imaginée, les textes demeurèrent des écrits à travers les siècles, puis ces langues devinrent des langues de pouvoir. Nous ne parlerons pas de langues, mais de « nom de domaine » dans le cadre du projet .bzh. Il existe différents styles de communauté que nous allons chercher à définir :

- de projet, qui porte le projet .bzh,
- de fait, définie par ce projet qui est la « communauté bretonne imaginée »,
- de critères, qui décide de la faisabilité de la communauté de projet imaginée (ICANN).

Nous présentons la genèse de ce projet à travers des documents mis en ligne sur *icann.org* pour les candidatures des noms de domaine sponsorisé (en 2007) puis en nom de domaine générique depuis 2008, à travers des entretiens auprès des acteurs du projet .bzh[922], et à travers des documents écrits transmis par ces acteurs dans le cadre des entretiens.

[921] Benedict Anderson, *L'imaginaire national*, p. 54.

[922] Nous avons eu des entretiens semi-directifs avec Jean-François Le Goff, attaché parlementaire du député-maire de Châteauneuf du Faou Christian Ménard, avec Hervé Irvoas, adjoint au maire de Châteauneuf du Faou et Président de l'association « Point BZH », avec Christian Demeuré-Vallée, chargé de mission sur le projet .bzh à « Bretagne Prospective », et Mikael Bodlore-Penlaez qui a lancé la pétition en ligne en faveur du .bzh. Hervé Irvoas et Christian Demeuré-Vallée nous ont transmis dans le cadre de ces entretiens de nombreux documents qu'ils avaient utilisés lors du lancement de l'association .bzh.

1) 1er « style » : la communauté de projet imaginée par les porteurs du projet .bzh

Après une initiative politique, un écho médiatique (buzz), l'appui politique a permis de constituer un comité de pilotage qui a pour but de proposer un dossier de candidature auprès de l'ICANN qui gère le système et l'espace de nommage (DNS). Pour soumettre ce projet, ce comité de pilotage doit définir une communauté et la nécessité d'un nom de domaine en .bzh pour cette communauté. Avant de préciser comment cette communauté de projet imaginée procède, il faut comprendre de quel modèle elle s'inspire.

En effet, le projet de domaine .bzh s'est basé initialement sur le modèle catalan .cat. Le 9 octobre 2005, l'ICANN et le « puntCAT » signent le contrat (Registry agreement) pour CAT Sponsored Top-level Domain, le domaine sponsorisé CAT. Ce domaine sponsorisé CAT est géré par une organisation sponsorisante (SO) qui est la « Fondation point CAT » (« Fundació punt CAT ») qui est une fondation privée catalane et, par l'opérateur de registre, celui qui assure la correspondance du numéro IP de l'utilisateur et son nom de domaine dans l'espace de nommage qui est « CORE Internet Council of Registrars » (CORE), association à but non-lucratif basée en Suisse. Ce nom de domaine CAT a été obtenu pour la langue et la culture catalane, il définit donc une « communauté culturelle et linguistique catalane ». Ce projet catalan devient un modèle pour le projet breton.

Ainsi la première réunion de l'ensemble des initiateurs du projet .bzh a lieu en présence du président du « Conseil régional de Bretagne », en février 2007. L'acteur politique se retrouve au cœur de la communauté imaginée ce qui est en contradiction avec le chapitre sur les signes transposables. Les acteurs en faveur de la création d'un .bzh sont réunis en présence d'Amadeu Abril I Abril, porteur du projet Catalan .cat. La réunion aboutit à la mise en place d'un comité de pilotage et d'une étude de pré-faisabilité assurée par « Bretagne Prospective », une association. Les acteurs divers qui ont été à l'initiative du projet se retrouvent dans un comité de pilotage:

- Le « conseil régional de Bretagne » (élus et services techniques),
- Hervé Irvoas, président de l'association « Un point bzh pour la Bretagne »,
- Mikael Bodlore-Penlaez, initiateur de la pétition en ligne,
- Christian Ménard, député-maire UMP du Finistère,
- Les chargés de missions de « Bretagne prospective ».

L'argumentaire du comité de pilotage reprend le modèle catalan, comme le projet gallois reprend le modèle catalan. Selon les critères de l'ICANN, les Catalans ont créé une « Fondation point CAT » portée par trois organisations : la première académique, l' « Institut d'études catalanes », la seconde médiatique, la « Corporation Catalane des radios et télévisions », la troisième qui est « Internet Society » une association d'internautes ayant des sections appelées chapitre, le « Chapitre Catalan de l'Internet Society ». « *Ce sont des entités fédératrices d'entités de la société civile, en gros la communauté linguistique et culturelle, et en jouant sur le fait que ce n'est pas territorial, puisque l'on parle catalan dans plusieurs états et dans le monde entier, d'où l'utilité d'un .cat pour rassembler tous les locuteurs du catalan.* [923]» Les Catalans se sont appuyés en ce sens sur leur diaspora. La diaspora est un « réseau spatio-temporel », « en expansion territoriale puisqu'elle agrège lieux de mémoire et lieux de présence »[924]. Le lieu de mémoire est le pays d'origine et le lieu de présence est le lieu d'habitation. Il s'agit donc d'une communauté linguistique et culturelle qui n'est pas territoriale, ni a-territoriale puisque multi-territoriale. Cette situation n'est pas aisée à comprendre. Elle provient d'un choix effectué par des ingénieurs de recherche en 1984 sur lequel s'appuient l'ICANN et les gouvernements nationaux aujourd'hui.

Le nom de domaine finit par être associé à un pays. Cette distinction entre noms de domaine génériques et noms de domaine de code-pays a pour conséquence une définition complexe de ce qu'est une communauté d'utilisateurs d'internet, voire selon Courtenay Honeycutt qui analyse le projet de nom de domaine Gallois .cym, il s'agit d'une « métaphore de communauté »[925]. Mais surtout, cette distinction verrouille le nombre d'acteurs ayant la capacité de gérer les registres. En 1984, John Postel et Joyce Reynolds dans le document RCF 920, ont créé les échelons supérieurs dans le système de nommage (DNS) composé de six TLD génériques (gTLD) (gov, .edu, .com, .org, .mil, .net) et 244 TLD code-pays (ccTLD) chacun correspondant au code ISO 3166-1 du pays concerné, par exemple .fr pour la France. « *La technologie a formaté la société d'une autre manière, qui concerne le rôle des ingénieurs dans l'établissement d'une politique. La sélection des noms de domaine des codes-pays fut une décision historique aux conséquences politiques majeures. Cette décision fut prise si tôt dans le processus de développement d'internet que les seuls protagonistes furent les ingénieurs de*

[923] Cf. AnnexesDVD. Entretien avec Christian Demeuré-Vallée, chargé de mission, association « Bretagne Prospective », le 18 avril 2008.

[924] Jean-Marc Offner, Denise Pumain (sous la dir.), *Réseaux et territoires*, Paris, Éditions de l'Aube, 1996, p. 163.

[925] Courtenay Honeycutt, Welsh without Frontiers ? Use of the community metaphor in Wales's sponsored Top-Level Domain Bid, [en ligne], *The Information Society*, Vol. 24, n°4, 2008, p. 251-261.

recherche. Ceux-ci ont décidé qu'internet devait être gouverné par les gouvernements nationaux. S'ils avaient choisi d'autres identifiants alphanumériques – couleurs, séquence de chiffres, table des éléments -, la répartition « un domaine par pays » des registries ne serait guère fondée, non plus que l'affirmation subséquente de l'autorité nationale sur les registries. Les ingénieurs ont choisi d'organiser internet sur le modèle des PTT nationales. Ils n'ont pu prendre de telles décisions que parce que celles-ci sont intervenues très tôt dans l'histoire du développement de cette technologie, à un moment où eux seuls étaient concernés. [926]»

Les catalans ont été les premiers à créer une faille dans ce système de nommage, en y insérant non pas un code couleurs, mais le code des langues, en référence au code pour la représentation des noms de langues ISO 639-2. Cette situation n'était pas aisée puisque le catalan est la langue d'Andorre. Les porteurs du projet CAT ont dû obtenir une autorisation du gouvernement d'Espagne et d'Andorre qui gère leur propre « ccTLD ». Les échelons à convaincre dans ce type de projet se multiplient entre la fédération des acteurs locaux, l'autorisation des acteurs nationaux et pays voisins et un organisme international. Ultérieurement les Catalans, à la demande de l'ICANN, ont dû prouver l'existence de cette communauté linguistique et culturelle. Une pétition en ligne a été lancée pour y répondre. Outre ces membres de la fondation, le projet a été soutenu par 98 institutions et associations, 2615 entreprises et 65 468 personnes. En 2010, plus de quarante mille noms de domaine sont enregistrés en .cat.

En Bretagne, le projet repose sur une organisation similaire :

- un comité de candidature, représentant l'ensemble de la société civile bretonne,
- un comité de parrainage, rassemblant les fonds pour le dépôt du dossier de candidature,
- et, une équipe opérationnelle.

Mais l'application de la méthode des Catalans pose quelques difficultés en Bretagne. L'association « Bretagne Prospective » collecte les soutiens des acteurs de la société civile pour devenir membres fondateurs du comité de candidature. Ces acteurs sont répartis en douze domaines (langue, culture, TIC, Médias, éducation, diaspora, jeunesse, société, économie, patrimoine, sport, activités internationales). Les réponses des acteurs varient, selon le chargé de mission de l'association « Bretagne Prospective », Christian Demeuré-Vallée, en fonction de leur sensibilité à la culture ou à l'identité bretonne. Les acteurs de la culture, de l'identité ou de la langue ont émis une réponse positive. Toutefois la « Coordination associative bretonne » a été contactée et son président, également président de la « Fédération

[926] Hans Klein, Icann et la gouvernance d'internet. La coordination technique comme levier d'une politique publique mondiale, *Cahiers du numérique*, 2002, vol. 3, n°2, p. 123.

des Œuvres Laïques », a jugé incompatible l'engagement sur ce projet. Mais la principale difficulté tient au fait que la Catalogne et la Galice comptent plus de 4 millions de locuteurs, tandis que la Bretagne compte aujourd'hui 205 452 locuteurs, dont une majorité ayant plus de 60 ans. Ce comité de candidature devait donc cibler un ensemble plus vaste. Mais les acteurs plus éloignés de ces questions ont émis des réserves voire des refus. Ainsi dans le domaine des TIC, le pôle de compétitivité « Images et Réseaux » a souhaité avant présentation au conseil d'administration connaître les effets d'entraînement économiques. Et, à la différence des soutiens catalans, les clubs de football, la presse quotidienne régionale n'ont pas souhaité s'engager dans le projet.

Les seconds acteurs ciblés sont les entreprises. Le coût pour la constitution du dossier est estimé à 300 000 €. Le coût de la mise en service de l'extension et du développement de l'activité est estimé à 750 000 €. Le « Conseil régional de Bretagne » ne souhaite pas être le seul financeur. Le comité de parrainage a donc pour but de participer financièrement à l'opération. Dans le même sens, neuf entreprises réparties en neuf domaines (sport, grande distribution, services, transports, agro-alimentaire, TIC, tourisme, médias, automobile) ont été sollicitées. Les réponses sont identiques selon le chargé de mission de l'association « Bretagne Prospective ». Les acteurs ayant une vision des TIC et ayant un rapport avec le territoire répondent favorablement, mais pour les acteurs se plaçant sur un marché national ou mondial, « *la Bretagne, c'est plus anecdotique ou folklorique*[927]». Les secteurs agro-alimentaires et bancaires semblent plus facilement apporter leur soutien. La participation financière par adhérent initialement évaluée à 20 000 €, a été révisée à hauteur de 5000 € en 2008. L'objectif est alors de rentrer dans des « réseaux de financeurs » selon le chargé de mission de « Bretagne prospective ». Jean-François Le Goff, attaché parlementaire, s'interroge : « est-ce qu'il vaut mieux avoir de gros sponsors ou plein de petits, un peu comme il y avait eu le scanner à Brest où chaque Breton avait donné un petit peu ?[928] » Le montage financier n'apparaissait donc pas complètement établi en 2008. Mais cet exemple montre que quand l'acteur politique légitime ne duplique pas ces modèles d'action, les autres acteurs qui pourraient participer à cet engagement financier paraissent déconcertés. La faiblesse de la « fiction instituante » semble retenir quelque peu le processus d'adhésion.

Au-delà des difficultés de création de tout comité de candidature, ce récit démontre la difficulté de mobiliser des acteurs du territoire « physique » sur un projet web « immatériel » et lié au territoire. Sans réponse explicite des acteurs sollicités, nous ne pouvons sur-

[927] Cf Annexes DVD. Entretien avec Christian Demeuré-Vallée, chargé de mission de « Bretagne prospective », le 18 avril 2008.

[928] Cf Annexes DVD. Entretien avec Jean-François Le Goff, attaché parlementaire de Christian Ménard, le 7 et le 22 avril 2008.

interpréter les motifs de leur refus ou de leurs attentes qui sont multiples. Toutefois en reprenant la dynamique des sites web déjà établie, l'ancrage dans le territoire ou l'absence d'attachement de ces acteurs éclairent la complexité à mettre en place une dynamique d'adhésion autour de ce projet. Le territoire « physique » est un « support » obligatoire pour ces acteurs, le « territoire en ligne » n'est pas obligatoire si son utilité repose uniquement sur une projection de l'acteur sur le web. La mise en place de ce comité de pilotage se retrouve également face à la difficulté de devoir définir une communauté pour ce nom de domaine mais qui soit a-territoriale. Or le choix d'une langue crée une impasse pour assurer la viabilité économique de ce projet. Les acteurs du gallo sont tout aussi décisifs. Suivant la typologie des sites web établie précédemment, cibler des acteurs ayant déjà une notoriété « hors du web » peut apparaître mal approprié. En effet, ces acteurs n'ont visiblement aucun gain à participer à ce projet, présenté d'ailleurs seulement comme un nouvel outil de communication dans l'argumentaire. Cette communauté de projet imaginaire doit donc dépasser ces impasses. Cette communauté de projet est liée à la communauté bretonne imaginée puisqu'elle doit la définir.

2) 2ème « style » : la communauté bretonne imaginée devient malléable

Cette communauté bretonnante imaginée doit obtenir un nom de domaine pour sa langue et sa culture. Cette communauté initiale doit être élargie en raison du faible nombre de locuteurs. Le comité de pilotage du projet .bzh met alors en place un système de justification à destination de l'ICANN et à destination de la communauté bretonne imaginée. Comme le souligne Érik Neveu au sujet des mouvements sociaux, le registre expressif, la « mise en mots » a pour but de « mobiliser le consensus »[929]. Pour obtenir ce consensus, les acteurs du projet mobilisent un discours de justification sur les impacts territoriaux, les retours positifs, les effets d'entraînement pour les acteurs bretons. Ces arguments à destination des acteurs bretons sont définis en cinq points :

- les intérêts linguistiques et culturels,
- la création d'une image de marque du territoire,
- l'aspect pratique et fonctionnel,
- l'aspect économique,
- l'aspect touristique.

Pierre Musso a établi une liste de « dix « idées simplistes » à questionner » dans les discours sur les TIC et leur impact territorial, qui nous servent de grille de lecture de l'argumentaire du projet .bzh en 2008. La neuvième idée simpliste est que « *Les TIC*

[929] Érik Neveu, *La sociologie des mouvements sociaux*, Paris, Éditions La Découverte, 2005, p. 99-100.

apportent des solutions aux problèmes »[930]. Le nom de domaine BZH apporterait une augmentation de l'usage de l'informatique et de la langue, ce qui reprend les arguments catalans. En Catalogne, l'obtention du « point cat » aurait permis d'augmenter par dix le nombre de pages web publiées en Catalan, notamment sur Wikipédia. De ce fait, sur la brochure bilingue (français-breton) éditée par le service de communication du « Conseil régional de Bretagne »[931] dans la rubrique « Un renouveau culturel sur le web », il est fait mention : du « cyber fest-noz » de l'association « An Tour Tan » ; de la traduction de logiciel en breton par l'association « Korvigelloù an Drouizig » ; de la webtélé en breton « Brezhoweb » ; de la présence de « plus de trois cent éditeurs (qui) couvrent les différents champs de la culture bretonne » et de la place du breton sur « Wikipédia ». La brochure précise que « Le breton est la 56e langue sur Wikipédia et la première langue celtique avec près de 20000 articles. » La méthodologie d'obtention de ces données n'étant pas précisée, ce chiffre doit être pris avec prudence comme tous chiffres obtenus sur le web. Ainsi la « promotion de l'usage mondial de la langue » et la « nécessité technologique pour l'avenir de la langue » montrent que l'extension devient un outil de promotion et de pérennité de la pratique de la langue[932]. Ou « *cela peut être un moyen de diffuser la langue bretonne aussi* [933]», selon l'attaché parlementaire de l'initiateur du projet, le député Christian Ménard. L'organisme en charge de fixer les critères pour les sites web en breton pourrait être l' « Office de la langue bretonne » selon les entretiens. Les Gallois obligeraient à la promotion de la langue pour obtenir le nom de domaine CYM (Cymraeg, terme gallois signifiant le nom de la langue, le gallois)[934]. Les Catalans ont vu également augmenter le nombre de sites web émis en Catalan suite au .cat. En Bretagne, le .bzh viendrait assurer l'avenir de la langue. « *Or, il ne suffit pas qu'il y ait des TIC dans un programme pour qu'il soit bon ; il faut regarder le contenu et pas seulement la dimension technique. Introduire des TIC dans une activité ou une organisation ne suffit pas à résoudre un problème. Au contraire cela génère parfois de nouvelles difficultés. Trop souvent la technique sert de substitut à l'absence de projets politiques, sociaux ou culturels.* [935]» Or le projet .bzh ne s'est pas associé aux acteurs déjà présents (tels que définis dans notre corpus) sur le web et ne propose pas la

[930] Pierre Musso, Introduction, in Pierre Musso, (sous la dir.), *Territoires et cyberespace en 2030*, pp. 9-11.

[931] Conseil Régional de Bretagne. Un domaine internet pour la culture et les langues bretonnes. 2008. Brochure éditée pour le compte de l'« Association www.bzh ».

[932] Point BZH, argumentaire, partie sur « Intérêt linguistique et culturel » des acteurs de la société.

[933] Cf AnnexesDVD. Entretien avec Jean-François Le Goff, attaché parlementaire de Christian Ménard, le 7 et le 22 avril 2008.

[934] Courtenay Honeycutt, Welsh without Frontiers ? Use of the community metaphor in Wales's sponsored Top-Level Domain Bid, [en ligne], *The Information Society*, Vol. 24, n°4, 2008, p. 251-261.

[935] Pierre Musso, Introduction, in Pierre Musso, (sous la dir.), *Territoires et cyberespace en 2030*, p. 11.

mise en place de plateformes ou de contenus en breton, notamment pour l'apprentissage en ligne du breton, point défaillant relevé dans notre corpus « web régional breton ». Cette initiative se fait dans une approche « top-down » sans prise en compte de la dynamique interne du web. Or la circulation des signes trasnposables pourrait participer à cette communauté imaginée.

Le second argument de l'argumentaire du comité de pilotage est le dynamisme du territoire visible à l'échelle internationale. Le nom de domaine apporte le prestige, et une image mondiale. « *Une région, surtout que la Bretagne en France serait la première région à avoir une extension, qui a une extension sur internet, c'est quelque chose qui est marquant pour une communauté, une communauté internet…* [936]» De même, ce nom de domaine apporterait la connaissance sur les pratiques culturelles et commerciales qui sont de fait mises sur le même plan. La concurrence entre les territoires est mentionnée. L'extension serait un outil « facile » pour la création d'une image compétitive, en renforçant notamment l'image « innovation » découlant des TIC. Cet argument se rapproche de la septième idée recensée par P. Musso selon laquelle « *Les TIC, c'est moderne, c'est pour les jeunes, c'est l'avenir d'un territoire* ». Pierre Musso rappelle que ces techniques ne sont pas nouvelles, 1984 pour le DNS, par exemple. « *Ce qui est neuf, c'est la diffusion et l'appropriation de masse de ces techniques, donc les usages et les services plus que les techniques elles-mêmes.* [937]» Dans cette valorisation de l'image, les usages et les services ne sont pas mentionnés, la technique est supposée produire d'elle-même une image valorisante, entre innovation et compétitivité. Le .bzh demeure dans sa définition une opération de communication (en plus).

Le troisième argument repose sur une tendance « mondiale » de création de noms de domaine à l'échelle locale et d'une augmentation du trafic à l'échelle locale[938]. Il est très difficile d'évaluer les trafics à l'échelle locale puisque les fournisseurs d'accès internet ne fournissent pas de données, et les mesures d'audience des sites web à l'échelle locale demeurent rares, seule l'échelle nationale existe dans l'espace de nommage. Parallèlement, avec des adresses URL en .bzh, les recherches d'information sur le web à un niveau local seraient ainsi restreintes, ce qui supposerait par exemple que lors des recherches d'information les internautes soient capables de limiter leurs recherches en sélectionnant le nom de domaine .bzh dans leur moteur de recherche. Or ce serait une idée reçue définie par P.

[936] Cf. Annexes DVD. Entretien avec Mikael Bodlore-Penlaez, webmaster de la pétition en ligne « .BZH, une extension Internet pour la Bretagne, le 22 avril 2008.

[937] Pierre Musso, Introduction, in Pierre Musso, (sous la dir.), *Territoires et cyberespace en 2030*, p. 11.

[938] Point BZH, argumentaire, partie sur « Usages et exemples » des acteurs de la société civile.

Musso comme « *Tout le monde peut utiliser les TIC de la même façon.* [939]» Il faudrait dans ce cas former les internautes, car comme le souligne une étude menée en 2007 auprès d'étudiants d'université sur la recherche d'informations et l'évaluation de l'information sur le web, il n'existe pas de formations en ce sens[940]. L'usage courant est *Google* dont les critères de classement sont complexes. Un autre argument va en ce sens, il présente les usages et les exemples à partir de cette extension. Il repose sur le même constat. *« De manière croissante, les recherches sont locales. Le trafic local et le e-commerce se développent et les entreprises comme Google, Yahoo et Ebay développent des portails locaux. Une extension « .berlin » est donc idéale pour développer des marques locales et pour le marketing local.* [941]» Les exemples cités concernent des filiales en Bretagne (*France-telecom.bzh* dont le site web est *orange.fr*), des organismes ou entreprises nationales (*laposte.bzh*), les administrations (*tresor-public.bzh*), les organismes et entreprises bretonnes (*brittany-ferry.bzh* dont le site web est d'ailleurs *brittany-ferries.com* ou .fr aujourd'hui), des portails (*voile.bzh*), des services régionaux (*sncf.bzh*), les PME/PMI, les associations, les usages privés (www.jyledrian.bzh) ou des e-mail (bouvier@yahoo.bzh). Les recherches locales seraient donc facilitées. Mais les moteurs de recherche ne calculent pas la notoriété d'un site web, ou d'une page web à son adresse URL et son nom de domaine. Cet argument est donc non valide et démontre une faiblesse dans la connaissance des calculs des moteurs de recherche.

L'intérêt économique est le cinquième argument qui touche également l'intérêt touristique. Le nom de domaine est présenté comme un « *avantage comparatif pour un territoire dans une logique de compétition nationale et internationale* [942]». Il *« améliore la communication et facilite les interactions locales* [943]» devenant un « *vecteur d'innovation et de développement* [944]». Il permet un « *renforcement de l'image, de la cohésion, de la confiance collective du territoire et de ses habitants* [945]». Il serait un « *élément de marketing vis-à-vis du marché local (avec un) renforcement de l'image et de la légitimité de l'implantation locale pour les entreprises* », et un « *élément de promotion à l'étranger et d'image pour certains secteurs, (comme les) opérateurs touristiques, Industrie Agro-*

[939] Pierre Musso, Introduction, in Pierre Musso, (sous la dir.), *Territoires et cyberespace en 2030*, p. 11.

[940] Simmonot Brigitte, Gallezot Gabriel, Introduction, in Simmonot Brigitte, Gallezot Gabriel, *L'entonnoir*, Caen, C&F éditions, 2009, p. 35 et suiv.

[941] Point BZH, argumentaire, partie sur « Usages et exemples » des acteurs de la société civile.

[942] Point BZH, argumentaire, partie sur l'« Intérêt économique » des acteurs de la société civile.

[943] Point BZH, argumentaire, partie sur l'« Intérêt économique » des acteurs de la société civile.

[944] Point BZH, argumentaire, partie sur l'« Intérêt économique » des acteurs de la société civile.

[945] Point BZH, argumentaire, partie sur l'« Intérêt économique » des acteurs de la société civile et Cf. Annexes DVD. Entretien avec Christian Demeuré-Vallée, Chargé de mission à l'association « Bretagne Prospective », le 18 avril 2008.

Alimentaire, les industries culturelles, les TIC [946]». Il permettrait des réseaux interculturels, « *Il serait un outil de renforcement des réseaux gallois et bretons à l'étranger* ». Il accroît sa visibilité : « *Le web devient un vecteur croissant de vente et de commerce et un TLD local permet de mieux identifier le marché « local* ». [947] » En ce sens, la visibilité sur le web n'est assurée que par un procédé de nomination et d'identification automatiquement reconnu par les robots qui créent les index des moteurs de recherche ou annuaires. Or la visibilité est accrue sur le web également par le nombre de liens hypertextes entre les sites web, les agrégats dont nous avons montré l'importance et la dynamique entre les sites web. En ce sens, c'est plutôt une campagne de multiplication des liens hypertextes que devraient mettre en place les porteurs du projet .bzh, par exemple.

Ce système de justification qui cherche à élargir la communauté initiale imaginée mobilise des idées reçues sur les TIC et leur impact territorial, soulevées par Pierre Musso. Dans le même temps, la communauté imaginée devient malléable. La langue était le premier argument, le marché local en devient le dernier glissant vers un autre enjeu qu'est le marketing territorial, la création d'une marque bretonne, selon l'étude menée par le « Conseil Régional de Bretagne » en 2009. En 2010, on peut lire sur le site web *pointbzh.com* : « *Au terme de cette journée [Premières Rencontres Parlementaires sur l'Économie Numérique], il est intéressant de noter que la question des noms de domaines se retrouve de manière transversale dans bon nombre des problématiques abordées : identité numérique, sécurité des réseaux, nouvelles applications. Tout ceci renforce, s'il était besoin, notre conviction du rôle crucial d'un projet comme le .bzh dans le développement de l'économie numérique bretonne.* [948]» Ainsi, le projet BZH rencontre l'économie numérique. Le problème n'est pas cette rencontre, mais le fait que cette communauté est portée uniquement par une politique basée sur une dynamique territoriale « physique » (l'économie au sens classique) et non sur la dynamique spécifique du web.

Est-ce qu'une marque bretonne peut pallier l'absence de structuration ? Quelle est la visibilité de cette communauté malléable ? « *La capacité d'un groupe à se doter d'une identité forte et valorisante – fut-elle imaginée – constitue une ressource de première importance pour que ses membres intériorisent une vision de leur potentiel d'action, que le collectif s'affirme dans l'espace public comme le montre l'analyse des mobilisations*

[946] Point BZH, argumentaire, partie sur l'« Intérêt économique » des acteurs de la société civile et Cf. Annexes DVD. Entretien avec Christian Demeuré-Vallée, Chargé de mission à l'association « Bretagne Prospective ».

[947] Point BZH, argumentaire, partie sur la « Dimension pratique et fonctionnelle » des acteurs de la société civile

[948] Association Point BZH, « Premières Rencontres parlementaires sur l'Economie numérique », [en ligne], mercredi 24 février 2010, disponibles à l'adresse URL, http://www.pointbzh.com/spip.php?article68.

paysannes par Champagne (Faire l'opinion, 1990).[949]» Érik Neveu reprend la définition de l'identité à Claude Dubar. L'identité est un processus du maintien du moi dans un environnement mobile. Il s'agit d'équilibrer l'attribution des autres et l'expression de son identité. Dans le même temps, la manifestation de papier, l'écho médiatique dont traite Patrick Champagne[950], se trouvent liés au phénomène du buzz sur le web. Ce buzz a bien existé avec une pétition en ligne en faveur d'un « point bzh » pour la langue en 2006, il ne fait pas advenir cette communauté. Or les porteurs du projet doivent s'appuyer sur cette « communauté de fait imaginée » ou « communauté bretonne » pour déposer un dossier de candidature. Ils doivent la définir, sans qu'elle soit trop petite car viable financièrement pour le nom de domaine et sans qu'elle soit territoriale. Ils doivent dès lors mobiliser la diaspora et ils multiplient les discours économiques : le marketing territorial, l'internet des objets et en 2010, l'économie numérique. Le second problème est la définition du contenu du dossier de candidature d'un nom de domaine par l'ICANN qui doit être établi depuis 2007. La communauté bretonne sera définie selon les critères de l'ICANN. L'une n'est pas totalement indépendante de l'autre.

3) 3ème « style » : la communauté de critères imaginée par l'ICANN

L'ICANN est née de la dérégulation de l'internet en 1994, quand le département du commerce américain a ouvert l'internet aux usages commerciaux (Klein, 2002). Après 1984, et la distinction entre les noms de domaine génériques et de code pays, l'administrateur (registry) des .com, .net et .org, « Network solutions » a été choisi par le gouvernement américain pour les gérer. La gestion des noms de domaines de code pays a été choisie par l'IANA, en fait par John Postel, et confiée à des associations et des sociétés à but non lucratif. Mais à la fin des années 1990, cette situation de monopole de gestion devint problématique avec de nouveaux espaces de nommage, des noms de domaine en « .web » et des registres indépendants par rapport au monopole de « Network Solutions ». La fragmentation de l'espace de nommage posait problème et le droit des marques faisait son apparition.

L'ICANN est donc créée comme « *un ensemble d'institutions semi-autonomes* [951]», constitué du Comité des gouvernements nationaux (Governmental Advisory Committee, GAC), des administrateurs de TLD, et d'un conseil représentatif (Board) constitué de neuf directeurs experts techniques et de neuf directeurs des utilisateurs et un directeur. Ce conseil représentatif assure la coordination technique d'internet et jusqu'en septembre 2009 a été en

[949] Érik Neveu, *La sociologie des mouvements sociaux*, p. 78.

[950] Patrick Champagne, *Faire l'opinion*, Paris, Les éditions de Minuit, 1990, 311 pages.

[951] Hans Klein, Icann et la gouvernance d'internet. La coordination technique comme levier d'une politique publique mondiale, *Cahiers du numérique*, 2002, vol. 3, n°2, p. 112.

lien avec le Département du Commerce américain. Lors des premières élections, au sein des neuf directeurs des utilisateurs avaient pris place de nombreux professionnels de l'industrie donc de groupes d'intérêts (France-Télécom, Fujitsu, Deutsche Telekom ou Verizon). De plus, le GAC établit des règles afin de contrôler ses codes pays alors que c'est l'ICANN qui établit le contrat avec les registries (ou administrateurs de noms de domaine). Selon Hans Klein, l'ICANN est une autorité politique. *« L'entité d'autorité politique formule des règles générales pour tout changement apporté à l'espace de nommage, décidant, par exemple, des noms de domaines admissibles, du coût d'enregistrement dans l'espace de nommage et des restrictions sur l'ajout ou la suppression des noms. L'administrateur met en œuvre ces décisions, en ajoutant ou en supprimant, ou modifiant les entrées dans la base de données pour refléter l'entrée, la sortie ou le changement de statut de divers ordinateurs. L'administrateur garantit également la faisabilité du serveur de noms. [952]»* Le projet .bzh doit donc établir un contrat avec l'ICANN afin de devenir un nom de domaine générique, peut-être associé à une organisation sponsorisante sur le modèle du projet catalan. Cette organisation sponsorisante assurerait la viabilité économique du nom de domaine, rembourserait l'ICANN si le .bzh ne fonctionne pas, ou permettrait d'assurer les problèmes juridiques liés au cybersquatting (la protection des marques) et tiendrait un registre[953] opérationnel qui gère techniquement le nom de domaine (les serveurs et le fichier-zone).

Et certains arguments des porteurs du projet sont à destination de l'ICANN. Les premiers arguments du comité de pilotage se composent d'une défense d'une communauté linguistique et culturelle en Bretagne et d'un besoin d'une extension en Bretagne, sur le mode de la réclamation, - les Catalans l'ont eu, pourquoi pas nous -. Toutefois, comme le souligne Christian Demeuré-Vallée, chargé de mission à l'association « Bretagne Prospective » et en charge de ce dossier, c'est un accord partenarial qui est mis en place avec l'ICANN, le mode de réclamation (les Catalans l'ont eu, pourquoi pas nous) ne peut être l'unique discours. Ils doivent également défendre les trois lettres « bzh » comme référence en Bretagne. En effet, une extension en « br » ou « bre » correspondant au code ISO 639 pour les langues serait moins sujet à controverse en Bretagne et à l'extérieur, mais le .br est le code pays du Brésil. Le Gwenn-ha-du et la dénomination « Breizh » ont été choisis par le « Conseil régional de Bretagne » pour les plaques d'immatriculation des voitures. C'est parlant, avec une « *dimension affective et populaire*[954] », selon les acteurs porteurs du projet. Dans le caractère

[952] Hans Klein, Icann et la gouvernance d'internet. La coordination technique comme levier d'une politique publique mondiale, *Cahiers du numérique*, 2002, vol. 3, n°2, p. 100.

[953] Les registrars ou registres opérationnels sont les organisations qui assurent la vente des noms de domaines aux utilisateurs ou à un administrateur de réseau, qui le met à disposition des utilisateurs.

[954] Point BZH, argumentaire, partie sur « Justification de la référence « bzh » » des acteurs de la société civile.

immédiat de l'information sur le web, taper trois lettres au lieu de taper « Bretagne » serait un gain de temps. Cette abréviation « bzh » se retrouve déjà dans d'autres noms de domaines et est utilisée par des associations et des entreprises. Pourtant, la question est soulevée : ces trois lettres n'ont-elles pas une « connotation « militante », « indépendantiste », traditionaliste » ? « *Le point bzh va précisément contribuer à changer cette « connotation ».* [955]», répond l'argumentaire. Les acteurs du projet se basent également sur les arguments défendus par les Catalans, tels que le prestige, l'identité, la visibilité, l'agrégation des activités et les limites. Les arguments « démocratiques et civiques » apparaissent également à destination de l'ICANN. Ces extensions sont le reflet « *d'une décentralisation et d'une démocratisation d'Internet* [956]». Elles permettent « *le renforcement de réseaux locaux* », et « *la cohésion interne (image, vie sociale, conscience et estime de soi collective) de la communauté concernée »* [957]. Le projet est rassembleur de toute la société civile, d'ici ou d'ailleurs. Cette extension « *renforce les liens avec les personnes expatriées* » et crée « *une communauté sans frontières* »[958].

Outre la définition de la communauté de fait imaginée, les acteurs du projet .bzh doivent également l'accorder avec la communauté de critères imaginée par l'ICANN, en perpétuel changement. En 1999, l'ICANN a publié l'Uniform Dispute Resolution Policy (UDRP). « *En instituant des règles mondiales sur la propriété, ICANN a pris une décision qui concerne aussi les valeurs publiques.* [959]» Cette règle explique en partie le retard pris dans les procédures de dépôt des dossiers de candidatures des gTLD. Lors de la 32ème réunion internationale de l'ICANN à Paris du 22 au 26 juin 2008, le journal *Les échos* titrait : « Révolution en vue dans les adresses Internet », car la presse relatait que chaque internaute pourrait avoir son propre nom de domaine. Mais l'article soulignait que « *L'an dernier, un nombre record de 2.156 plaintes pour cybersquattage, l'enregistrement abusif de marques comme noms de domaine sur Internet, a été déposé devant l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (Ompi). Soit une augmentation de 18% par rapport à 2006 et de 48% par rapport à 2005 du nombre de litiges.* [960]» La procédure de dépôt de dossier de candidature s'est donc allégée, passant d'un sTLD (sponsorisé) à un gTLD (générique), mais depuis 2008,

[955] Point BZH, argumentaire, partie sur « Justification de la référence « bzh » » des acteurs de la société civile.

[956] Point BZH, argumentaire, partie sur « les arguments démocratiques / civiques » des acteurs de la société civile.

[957] Point BZH, argumentaire, partie sur « l'intérêt économique » des acteurs de la société civile.

[958] Point BZH, argumentaire, partie sur « les Arguments démocratiques / civiques à destination » des acteurs de la société civile.

[959] Hans Klein, Icann et la gouvernance d'internet. La coordination technique comme levier d'une politique publique mondiale, *Cahiers du numérique*, 2002, vol. 3, n°2, p. 119.

[960] L. N'. K. et E. P, « Révolution en vue dans les adresses Internet », in *Les échos*, 23/06/08, p. 26.

elle n'est toujours pas établie, et chacun des bilans mis en ligne par l'ICANN soulignait cette question du cybersquatting[961]. En Décembre 2009, l'ICANN a publié un document sur le futur lancement d'une « Expression of Interest », qui serait une déclaration d'intention des porteurs de projet de noms de domaine, accompagné d'un dépôt de garantie de 55000 Dollars US[962]. L'ICANN ne compte pas dépasser le nombre de 500 nouvelles extensions en raison de contraintes techniques, et semble plus convaincue de fournir des noms de domaines aux grandes villes (projet .berlin, .paris) qu'à des acteurs « régionaux ». Ainsi l'ICANN qui assure ses revenus par la vente de noms de domaines et qui assure également la protection des marques, dépasse son premier cadre de coordination technique du réseau internet, tout en restant une société à but non-lucratif de droit américain.

Dans cette communauté de critères imaginée, qu'est l'ICANN, la communauté ne se définit par rapport à l'autre, elle ne crée pas de frontières, elle répond à des critères établis par une assemblée technique imaginée elle-même après la dérégulation d'internet. L'ICANN devient instituante dans sa définition des communautés qui veulent candidater à la création d'un nom de domaine générique. Ainsi ces communautés imaginées produites par les trois styles (de projet, de fait, et de critères) ne sont pas exclusives, elles s'entrelacent, en empruntant les critères de définition des unes et des autres. La communauté de projet imaginée, la communauté de fait imaginée et la communauté de critères imaginée ont presque une obligation d'enchevêtrement. L'une ne peut se définir sans l'autre. Ainsi, pour une même question apparemment technique (extension .bzh), plusieurs « styles » de communauté imaginée apparaissent.

5 - 2 - Institutionnaliser le web

Institutionnaliser le web reviendrait à établir un web régional breton, c'est-à-dire à le définir et à trouver des règles pour son fonctionnement. Or, le projet du nom de domaine BZH montre que, comme l'a souligné Lucien Sfez, la technique (ou la dimension technique du projet .bzh) n'est pas instituante[963]. Car notre premier questionnement sur la définition d'un site web comme un lieu, comme une institution discutait déjà cette hypothèse. Le lieu détermine les conditions de fonctionnement d'une institution, selon Michel De Certeau. « *Avant de savoir ce que l'histoire dit d'une société, il importe donc d'analyser comment elle*

[961] ICANN, documents disponibles en ligne à l'adresse URL http://gnso.icann.org/en/improvements/newco-process-en.htm dont ICANN, Notice of Intent to Form a New GNSO Constituency, 15 février 2009, 4 pages et ICANN, Rapport du GNSO (organisation spécialisée dans les questions relatives aux noms de domaine génériques) sur Les politiques en matière d'enregistrements frauduleux, 29 octobre 2008, 7 pages.

[962] ICANN, New gTLD Program: Aspects of an Expression of Interest and PreRegistration Model, 18 décembre 2009, 16 pages. Disponibles sur <http://www.icann.org/en/topics/new-gtlds/eoi-model-18dec09-en.pdf>.

[963] Lucien Sfez, *Technique et idéologie*, Paris, Éditions du Seuil, 2002, p. 220 et suiv.

y fonctionne. Cette institution s'inscrit dans un complexe qui lui permet seulement un type de productions et lui en interdit d'autres. Telle est la double fonction du lieu. [964]» L'arrivée du « Conseil régional de Bretagne » dans le projet .bzh, nous avait semblé annoncer qu'il deviendrait cet acteur capable de mettre en place une image symbolique en vue d'assurer la visibilité et la lisibilité du territoire de la Bretagne sur le web.

Mais l'imaginaire n'est pas l'imagerie. « […] *L'imaginaire suppose une structuration possible des représentations, l'identification d'archétypes ou de schèmes.* [965]» Un acteur politique devait donc selon la problématique être capable de structurer, d'institutionnaliser ce web. L'imaginaire permet de repérer les invariants à partir de grille de lecture, de repérer des « *schèmes de structuration des représentations* [966] ». Ni vrai, ni faux, l'imaginaire se base sur les représentations, qu'il structure, qu'il a la capacité à structurer. « *On pourrait donc affirmer que l'imaginaire est à la fois du réel transformé en représentation et la réalisation de représentations. […] C'est le lieu de production et d'articulation des représentations.* (P. Musso, *idem,* p. 13). » L'imagerie, ou une couche supplémentaire de représentations ne structure pas, et n'institutionnalise pas. « […] *l'imagerie se contente de classifications, d'analogies, d'images et de discours.* (P. Musso, *idem,* p. 11). » L'imagerie permet d'obtenir des taxinomies, des typologies, « *définir un ensemble d'images toutes prêtes, de lieux communs qui circulent pour s'imposer aux consommateurs* (P. Musso, *idem,* p. 18) ». Mais alors que les ingénieurs qui innovent déplacent le symbolique du passé au futur, les acteurs du projet .bzh ne possèdent pas de véritable stratégie des signes du futur. « *Le symbolique, dans cette affaire, s'est déplacé d'une gestion des images fondatrices du passé vers une stratégie des signes futurs.*[967] » Les images et les imageries de la technique, présentes dans l'argumentaire du projet .bzh, « *peuvent-elles servir de fondements techno-politique? Permettent-elles de structurer l'imaginaire? Peuvent-elles alors devenir symbolicité?* »[968]. Selon L Sfez, ce n'est pas possible, car « *sans environnement social, sans groupes d'intérêt ou en conflit, avec progrès technique mais sans histoire, sans médiations, sans mouvements* » et, « *pour des raisons théoriques, car une imagerie ne peut structurer un imaginaire […]*[969] ». Toutefois une variable change. Dans cette « fiction instituante », le territoire considéré n'était-il pas un territoire stable ? Face à des territoires dynamiques comme sur le web, la fiction ne devrait-elle pas s'adapter à ce mouvement et devenir une fiction circulante ? De ce fait, la

[964] Michel de Certeau, *L'écriture de l'histoire*, Paris, Éditions Gallimard, 1975, p. 94.

[965] Pierre Musso (et al.), *Fabriquer le futur*, Paris, Pearson Education France, 2005, p. 11.

[966] Pierre Musso (et al.), *op. cit.*, p. 12.

[967] Lucien Sfez, *Technique et idéologie*, p. 99.

[968] Lucien Sfez, *op. cit.*, p. 133.

[969] *Ibid*.

stratégie ne consisterait plus à circonscrire un lieu, mais à attacher cette circulation, en changeant les fondements, les bases du pouvoir sur le territoire. De la stabilité, ce pouvoir ne doit-il pas reposer sur une fiction circulante, basée elle-même sur une imagerie que l'on pourrait qualifier de proliférante ? Dans ce cas le .bzh serait un laboratoire de ces tentatives pour faire émerger ces fictions circulantes.

1) Une fiction circulante

Pour rendre compte de cette fiction en mutation, nous allons devoir combiner à la fois la définition d'un territoire et du pouvoir politico-administratif qui y est associé, à la notion de communauté, de « communauté imaginée » (B. Anderson) à d'autres types de communautés dont les dites « virtuelles », pour montrer pourquoi sur le web l'image symbolique doit passer d'une fiction instituante à une fiction circulante.

En reprenant le concept d'interterritorialité[970] (M. Vanier), nous avons présenté une imagerie bretonne où l'acteur politique n'est pas l'unique dépositaire d'une histoire et se retrouve face à de multiples sites web qui composent un territoire en ligne. Cette imagerie bretonne est composée de signes transposables, et la dynamique de cette imagerie bretonne repose sur des liens hypertextes, en raison de la connexité accrue associée à la présence d'un signe transposable sur un site web. Cette imagerie bretonne dynamique montre qu'il n'existe pas de dichotomie entre un attachement dans le territoire « physique » et une circulation ininterrompue et a-territoriale du virtuel. La frontière est poreuse. Les signes transposables nous ont obligé à prendre en compte les temps longs du territoire (F. Braudel)[971], en questionnant la mémoire et l'histoire. Au territoire s'est associée une forme symbolique depuis le XVIIIe siècle : le pays, la nation. Avec la constitution d'une communauté imaginée, cette fiction repose sur l'adhésion des personnes, dépassant la proximité physique vers une proximité affective. Parallèlement, comme le souligne Paul Alliès[972], les conceptions multiples du territoire s'appuient pourtant sur une définition politico-juridique du territoire et de ses frontières stables. La solution serait donc pour gérer un pouvoir sur le web de recourir à une fiction instituante, une image symbolique, à la condition d'assurer une connexité, une dynamique propre au web, une transposition entre web et territoire, et non une structuration identique au territoire « physique », ou au pouvoir politique capable de symboliser, *i.e.* « *unifier sous un seul registre les différentes composantes d'une société* »[973]. Or la stabilité

[970] Martin Vanier, *Le pouvoir des territoires*, Paris, Éditions Economica, 2008, p. 3.

[971] Fernand Braudel, *Écrits sur l'histoire*, Paris, Champs-Flammarion, 1984, p. 24.

[972] Paul Alliès, *L'invention du territoire*, Grenoble, PUG, 1980, 184 pages.

[973] Lucien Sfez, *Technique et idéologie*, p.265.

associé au pouvoir, à la capacité de ce pouvoir à unifier est complexe à établir sur le web. Nous devons donc essayer de comprendre autrement cette fiction.

En ce sens, nous avons eu recours au terme « communauté », dont la polysémie peut être préjudiciable, notamment associé au web, qualifié par Jean-Pierre Garnier d'espace médiatique. « […] *L'espace médiatique, où les pulsions identitaires et les fantasmes communautaires seront appelés à transiter, suppléera aux carences de l'espace construit. […] Elle [la communauté] est composée de « tribus » éphémères qui se font et se défont au gré des identités d'emprunt ou des centres d'intérêt du moment. […] Loin de ressouder les communautés en voie de décomposition, l'espace médiatique ainsi conçu achève au contraire de les désintégrer en agrégats de solitudes d'autant plus faciles à manipuler qu'au conditionnement externe aura été substitué l'auto-conditionnement par la consommation individualisée.* [974]». La difficulté est donc que le territoire n'est plus construit par un acteur unique et que les communautés ne s'inscrivent plus dans leur unicité couplée à des temps longs. De ce fait, cette dimension temporelle du territoire paraît absente quand les auteurs définissent les communautés virtuelles ou en réseau. La question semble demeurer celle de son espace de construction, de sa pérennité, mais pas du passé qui peut être pris en charge par ces communautés, comme le souligne Serge Proulx[975]. Face à l'instabilité, la solution serait donc un lieu d'ancrage face au nomadisme, un lieu non pas défini par rapport à l'espace mais par rapport à l'intérêt, ou un lieu reposant sur des valeurs ou un lieu en ligne ayant des rétroactions sur le lieu « physique ». Cette définition semble se retrouver dans l'opposition entre communauté virtuelle et communauté en réseau (community networks). « *Tandis que la notion de communauté virtuelle renvoie à des formes sociales fondées davantage sur la communauté d'intérêt que sur le voisinage géographique, la notion de communauté en réseau traduit l'appropriation citoyenne des réseaux interactifs au profit du développement de la démocratie locale (Sculer, 1996).* [976]» Selon notre hypothèse, l'ancrage ne doit pas résider dans les lieux statiques, géographiques. Il doit être dans le rapport entre virtuel et physique, *i.e.* ne pas être un ancrage mais un attachement territorial à partir duquel les signes transposables circulent. L'usage du terme « virtuel » est discutable s'il définit une simulation communicationnelle, par rapport au sens, plus pertinent, de potentiel non actualisé,

[974] Jean-Pierre Garnier, L'espace médiatique : un nouveau lieu pour l'imaginaire social ? in Franck Auriac, Roger Brunet, (sous la coord.), *Espaces, jeux et enjeux*, Paris, Fondation Diderot/Éditions Fayard, 1986, pp.123-124.

[975] Serge Proulx, Guillaume Latzko-Toth, La virtualité comme catégorie pour penser le social : l'usage de la notion de communauté virtuelle, *Sociologie et société*, 2000, vol. 32, n°2, pp. 99-122.

[976] Serge Proulx, Guillaume Latzko-Toth, La virtualité comme catégorie pour penser le social : l'usage de la notion de communauté virtuelle, *Sociologie et société*, 2000, vol. 32, n°2, p. 107.

selon Jacques Lévy[977]. L'auteur réintroduit alors la dimension temporelle de ces communautés. Par ailleurs, ces regroupements ne sont pas forcément des communautés au sens fort du terme (la Gemeinschaft de F. Tönnies). Ainsi ne vaut-il pas mieux employer l'expression « collectivités immatérielles »[978] ?

Les communautés imaginées ne sont pas que dans le présent, la technique de communication unifie également un passé, le fait vivre dans le présent (l'actualité) et le fait advenir (les archives, les cartes). Nous avons précédemment souligné que le signe BZH prenait en charge le passé, celui de l'unification du breton. Mais, aujourd'hui, le numérique repose sur l'intéropérabilité des documents, comme dans le cadre des archives ouvertes, c'est-à-dire une architecture technique ouverte qui autorise la circulation entre les machines. Mais le centre du web n'est pas définissable. Ainsi, la fiction est moins instituante que circulante. L'image symbolique ne sert pas à instituer un centre, un pouvoir, un contrôle. L'image symbolique gère une production de signes transposables issue de l'interterritorialité[979], c'est-à-dire de la multiplicité des acteurs. L'image symbolique ne peut pas définir les signes transposables mais elle peut les faire circuler par des liens hypertextes qui permettent de donner, de recevoir et de rendre en réseau[980].

2) Du pouvoir de stabilité au pouvoir de prolifération

« *Un réseau technique est donc toujours un enjeu de pouvoir.* [981]» La stabilité à partir d'un centre, ou un ancrage dans un lieu doit laisser place à un centre, à une centralité capable d'assurer le pouvoir sur les réseaux. Une des pistes d'interprétation est celle des macro-systèmes techniques. Pourtant en confrontant, la stabilité ne peut-elle pas laisser place à la circulation et jouer sur les modes de connexité et de prolifération du web ?

Or l'ICANN ne serait-elle pas finalement le nouveau centre stabilisateur que l'on cherche pour créer une fiction instituante ? Ce nouveau centre correspondrait avec les travaux de Thomas P. Hughes et Alain Gras sur le macro-systèmes technique (MST). Le MST

[977] Jacques Lévy, Société-Monde. Le tournant géographique, in Suzanne Laurin, Juan-Luis Klein, Carole Tardif, (sous la dir.), *Géographie et société*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 2001, p. 22.

[978] Jacques Lévy, Société-Monde. Le tournant géographique, in Suzanne Laurin, Juan-Luis Klein, Carole Tardif, *op. cit.*, p. 22.

[979] Martin Vanier, *Le pouvoir des territoires*, p. 3.

[980] Serge Proulx, Guillaume Latzko-Toth : « Un détour par l'étymologie nous rappelle que « communauté » provient du mot communis dérivant lui-même de cum (avec, ensemble) et munus (charge, dette), et qu'il renverrait donc originellement à une relation sociale caractérisée par des obligations mutuelles, autrement dit « un réseau défini par des règles du type « donner-recevoir-rendre ». (Dubost, 1995, p.4). », *Sociologie et société*, 2000, vol. 32, n°2, p.110.

[981] Pierre Musso, *Critique des réseaux*, p. 307.

provient d'une thèse de Thomas P. Hughes sur les réseaux électriques aux Etats-Unis[982], qui est développée par Alain Gras sous cette notion de MST. Nous reprendrons la présentation qui en est faite dans *Critique des réseaux* de Pierre Musso. Le réseau technique peut devenir la constitution d'une institution de pouvoir, quand un opérateur unique se met en place pour la distribution d'énergie par exemple. Mais ce pouvoir peut exister seulement si le réseau technique pour se former constitue un réseau d'acteurs, sinon le réseau technique demeure une invention. Le réseau technique et le réseau de pouvoir deviennent liés. « *Selon Hughes, un grand réseau de lignes de pouvoir est superposé sur le monde industriel, car les inventeurs, ingénieurs, managers et entrepreneurs ont ordonné un monde artificiel avec le réseau énergétique. Le réseau étant défini comme la structure d'interconnexion des composants d'un système, il s'accompagne d'un nécessaire contrôle des échanges et affecte les relations de pouvoir. Le contrôle des réseaux et de la circulation des flux devient ainsi une question politique essentielle. La gestion des flux avec un contrôle direct et centralisé, est constitutive de la nouveauté du MST. Dans le MST, il y a deux types de réseaux combinés, les réseaux techniques et les réseaux de pouvoir qui organisent des stratégies et des relations d'intérêts. Réseaux techniques et réseaux de pouvoir se combinent dans le network power. C'est cette « pluralité des réseaux » qui donne consistance à la thèse de Tom Hughes, à savoir que le MST est un « énorme complexe composé d'institutions, de machines et de connaissances » ou, selon Alain Gras, « un ensemble composé d'objets techniques liés par des réseaux d'échanges.*[983] ». L'ICANN répond à la définition d'un MST en raison :

- du mode de création d'un monde artificiel,
- du mode de fonctionnement, de gestion, de contrôle et de la pluralité,
- de son action dans la gestion et le contrôle des noms de domaine sur l'internet.
- de son historique, de son fonctionnement.

L'ICANN a été définie précédemment comme une « autorité politique », en ce sens, elle fige, labellise, stabilise, crée des lois (URDP) afin d'asseoir son autorité. Or l'autorité sur le web, ou dans le territoire repose sur la stabilité. L'ICANN est un pouvoir de stabilisation au sein de l'internet.

Cependant, cette analyse si elle peut avoir une certaine validité à l'échelle du web comme MST, ne peut pas être transposée à un « mini système technique régional ». Ce mini système technique devrait gérer et contrôler des flux, en devenant une institution et en détenant l'infrastructure de réseau en Bretagne. Ce monde de fiction instituante ne peut donc fonctionner. La gestion et le contrôle des flux s'avèreraient inopérants. En adaptant notre

[982] Thomas P. Hughes, *Networks of power*, cité par Pierre Musso, *Critique des réseaux*, p. 307.

[983] Pierre Musso, *op. cit.*, p. 307.

approche de la fiction circulante, il est cependant envisageable de récupérer des marqueurs techniques de cette circulation. Ainsi, il est envisageable que chaque paquet qui circule sur l'internet, ou que chaque objet circulant soient « taggés » « Bretagne », c'est-à-dire que les contenus portent un signe, non de repli, mais d'expansion permanente. L'attachement territorial se situerait dans la circulation et non dans le filtrage ou la stabilité. Ce signe ne serait plus un procédé de nomination avec une duplication de ses propres frontières sur le web. Si le pouvoir politique veut jouer un rôle instituant sur le web régional c'est paradoxalement en abandonnant les attributs classiques de l'institution et en organisant la fiction circulante sur le web. En conséquence, le but n'est pas de devenir une tête de réseau afin de définir une communauté de membres, de mettre en valeur une compétence ou un savoir-faire ou une expertise sur des contenus. Le but n'est pas de labelliser des contenus en distribuant des prix en faveur d'initiatives menées sur le web, ou de définir des signes, comme celui d'un hymne régional qui est refusé par les acteurs. La question n'est plus celle de la représentation, ou de la représentativité, en définissant des signes, des lieux polarisés et mis en réseau. La circulation fonctionne alors sur le principe d'un hub. La fiction n'est plus instituante, elle est circulante entre des temps courts et des temps longs, entre différentes communautés entrelacées qui prennent en compte l'interterritorialité[984].

De la sorte, le « Breizh Flag Trip Tour », avec un drapeau effectuant le tour du monde, ne définit pas le signe, mais assure via son site web, une prolifération de ce signe. *« Il n'est pas nécessaire de disposer d'un matériel compliqué pour ouvrir un site web, et la diffusion d'informations par cette voie est d'un coût modique. La célébration de la nation sur Internet est plus souvent le fait de particuliers que d'organismes officiels ou d'institutions publiques. Les identités nationales sont-elles menacées par la globalisation ? Elles ont en tout cas trouvé pour l'instant une nouvelle vitalité grâce au médium planétaire, symbole des changements en cours. La véritable question est plutôt de savoir si la fonction sociale et politique qu'elles ont remplie depuis deux siècles va perdurer. […] L'histoire de nos nations montre bien qu'une identité collective se construit, dans un travail lui-même collectif, qui prend appui sur les nouveaux médias de communication. [985]»* Le pouvoir de contrôle devient un pouvoir de prolifération pour assurer une puissance de propagation. La mobilité et la motricité des territoires « physiques » à travers une fiction circulante et une puissance de propagation garantiraient ce pouvoir de prolifération. Ce pouvoir de prolifération suppose une posture de non-maîtrise, seulement une connexité.

[984] Martin Vanier, *Le pouvoir des territoires*, p. 3.

[985] Anne-Marie Thiesse, *La création des identités nationales*, p. 117-120.

« Le pouvoir politique perd aussi une certaine relation au temps, notamment à la temporalité qui le légitime en l'établissant dans la durée. Le passé n'est plus une source suffisamment vivifiante, il se réduit souvent aux formes que lui donnent la gestion patrimoniale et la répétition commémorative. Les générations nouvelles l'oublient et l'exaltation des lieux de mémoire suffit mal à la transmission. La conservation informatisée des traces et des événements du passé historique, l'archivage par numérisation des monuments et des personnages, transforment en rapport d'information ce qui était d'abord une relation forte – par le jeu des affects, des émotions, des transpositions imaginaires – de nature identitaire, une relation qui se fondait sur le sentiment d'appartenance à une identité collective continuée. […] C'est dans le présent que l'action humaine se détermine. Elle prend sens immédiat, peu à même de voir ce qui était avant, presque incapable de se projeter dans l'après, dans un devenir où l'imprévisible fait de plus en plus irruption. [986]*»* L'agence d'un objet[987], voire d'une graphie comme le « BZH » peut être réformée dans le temps présent sans oublier ce qu'elle était avant. La fiction circulante n'est pas un retour de la symbolique, de la symbolicité mais une prise en compte du mouvement, d'un « Grand Dérangement », où l'institutionnalisation prend place dans la prolifération de signes, d'acteurs, de pratiques.

L'institutionnalisation du web doit prendre en compte les propriétés d'un outil de communication numérique comme le web. Il autorise de multiples acteurs à travailler des signes qui paraissent avoir perdu leur capacité à symboliser et qui, dans le même temps, ont la capacité d'être attachés à un territoire car leur substrat territorial demeure dans les affinités qui circulent sur le web. Et, dans le même temps ces signes circulent. L'institutionnalisation du web ne peut donc pas fonctionner par duplication, par projection du fonctionnement d'un lieu, d'une institution sur le web. L'instauration de barrières, de limites, de frontières, de centre devrait être abandonnée au profit d'une gestion de la circulation. Cette capacité à gérer la prolifération et la circulation est l'une des clés de l'institutionnalisation du web, qui interroge directement les pouvoirs politiques institués.

Le traitement et la classification des signes ont obligé à reprendre en charge l'histoire de ces signes dans le territoire « physique », non comme quelque chose de figé, d'immuable. En effet, l'agence de l'objet selon la définition de P. Descola[988], permet de distinguer un contexte de production et, un contexte d'usage. D'ailleurs ce contexte d'usage était

[986] Georges Balandier, *Le grand dérangement*, Paris, PUF, 2005, pp. 95-96.

[987] Philippe Descola, in Bruno Latour (sous la dir.), *Le dialogue des cultures*, Paris, Actes Sud-Musée du Quai Branly, 2007, p. 393.

[988] Philippe Descola, in Bruno Latour (sous la dir.), *op. cit.*, p. 393.

préexistant au web, mais le web rend visible ou cohérent certaines pratiques. Dans le même temps, cette approche nous permet de mieux comprendre que l'attachement territorial peut se faire à différents degrés pour les signes transposables. Ces signes transposables deviennent des marqueurs de la Bretagne sur le web et y circulent. La Bretagne déborde de ces frontières, ou d'un « web régional » afin d'être reprise non pas comme de la pure signalétique, mais comme un quelque chose qui attache ensemble des acteurs, un « faire-agir » selon Bruno Latour[989]. Sans discours dominant, une doxa paraît toutefois se mettre en place par des conventions.

Mais le web est également dans les pratiques des acteurs un média, un média en breton face aux limites de diffusion dans les mass-médias. Avec des moyens techniques à faible coût, sans autorisation préalable, les heures d'émission en breton se multiplient. La différence est la lecture, la grille des programmes n'est plus une contrainte, la lecture linéaire laisse place à une navigation dans les contenus. Et, le web peut également être une mémoire. Alors même que les machines ne pouvaient apparemment pas avoir cette capacité de mémoire, en effet elles n'enregistraient pas par elles-mêmes, le web assure une autre dynamique de la mémoire, celle de la transmission. La transmission une co-présence spatiale est évacuée au profit d'une co-présence temporelle. Cependant en devenant une mémoire fiable et exhaustive, l'exactitude remplace l'oubli, la sélection remplace le souvenir. Cette mémoire de stockage et non de partage ne participe pas à la dynamique de l'imagerie bretonne sur le web. Car un site web pour participer à la circulation de l'imagerie bretonne sur le web doit être « entre » le territoire et le web. En étudiant les propriétés des sites web, nous avons établi une typologie du rapport entre territoire et web. « Dans » le territoire, l'incubateur et le filtre transposent leurs pratiques, les logiques et les hiérarchies du territoire au web. « Entre », les patrimoniaux transposent leur activité sur le web mais étant trop attachés par leur contenu à une thématique ou un territoire, ils demeurent statiques. Le type relais est un équilibre entre attachement territorial faible et une dynamique du web. La projection des hiérarchies politico-administratives sur le web ne semble pas pertinente. Ainsi l'institutionnalisation du web ne revient pas à créer ou mettre en place une « fiction instituante » définie par L. Sfez[990], en choisissant par exemple, un signe en vue de l'ériger en symbole, vision obsolète selon Georges Balandier, mais, selon notre proposition, en participant à une fiction circulante. Mais surtout l'institutionnalisation du web ne peut résider selon cette fiction circulante que dans l'accompagnement de la prolifération des signes avec quelques signes transposables qui attachent et qui circulent sur le web.

[989] Bruno Latour, Factures/fractures : de la notion de réseau à celle d'attachement, in André Micoud, Michel Péroni, *Ce qui nous relie*, Paris, Éditions de l'Aube, 2000, p. 191.

[990] Lucien Sfez, *Technique et idéologie*, Paris, Éditions du Seuil, 2002, p. 265.

Conclusion Générale

Le web peut-il être territorialisé ou est-il territorialisé ? Oui, mais autrement. En effet, nous avons montré que si réseaux et territoires n'étaient pas totalement détachés, ils n'étaient pas identiques. Ou plus, précisément les acteurs ne peuvent pas transposer les logiques d'action efficaces dans un territoire « physique » sur le web. Ainsi, un territoire s'il doit exister sur le web ne doit pas être conçu comme une projection d'un territoire « physique ». Le changement de support oblige à la transposition. La transposition oblige à l'altération de certaines logiques de construction, de gestion, de maîtrise.

La problématique de notre thèse autour de la mise en place d'une « fiction instituante » par le « Conseil régional de Bretagne » reposait en premier lieu sur cette hypothèse de la territorialisation du web. Le web et le territoire n'étaient pas détachés, cependant comment étaient-ils attachés ? En effet, selon notre problématique, cette territorialisation aurait pu être prise en charge par une instance politique légitime. L'absence d'institutionnalisation du web répond négativement à cette problématique de la « fiction instituante ». Or cette « fiction instituante » aurait pu permettre la construction d'un territoire par l'acteur politique sur le web. Paul Alliès souligne la construction politico-administrative du territoire depuis le XVIIIe siècle. La Région en tant qu'entité administrative a été construite politiquement et instituée depuis 1981. C'est pourquoi nous avons gardé ce terme territoire par rapport au terme espace qui pourtant traduit mieux la réticularité, présente dans le terme réseau. Mais le terme espace ne nous apparaissait pas être le plus adapté pour traiter de cette entité qu'est la Bretagne. Pour qu'un territoire ou qu'un acteur politique soit efficient sur le web, il semblait nécessaire de questionner le processus de construction.

Les travaux d'Anne-Marie Thiesse nous ont d'ailleurs permis de démontrer que du territoire au web, des principes identiques se mettaient en place, par exemple sur l'établissement des éléments identitaires indispensables à une Nation. L'un des outils qui ont permis de construire les territoires et les Nations, a été le recensement, puis la carte. Les ressources, les édifices recensés ont été disposés sur des fonds de carte. Voire, le « logo-carte », selon B. Anderson, a permis par ses contours identifiables de créer une forme pour un pays auquel les individus ont pu adhérer. La fiction de la communauté imaginée trouvait alors ses outils, ses formes sur les supports imprimés. Nous avons également développé l'exemple de la langue vernaculaire imprimée. Or, sur le web, les formes se démultiplient car le support

offre de nouvelles possibilités et nécessitent moins de moyens financiers pour mettre en circulation un contenu. Mettre en ligne une carte de ses « lieux préférés » (ses cartes mentales) avec l'application *Google Maps* est gratuit et presqu'instantanément mis en ligne.

La liste des éléments identitaires explose. L'imagerie, *i.e.* la prolifération des signes et l'absence de structuration, prédominent. Nous avons en ce sens démontré une imagerie bretonne sur le web. Anne-Marie Thiesse le souligne avec justesse. Point d'édit de France, point de recensement, point de liste immuable, point de moyens financiers importants. Un éditeur met en ligne des signes sur un site web, et il fait exister sa propre vision du territoire sur le web.

« La célébration de la nation sur Internet est plus souvent le fait de particuliers que d'organismes officiels ou d'institutions publiques. »

Finalement les territoires et le web ne sont pas détachés. Une nouvelle territorialité est à l'œuvre sur le web.

« *Les identités nationales sont-elles menacées par la globalisation ? Elles ont en tout cas trouvé pour l'instant une nouvelle vitalité grâce au médium planétaire, symbole des changements en cours. »*

Faut-il s'inquiéter de cette vitalité présente sur le web ?

« *La véritable question est plutôt de savoir si la fonction sociale et politique qu'elles ont remplie depuis deux siècles va perdurer. […] L'histoire de nos nations montre bien qu'une identité collective se construit, dans un travail lui-même collectif, qui prend appui sur les nouveaux médias de communication.* [991]*»*

Ainsi, nous avons rendu compte de ce travail collectif sur le web. En effet, par qui et par quoi le web est-il territorialisé ? Nous avons répondu à l'hypothèse de signes transposables qui attachent à un territoire et qui circulent sur le web favorablement. Et, nous avons questionné cette fonction sociale et politique à travers cette institutionnalisation du web par l'acteur politique.

Nous pouvons répondre à la problématique de cette thèse que l'acteur politique sur le web est présent. Le web est un outil de communication (site web), un service selon les domaines de compétences propres à cette administration (les marchés publics accessibles en ligne, par exemple). Mais sur sa capacité à territorialiser ou à instituer le web, notre enquête montre que son intervention est faible. Par exemple, le « Conseil régional de Bretagne » lance une étude pour une « marque bretonne » et consulte les « Bretons » à travers un blog.

[991] Anne-Marie Thiesse, *La création des identités nationales*, p. 117-120.

Cependant, il ne peut pas décider du contexte d'usage des signes. L'hymne breton n'est pas présent dans ce corpus « web régional », pas plus qu'un personnage historique comme Anne de Bretagne. Alors le web peut-il être territorialisé par des intervenants qui se substituent à l'acteur politique et à son pouvoir ?

Le principe de notre enquête a été de s'intéresser aux pratiques des acteurs, et d'analyser les pratiques qui participent à la territorialisation du web. En effet, nous avons souligné qu'avec ce média, le « pouvoir distribué » dans la production et la circulation des contenus, provenait de cette place des éditeurs, des multiples éditeurs sur le web.

Les premiers intervenants dans la territorialisation du web sont les éditeurs qui participent à l'orientation sur le web, les moteurs de recherche. Dans leur classement par catégories, ces acteurs sélectionnent les sites web appartenant à la catégorie « Bretagne », ou à des sous catégories « culture bretonne ». Les découpages, les classements ne sont pas identiques entre les acteurs généralistes présents à l'échelle mondiale de l'internet et les acteurs régionaux (des annuaires principalement). Toutefois, ils sont les premiers à orienter les recherches des internautes en renvoyant à une thématique et à un territoire qu'est la Bretagne. Ainsi, les moteurs de recherche sont à la fois des outils d'orientation par rapport à un territoire de la Bretagne présent sur le web, mais également une médiation opérée par les éditeurs entre le territoire « physique » et le web par les classements des sites web qu'ils proposent.

Les seconds intervenants sont donc les éditeurs et les réalisateurs de sites web. Ils développent des savoir-faire, des compétences qui participent à la présence de la Bretagne sur le web. En effet, le « cyberfest-noz » est l'acquisition par une association de compétences dans la captation de son et d'image et de circulation synchronisée à l'échelle mondiale. Voire dans cet exemple, les personnes présentes dans un lieu « physique » et les internautes présents dans d'autres lieux, coordonnent leur mouvement par le son. Le lieu « physique » n'est pas projeté, il est réinventé entre différents lieux synchronisés par des images, du son qui circulent sur le web.

Le web permet également une autre mise en son et en image du territoire. Il offre la possibilité de créer un média (radio et télévision) en breton en dehors des réglementations administratives. C'est le troisième intervenant qui territorialise le web. Devant les refus du CSA (institution nationale) d'attribuer des fréquences, les éditeurs mettent en ligne des contenus en breton, voire en gallo sur le web. Le contexte de production des contenus en breton entre un média avec une convention et un média sans convention diffère. Les heures ne sont plus comptées. Une émission en breton sur le web peut avoir une durée de deux heures ou de trois heures, la grille des programmes ne sera pas bouleversée. Ce média permet

également la création de série de type « sitcom » en breton. Le contexte de production et d'usage de la langue par rapport aux médias de masse acquiert de nouvelles possibilités en évacuant certaines contraintes liées à la diffusion unidirectionnelle. Voire le contexte d'usage change, puisqu'un projet de radio, *Kaouenn.net*, devient une plateforme pour que les internautes mettent en ligne des fichiers audios ou vidéos en breton. Les internautes sont producteurs de contenus. Le refus permet finalement aux acteurs de créer de nouveaux contextes d'usage.

Le quatrième intervenant qui se substitue au pouvoir politique sur le web travaille au service de la mémoire. Les archives sonores du patrimoine oral breton trouvent par le numérique un principe de sauvegarde, et par le web, un nouveau principe de diffusion. La numérisation des archives stabilise la mémoire et assure par la technique le processus de transmission. « *[…] La connaissance peut être transportée par des collectivités humaines plutôt que par des entités individuelles. Avec la différence que cette fois, le porteur de connaissance n'est plus la communauté physique avec sa mémoire physique mais le cyberespace, la région des mondes virtuels par l'intermédiaire de laquelle cette communauté identifierait ses objets, et s'identifierait elle-même comme intelligence collective.* [992]» Mais la tentative d'exhaustivité et de sélection préconisée par les acteurs en charge de ces archives conduit à la reproduction d'un modèle de diffusion dans des lieux traditionnels de médiation des savoirs. Alors que le web pourrait permettre de faire circuler cette mémoire sur le web, cette possibilité est limitée et contrôlée par un code d'accès. Cette limite et ce contrôle sur le web pourraient se retrouver dans une nouvelle forme de délimitation que serait un nom de domaine.

En effet, le cinquième intervenant est la mise en place d'une nouvelle forme de frontière sur le web, que serait le nom de domaine .bzh. En cherchant à définir qui pourrait et qui ne pourrait pas obtenir un nom de domaine en .bzh, ou quels seraient les critères pour avoir une extension .bzh, les procédures d'accès et de contrôle se mettent en place. Mais l'acteur politique régional n'est pas à l'initiative de ce projet, voire ce projet travaille sur une faille dans le système de nommage d'internet partagée jusque-là entre États et entreprises. De plus, dans ce projet, le processus d'adhésion de l'ensemble des acteurs d'un « web régional » à cette fiction n'est pas abouti. L'une des difficultés des porteurs du projet est la définition d'une communauté bretonne sur le web alors même que le terme communauté bretonne dans le territoire « physique » ne s'appuie sur aucune convention entre les acteurs.

[992] Luigi Lancieri, *Interactions humaines dans les réseaux*, pp. 15-16.

En fait à divers degrés, ces intervenants ne parviennent pas à créer un effet territorial. Certains reproduisent des modèles pré-existants à leur arrivée sur le web (médias, mémoire), pour d'autres se situent à d'autres échelles (la globalité de l'internet), ou entrent dans la globalité de l'internet en restant ancrés dans le territoire (projet du nom de domaine). Or nous l'avons montré à travers la matrice de la connexité et de l'attachement territorial des sites web, le web ne duplique pas un territoire « physique ». Le type de site web « relais » est « entre » le territoire et le réseau, *i.e. :*

- il dispose d'un attachement territorial faible (présence d'un signe transposable)
- il ne fait pas valeur par lui-même mais par le milieu auquel il est associé par ce signe transposable.

Le site web et le signe gardent cette capacité à circuler. La transposition oblige à certaines altérations que le site web « relais » met en place par sa dynamique sur le web issue de ces liens hypertextes, par exemple. Ainsi, les éditeurs de ces sites web acceptent de perdre une certaine maîtrise dont ils pouvaient disposer dans le territoire « physique ». Cette altération explique pour une part l'absence de fonctionnement de la « fiction instituante » sur le web.

Au sein de l'imagerie bretonne sur le web, certains signes finissent par circuler et par différencier des sites web « bretons » par rapport à d'autres sites web. Et inversement, le web permet de mettre en scène des signes transposables qui ont la capacité d'être attachés à un territoire « physique » et de circuler. Ils ont la capacité d'être attachés à un territoire et dans le même temps de se détacher sur une interface web. Le percept est important, un drapeau comme le Gwenn-ha-du n'équivaut pas à l'Union-Jack visuellement. Parallèlement, il a la capacité de circuler par lui-même, il n'est pas dépendant d'un cadre précis d'énonciation. La photographie d'une vague n'est pas transposable, elle nécessite l'ajout d'un drapeau pour pouvoir circuler tout en demeurant attachée à un territoire précis et identifié. Le signe transposable nécessite donc de se référer à un répertoire d'objets signifiants. Mais il ne faut pas que ce sens soit verrouillé, il doit pouvoir circuler, être transformé pour pouvoir être partagé et devenir une convention. En ce sens, ces signes ne sont pas des symboles. Aucune autorité ne vérouille leur sens ou leur attribue une légitimité. Cet objet signifiant se distingue entre son contexte de production et son contexte d'usage. La connotation doit pouvoir varier. C'est l'agence de l'objet, selon Philippe Descola. Le territoire est donc un répertoire de formes et de concepts sur le web. Mais ces signes n'ont pas toujours la même signification, ce qui rend complexe l'interprétation. Ces signes sont de plusieurs types selon qu'ils engagent :

- un lien avec le territoire (propriétés sémantiques de l'attachement),

- une capacité à circuler (propriétés sémiotiques des formes « circulantes » sur le web).

Si les signes attachent mais ne circulent pas, ils sont transposés. S'ils circulent, mais qu'ils n'attachent pas, ils sont de la signalétique. S'ils circulent et s'ils attachent, ils sont transposables.

L'attachement territorial de ces signes peut être précisé à travers une échelle composée de cinq degrés :

- la revendication,
- le bricolage,
- la convocation,
- l'absence,
- le rejet.

Ces degrés d'attachement qui classent les signes ne sont pas captifs pour les signes. En effet, selon les contextes, un drapeau breton peut accompagner la revendication pour une Bretagne à cinq départements, ou indiquer uniquement « une vague » de Bretagne.

Mais surtout ces signes outre leur attachement territorial se définissent par leur capacité à circuler. Ainsi, nous nous étions éloignés de la topologie du réseau pour territorialiser le web. Mais l'un des hypothèses était de comprendre les « affinités » des acteurs sur le web, leurs liens, leur « territorialité réticulaire ». Nous avons en ce sens étudier la morphologie et les dynamiques du web appliquées à notre corpus « web régional ». À partir de la « science du web », des théorie des réseaux sociaux et des graphes, nous avons pu établir une matrice des quatre types de relations entre web et territoire des sites web, qui qualifie les sites web de :

- incubateur,
- relais,
- filtre,
- patrimonial.

Les types patrimoniaux, incubateur et filtre sont donc dépendants de leur attachement territorial, de leurs adhérents, ou de hiérarchies politico-administratives, ce que nous avons pu déterminer à partir du nombre de liens hypertextes entrants (dépendance) et de liens hypertextes sortants (motricité).

Nous voulions définir si les affinités entre les acteurs étaient thématiques ou territoriales. Est-ce la proximité des acteurs sur un « web régional » dépendait ou non d'un substrat territorial ? Mais face à la multiplicité des acteurs sur le web, la définition de domaines d'activité devenait complexe. Pourtant, cette classification aurait permis de mieux

déterminer les relations socio-logiques sur le web. De même, nous aurions pu analyser des proximités évènementielles.

En effet, en nous focalisant sur les processus de construction d'un territoire sur des temps longs, en essayant de qualifier l'agence des objets entre leur contexte de production et leur contexte d'usage sur le web, cette dimension des temps courts est peu apparue. Mais dorénavant, nous avons un corpus constitué et une méthodologie d'observation précise. Il convient donc de développer une méthode pour observer les permanences et les différences sur des temps longs à T0 puis à T1 (+ 6 mois), T2 (+ 1 an), T3 (+ 2 ans), T4 (+ 5 ans). Nous pourrons voir les principes de composition et de (re)composition de ce corpus dans le temps. Nous pourrons également observer en développant une méthodologie d'observation appropriée autour d'indicateurs précis, par exemple le nombre de liens hypertextes entrants d'un site web, des évènements brefs et propres au web, ou un événement du territoire « physique » et à sa transposition sur le web. Ces observations permettront de comprendre les interactions entre sites web et entre acteurs sur le web. Car nous avons établi la dynamique des sites web mais pas celle des relations hypertextuelles elles-mêmes. Ces observations permettront également d'affiner les médiations que nous avons définies entre web et territoire, ou inversement. Nous souhaiterions également mieux comprendre les principes de circulation sur le web, des signes transposables, mais également d'autres contenus. Les « communautés imaginées » ne sont pas uniquement en lien avec un territoire, peut-être existe-t-il d'autres fictions collectives sur le web, autour d'autres formes ou d'autres supports issus des technologies du numérique ? Il nous faudra rechercher des outils de visualisation plus perfectionnés et acquérir quelques savoirs dans la théorie des graphes pour poursuivre ces travaux de recherche. En ce sens, notre travail de recherche est un premier pas dans la science du web, mais ce champ recherche reste pour nous largement à explorer.

Il existe une autre dimension du web linguistique que nous avons peu traitée qui est la langue informatisée. Pour pouvoir être utilisée par les acteurs sur le web, la langue doit d'abord être informatisée, c'est-à-dire qu'il faut que les caractères spécifiques de la langue puissent être utilisés, que les logiciels soient traduits. La langue n'est plus une langue imprimée (de l'édition), médiatisée mais une langue informatisée, où les caractères sont disponibles sur les claviers, mais également pour les adresses URL, le nommage sur l'internet.

Il existe d'autres limites à ce travail de recherche qui sont plus conceptuelles. La pertinence de l'utilisation du terme territoire s'est posée en début pour la définition de la problématique, de l'objet et se repose en fin de travail. Le terme territoire permet de rendre compte du travail empirique mené à partir de la région Bretagne. Mais ce terme évacue la

réticularité, présente dans le terme espace comme le définit J. Lévy. L'organisation topologique du territoire donné (le « pays ») est un cas particulier de géotype (par exemple, le réseau d'une entreprise à une échelle mondiale). De nombreux autres géotypes se développent, notamment à dominantes réticulaires et à des échelles autres que celle des États, tandis que la territorialité tend à devenir d'abord intra-urbaine, selon J. Lévy. Les pays sont la constitution d'États-Nation à base territoriale. Ce sont deux mouvements d'appartenance contradictoires car les réseaux de transports relativisent aussi l'État-nation à travers l'échelle mondiales des structures économiques et politiques en réseaux. De plus, la croissance des villes pousse à un changement d'échelle. « *Au total se produit un déplacement de la frontière, en termes d'échelle et de substances entre territoires et réseaux.*[993] »

Cependant, la définition initiale que nous avons reprise de nos lectures est que les réseaux étaient a-territoriaux, et nous devions essayer de comprendre leur territorialisation. Nous avons donc montré à travers la territorialisation ou les signes transposables que les objets signifiants d'un territoire « web » ne sont pas statiques, ils sont dynamiques. Nous pourrions remplacer ce terme de dynamiques par réticulaires. Ces objets signifiants n'existent pas plus sur le web par leur attachement à un territoire de référence, ici, la Bretagne que par leur circulation et leur mise en relation.

Le travail de cette thèse a montré que le web peut se territorialiser paradoxalement à la condition de sélectionner dans les propriétés traditionnelles des territoires quelques éléments *circulants,* dont les propriétés sémantiques et sémiotiques doivent être travaillées, ciselées pour leur donner leur pouvoir d'*agence, i.e.* de faire tenir une *fiction circulante*. Cette fiction n'est plus instituante, elle n'unifie pas, elle ne porte pas d'intérêt commun ou de valeurs. Mais cette *fiction circulante* produit des attachements territoriaux durables. En ce sens, le territoire ne peut plus être un référent stable mais il peut être à la fois durable et circulant.

La *fiction circulante* s'appuie sur des quelques éléments définis comme des signes transposables. Ces signes transposables ont servi à définir un attachement territorial, mais ils ont également la possibilité d'évoquer le passage entre tradition et modernité. Nous l'avons mis en perspective à partir de l'agence de l'objet sans l'évoquer. Mais la *fiction circulante* autorise également à ne pas évacuer le passé ou le futur. Elle autorise à composer selon divers degrés, elle ne fige pas. L'importance n'est plus la perte de la maîtrise mais de rentrer dans la « topologie du réseau », sorte de transposition de territoire « physique » en *web territorialisé*. Ce web territorialisé offre de nouvelles perspectives en termes de visibilité et de lisibilité d'un territoire « physique » sur le web à partir par exemple de la circulation du patrimoine sur le

[993] Jacques Lévy, *L'espace légitime*, p. 57.

web. Mais ce web territorialisé n'est pas qu'un outil de communication, de mémoire, un média, il est multiple. De ce fait, nous souhaitons pouvoir continuer à travailler sur cette ambivalence entre des liens durables et dans le même temps, à cette prolifération, cette multiplicité, cette circulation qui caractérisent le web.

Bibliographie

1) Ouvrages

ALLIES, Paul. L'invention du territoire. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 1980, 184 pages. (Critique du droit).

ANDERSON, Benedict. L'imaginaire national. Traduction de Pierre-Emmanuel Dauzat. Paris : La découverte, 2002. 212 pages. (Sciences humaines et sociales).

ARNAUD, Michel, PERRIAULT, Jacques. Les espaces publics d'accès à Internet. Réalités et devenir d'une nouvelle géographie des territoires et des réseaux. Paris : PUF, 2002, 219 pages. (Education et Formation).

AURIAC, Franck, BRUNET, Roger, (sous la coord.). Espaces, jeux et enjeux. Paris : Fondation Diderot/Éditions Fayard, 1986, 343 pages.

AUGÉ, Marc. Non-lieux : introduction à une anthropologie de la surmodernité, Paris : Éditions du Seuil, 1992, 149 pages. (La librairie du XXe siècle).

BACHELARD, Gaston. La poétique de l'espace. Paris : PUF, 2004, 214 pages (Quadrige).

BADIE, Bertrand. La fin des territoires. Paris : Fayard, 1995, 276 pages, (L'espace du politique).

BAKIS, Henry, (sous la dir.). Communications et territoires. Paris : La documentation française, 1990, 404 pages.

BALANDIER, Georges. Le Grand dérangement. Paris : PUF, 2005, 119 pages.

BARABÁSI, Albert-László. Linked, how everything is connected to everything else and what it means for business, science, and everyday life. New-York : Plume, 2003, 304 pages.

BARTHES, Roland. Éléments de sémiologie. Œuvres complètes, Tome 1. Paris : Éditions du Seuil, 1993, pp. 1465- 1524.

BARTHES, Roland. Sociologie et socio-logique. A propos de deux ouvrages récents de Claude Lévi-Strauss. Œuvres complètes, Tome 1. Paris : Éditions du Seuil, 1993, pp. 967-975.

BARTHES, Roland. Histoire et sociologie du vêtement. Quelques observations méthodologiques. Œuvres complètes, Tome 1. Paris : Éditions du Seuil, 1993, pp. 967- 975.

BARTHES, Roland. Rhétorique de l'image. Œuvres complètes, Tome 2. Paris : Éditions du Seuil, 1993, pp. 573-588.

BARTHES, Roland. Mythologies. Paris, Éditions du Seuil, 1957, 233 pages.

BEAUCHARD, Jacques, (sous la dir.). Destins Atlantiques. Entre mémoire et mobilité. Paris : Éditions de l'Aube/ DATAR, 1993, 191 pages. (Monde en cours).

BEAUCHARD, Jacques. La bataille du territoire, Mutation spatiale et aménagement du territoire. Paris : Éditions L'Harmattan, 2000, 143 pages. (Administration et territoire).

BEAUCHARD, Jacques, (sous la coord.). La mosaïque territoriale. Enjeux identitaires de la décentralisation. Paris : Éditions de l'Aube, 2003, 182 pages.

BELL, David, M. KENNEDY, Barbara. Cybercultures reader. 2nde édition. New-York: Routledge, 2007, 797 pages.

BERTIN, Jacques. Sémiologie graphique : Les diagrammes, les réseaux, les cartes. 4ème édition. Paris : Éditions de l'EHESS, 2005, 452 pages.

BERTRAND, Anne-Marie. Les bibliothèques municipales. Paris : Éditions du Cercle de la librairie, 2002, 147 pages.

BERTRAND, Anne-Marie. Les bibliothèques. Paris : Éditions La Découverte, 2007, 120 pages. (Repères cultures communication).

BOLTANSKI, Luc, THÉVENOT, Laurent. De la justification. Les économies de la grandeur. Paris : Éditions Gallimard, 1991, 483 pages. (NRF Essais).

BOMSEL, Olivier. Gratuit ! : du déploiement de l'économie numérique. Paris : Gallimard, 2007, 305 pages. (Folio Actuel).

BONNAFOUS, Simone. L'immigration prise aux mots : les immigrés dans la presse au tournant des années 1980. Paris : Éditions Kimé, 1991, 301 pages.

BONNESAIN, Joël, CAMBREZY, Luc, QUINTY-BOURGEOIS, Laurence, (sous la dir.). Le territoire, lien ou frontière ? Tome 1, Les territoires de l'identité. Paris ; Montréal : L'Harmattan ; Bagneux : Numilog, 2004, 315 pages. (Géographie et Cultures).

BOUGHANEM, Mohand, SAVOY, Jacques. Recherche d'information : état des lieux et perspectives. Paris : Éditions Lavoisier, 2008, 343 pages.

BOULLIER, Dominique. Au-delà des territoires numériques. In ROWE, Frantz. Sociétés de la connaissance et prospective : Hommes, organisations et territoires. Nantes : Université de Nantes et Conseil Général de Loire-Atlantique, 2009, p159-178.

BOULLIER, Dominique. Déboussolés de tous les pays… ! Une boussole écodémocrate pour rénover la gauche et l'écologie politique. Paris : Cosmopolitiques éditions spéciales, 2003, 223 pages.

BOULLIER, Dominique. L'urbanité numérique. Essai sur la troisième ville en 2100. Paris : Éditions L'Harmattan, 1999, 183 pages.

BRAUDEL, Fernand. Écrits sur l'histoire. Tome 1. Paris : Éditions Champs Flammarion, 1996, 314 pages.

BRAUDEL, Fernand. La dynamique du capitalisme. Paris : Flammarion, 1985, 121 pages.

BRETON, Philippe. Le culte de l'Internet Une menace pour le lien social? Paris : Éditions La découverte, 2000, 125 pages.

BRUNET, Roger. Le territoire dans les turbulences. Montpellier : GIP RECLUS, 1990, 223 pages.

BRUINSMA, Max, Sites de création, innover sur le web, Paris, Éditions Thames et Hudson, 2003, 189 pages.

CASSIRER, Ernest. La philosophie des formes symboliques 1. Le langage. Paris : Les Éditions de Minuit, 1972, 352 pages.

CASTELLS, Manuel. La galaxie internet. Paris : Éditions Fayard, 2002, 365 pages.

CASTELLS, Manuel. La société en réseaux. Paris: Éditions Fayard, 1998, 613 pages.

CASTELLS, Manuel. Le pouvoir de l'identité. Paris Fayard, 1999, 538 pages.

CAUQUELIN, Anne. Le site et le paysage. Paris: PUF, 2002, 191 pages.

CAUQUELIN, Anne. L'invention du paysage. [réédit. de 2004]. Paris : PUF, 2000, 181 pages.

CAUQUELIN, Anne. Petit traité du jardin ordinaire. Paris : Éditions Payot, 2003, 171 pages.

CAUQUELIN, Anne, Le voleur d'anges, Paris, Éditions L'harmattan, 1997, 142 pages.

CAUQUELIN, Anne. Le Paysage et son dessein. In BAILLY, Antoine, SCARIATI, Renato. L'humanisme en géographie. Paris : Anthropos. 1990. pp. 101-109.

CAUQUELIN, Anne, DE MEREDIEU, Florence, DUGUET, Anne-Marie, WEISSBERG, Jean-Louis, KUNTZEL, Thierry, Paysages virtuels. Images vidéo, images de synthèse, Paris, Éditions Dis Voir, 1988, 103 pages.

CAUQUELIN, Anne, La ville la nuit, Paris, PUF, 1977, 171 pages.

CHAMPAGNE, Patrick. Faire l'opinion. Paris : Les éditions de Minuit, 1990, 311 pages.

CHÉNEAU-LOQUAY, Annie, (sous la coord.). Enjeux des technologies de la communication en Afrique : du téléphone à Internet. Paris : Éditions Karthala, 2000, 402 pages.

COUTLÉE, Gilles, SFEZ, Lucien, (sous la dir.). Technologies et symboliques de la communication, Colloque de Cerisy. Grenoble : PUG, 1990, 425 pages.

COZ, KEVIN R., (sous la dir.) Spaces of Globalisation. Reasserting the Power of the local, New York London: Guilford Press, 1997, 292 pages. (Perspectives on economic change).

CROZET, Yves, JOIGNAUX, Guy, MUSSO, Pierre. Le territoire aménagé par les réseaux. Paris : Éditions de l'aube, 2002, 275 pages.

DAVALLON, Jean. Le don du patrimoine. Paris : Hermès-Lavoisier, 2006, 222 pages. (Communication, Médiation et construits sociaux).

DEBARBIEUX, Bernard, VANIER, Martin, (sous la dir.). Ces territorialités qui se dessinent. Paris : DATAR/Éditions de l'Aube, 2002, 267 pages. (Monde en cours).

DEBARBIEUX, Bernard, LARDON, Sylvie. Les figures du projet territorial. Paris : Éditions l'Aube-DATAR, 2003, 269 pages.

DE CERTEAU, Michel. L'invention du quotidien : Arts de faire. Tome 1. Paris, Gallimard, 1990, 349 pages.

DE CERTEAU, Michel, GIARD, Luce, MAYOL, Pierre. L'invention du quotidien : Habiter, cuisiner. Tome 2. Paris : Gallimard, 1990, 349 pages.

DE CERTEAU, Michel. Histoire et psychanalyse, Paris, Éditions Gallimard, 2002, 310 pages. (Folio Poche).

DE CERTEAU, Michel. L'écriture de l'histoire. Paris, Éditions Gallimard, 1975, 527 pages.

DEGENNE, Alain, FORSÉ, Michel. Les réseaux sociaux. 2ème édition. Paris : Armand Colin, 2004, 279 pages.

DI MÉO, Guy, (sous la dir.) Les territoires du quotidien. Paris : Éditions L'Harmattan. 1996, 206 pages. (Géographie sociale).

DUPUY, Gabriel. Internet : géographie d'un réseau. Paris : Éditions Ellipses, 2002, 160 pages. (Carrefours).

DUPUY, Gabriel. La fracture numérique. Paris : Ellipses, 2007, 155 pages.

DUPUY, Gabriel. L'urbanisme des réseaux : théories et méthodes. Paris : Armand Colin Éditeur, 1991, 198 pages.

DUPUY, Gabriel. Internet : une approche géographique à l'échelle mondiale. *Flux*, Octobre-décembre 2004, vol. 4, n°58, pp. 5-19.

DURAND, Marie-Françoise, LÉVY, Jacques, RETAILLÉ, Denis. Le monde espaces et systèmes. Paris : Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques et Dalloz, 1992, 565 pages.

ECO, Umberto. Le signe. Bruxelles : Éditions Labor, 1988, 276 pages. (Le livre de Poche).

ECO, Umberto. La production de signes. Paris : Librairie générale française, 2005, 125 pages. (Le livre de Poche).

ECO, Umberto. Sémiotique et philosophie du langage. 2ème édition. Paris : Quadrige/PUF, 2006, 285 pages.

EISENSTEIN, Elizabeth. La révolution de l'imprimé à l'aube de l'Europe moderne. Traduction Sissung Maud et Duchamp Marc. Paris : Hachette littératures, 2003, 352 pages. (Pluriel Histoire).

EURO RSCG-Publising, La danse des signes. Paris : Hatier, 1999, 187 pages.

EVENO, Emmanuel. Les pouvoirs publics face aux technologies d'information et de communication. Paris : Presses Universitaires de France, 1997, 127 pages. (Que sais-je ?).

EVENO, Emmanuel, (sous la coord.). Utopies Urbaines. Toulouse : Presses Universitaires du Mirail, 1998, 356 pages. (Villes et Territoires).

FAVENNEC, Jean-Noël (sous la coord.). Communications et territoires. Paris : Éditions Hermès/Lavoisier , 2006, 398 pages. (CTST).

FERAL-SCHUHL, Christiane. Cyberdroit, le droit à l'épreuve de l'internet. 5ème édition. Paris : Dalloz, 2008, 997 pages.

FISCHER, Claude. The Comparability of national networks : lessons from the history of the American telephone network. *Flux*, Janvier-Mars 1993, Vol. 9, n° 11, p. 48-52.

FLAMENT, Claude. Théories des graphes et structures sociales. Paris : Éditions Mouton-Gauthier-Villars, 1968, 166 pages.

FLICHY, Patrice. L'imaginaire d'internet. Paris: Éditions La Découverte, 2001, 273 pages. (Sciences et société).

FLICHY, Patrice. Une histoire de la communication moderne. Paris : La Découverte, 1997, 281 pages.

FORTIN, Andrée, SANDERSON, Duncan. Espaces et identités en construction. Le web et les régions du Québec. Québec : Éditions Nota Bene, 2004, 155 pages.

FOUCAULT, Michel. Les Mots et les choses. Une archéologie des sciences humaines. Paris: Éditions Gallimard, 1966, 398 pages. (Tel).

FOUCAULT, Michel. Surveiller et Punir. Naissance de la Prison. Paris : Éditions Gallimard, 1993, 318 pages.

FRÉMONT, Armand. La région espace vécu. 2ème édition. Paris: Éditions Flammarion, 1999. 288 pages.

FRÉMONT, Armand. Vingt ans « d'espace vécu ». In BAILLY, Antoine, SCARIATI, Renato. L'humanisme en géographie. Paris : Anthropos. 1990. p. 13-22.

GENETTE, Gérard. Introduction à l'architexte. Paris : Éditions du Seuil, 1979, 90 pages. (Poétique).

GHITALLA, Franck (sous la dir.). La navigation. *Les cahiers du numérique*. 2002, Vol. 3, n°2, 212 pages.

GHITALLA, Franck, BOULLIER, Dominique (et. al). L'outre-lecture : Manipuler, s'approprier, interpréter le web. Paris : Bibliothèque publique d'information/Centre Pompidou, 2003, 267 pages.

GOODY, Jack. La raison graphique. Paris : Les Éditions de Minuit, 1979, 274 pages.

GOODY, Jack. La peur des représentations. Paris : Éditions La Découverte, 2006, 309 pages.

GRANJON, Fabien. L'internet militant, mouvement social et usage des réseaux télématiques. Rennes : Éditions Apogée, 2001, 189 pages.

GREIMAS, Algirdas Julien. Sémantique structurale. 3ème édition, Paris : PUF, 2002, 262 pages. (Formes Sémiotiques).

GUICHARD, Éric (sous la dir.). Comprendre les usages de l'Internet. Paris: Éditions Rue d'Ulm/Presses de L'Ecole normale supérieure, 2001, 261 pages.

GUILLAUME, Marc. L'empire des réseaux. Paris : Descartes et CIE, 1999, 157 pages.

GUILLAUME Marc, La contagion des passions, Paris : Plon, 1989, 219 pages.

GRAS, Alain et MUSSO, Pierre (sous la direction de). Politique, communication et technologie. Paris: PUF, 2006. 438 pages.

GROUPE MU. Traité du signe visuel. Paris : Éditions du Seuil, 1992, 504 pages. (La Couleur des idées).

HARAWAY, Donna. Le manifeste du cyborg et autres essais. Paris : Exils éditions, 2007, 333 pages.

HERRENSCHMIDT, Clarisse. Les trois écritures. Paris : Éditions Gallimard, 2007, 510 pages.

HOLSCHLAG, Molly E., La couleur pour les sites web : mode d'emploi. Paris: Éditions Pyramyd, 2001, 175 pages.

JEANNERET, Yves. Y-a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ? Villeneuve d'Ascq : Presses universitaires du Septentrion, 2007, 200 pages. (Savoirs mieux).

JEANNERET, Yves, LE MAREC, Joëlle, SOUCHIER, Emmanuel (dir.). Lire, écrire, récrire. Paris : Bibliothèque publique d'information, 2003, 349 pages. (Etudes et recherche).

JODELET, Denise (sous la dir.). Les représentations sociales. 6ème édition. Paris : PUF, 1996, 447 pages. (Sociologie d'aujourd'hui).

JOUVE, Bernard, ROCHE, Yann, (sous la dir.). Des flux et des territoires, vers un monde sans États ? Québec : Éditions Presses de l'Université du Québec, 2006, 377 pages.

LANCIERI, Luigi. Interactions humaines dans les réseaux. Paris : Éditions Hermès-Lavoisier, 2005, 207 pages.

LARDON, Sylvie, Diagnostic de territoire et représentations spatiales : les chorèmes, graphes et enjeux. In DEBARDIEUX, Bernard, LARDON, Sylvie (sous la dir.), Les figures du projet territorial, Paris : Éditions de l'Aube/Datar, 2003, pp. 109-129. (Monde en cours).

LARDON, Sylvie, MAUREL, Pierre, PIVETEAU, Vincent, (sous la dir.). Représentations spatiales et développement territorial. Paris : Éditions Hermès, 2001, 437 pages.

LATOUR, Bruno. Factures/fractures : de la notion de réseau à celle d'attachement. In MICOUD, André, PERONI, Michel. Ce qui nous relie. Paris : Éditions de l'Aube, 2000, pp. 189-207.

LATOUR, Bruno. Changer de société, refaire de la sociologie. Paris : La Découverte, 2007, 400 pages. (La Découverte/Poche)

LATOUR, Bruno. (sous la dir.). Le dialogue des cultures. Actes des rencontres inaugurales du musée quai Branly (21 juin 2006), Paris, Actes Sud-Musée du Quai Branly, 2007, 431 pages. (Babel).

LAURIN, Suzanne, KLEIN, Juan-Luis, TARDIF, Carole, (sous la dir.). Géographie et société. Sainte-Foy : Presse de l'Université du Québec, 2001, 320 pages.

LAZEGA, Emmanuel. Réseaux sociaux et structures relationnelles. Paris : PUF, 2007, 127 pages.

LEFEBVRE, Alain, TREMBLAY, Gaëtan (sous la dir.). Autoroutes de l'information et dynamiques territoriales. Toulouse : Presses universitaires du Mirail, 1998, 345 pages.

LEMIEUX, Vincent, OULMET, Mathieu. L'analyse structurale des réseaux sociaux. Québec, Bruxelles : Presses de l'Université Laval, De Boeck Université, 2004, 112 pages. (Méthodes en sciences humaines).

LESSIG, Lawrence. Code version 2.0. New-York: Basic Books, 2006, 410 pages.

LÉVY, Jacques, L'espace légitime : sur la dimension géographique de la fonction publique. Paris : Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, 1994, 442 pages.

LÉVY, Jacques, LUSSAULT, Michel, (sous la dir.). Logiques de l'espace, esprit des lieux. Colloque à Cerisy, Paris : Éditions Belin, 2000, 351 pages. (Mappemonde).

LÉVY, Jacques, LUSSAULT, Michel (sous la dir.). Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés. Paris: Éditions Belin, 2003, 1033 pages.

LÉVY, Pierre. Cyberdémocratie. Paris: Éditions Odile Jacob, 2002, 280 pages.

LOINGER, Guy, NÉMERY, Jean-Claude, (sous la dir.). Construire la dynamique des territoires : acteurs, institutions, citoyenneté active. Paris : L'Harmattan, 1997, 287 pages. (Administration et aménagement du territoire).

MAIGRET, Éric. Sociologie de la communication et des médias. Paris : Armand Colin, 2004, 287 pages.

MAINGUENEAU, Dominique. Analyser les textes de communication. 2nde édition. Paris : Éditeur Armand Colin, 2007, 213 pages.

MARTIN-BRELOT, Hélène. TIC et territoires locaux dans une perspective de développement durable. L'expérience *Rhizome* à Saint-Quentin-en-Yvelines. Thèse de doctorat en géographie. Lyon: ENS lettres et sciences humaines. Janvier 2006, 335 pages.

MATTELART, Armand. Histoire de la société de l'information. Paris: Éditions La Découverte, 2001, 125 pages. (Repères).

MATTELART, Armand, NEVEU, Érik. Introduction aux cultural studies. Paris : Éditions La Découverte, 2003, 121 pages.

MEHL, Dominique. La télévision de l'intimité. Paris : Éditions du Seuil, 1996, 253 pages.

MERCIER, Arnaud. La communication politique. Paris : Éditions CNRS, 2008, 161 pages. (Les essentiels d'Hermès).

MERCKLÉ, Pierre. Sociologie des réseaux sociaux. Paris : Éditions La Découverte et Syros, 2004, 121 pages. (Repères).

MEUNIER, Jean-Pierre, PERAYA, Daniel. Introduction aux théories de la communication. 2ème édition. Bruxelles : Éditions DE Boeck Université, 2004, 459 pages. (Culture et Communication).

MIÈGE, Bernard. La pensée communicationnelle. Grenoble : PUG, 2005, 126 pages. (la communication en plus).

MITCHELL, William J. City of Bits : space, place and infobahn. Cambridge : MIT Press, 2005, 224 pages.

MOESCHLER, Jacques, AUCHLIN, Antoine. Introduction à la linguistique contemporaine. Paris : Arman Colin, 2005, 192 pages. (Cursus).

MOLES, Abraham, ROHMER, Elisabeth. Labyrinthes du vécu. L'espace : matière d'action. Paris : Librairie des Méridiens, 1982, 180 pages.

MOLES, Abraham. Art et ordinateur. Paris : Éditions Blusson, 1990, 318 pages.

MOLES, Abraham. Théorie de l'information et perception esthétique. Paris : Éditions Denoël, 1972, 327 pages. (Grand Format médiations).

MUSSO, Pierre. Critique des réseaux. Paris: PUF, 2003, 374 pages.

MUSSO, Pierre. Réseaux et société. Paris: PUF, 2003, 249 pages. (La politique éclatée).

MUSSO, Pierre, (sous la dir.). Le territoire aménagé par les réseaux. Énergie, transports et télécommunications. Paris : DATAR/Éditions de l'Aube, 2002, 275 pages. (Monde en cours).

MUSSO, Pierre, (sous la dir.). Communiquer Demain : nouvelles technologies de l'information et de la communication. Paris : DATAR/Éditions de l'Aube, 1994, 280 pages.

MUSSO, Pierre, RALLET, Alain. Stratégies de communication et territoires. Paris : Éditions L'Harmattan, 1995, 297 pages. (Villes et entreprises).

MUSSO, Pierre. Régions d'Europe et télévision. Rencontres de Lille organisées par le Conseil de l'Europe et le Conseil Régional Nord/Pas-de-Calais. Paris : Éditions Miroirs, 1991, 350 pages.

MUSSO, Pierre (sous la dir.). Territoires et cyberespace en 2030. Paris : Éditions La documentation Française-DIACT, 2008, 147 pages. (Travaux).

MUSSO, Pierre, PONTHOU, Laurent, SEUILLET, Éric. Fabriquer le futur. L'imagerie au service de l'innovation. Paris : Pearson Education France, 2005, 232 pages.

NEVEU, Érik. La sociologie des mouvements sociaux. 4ème édition. Paris : Éditions La Découverte, 2005, 126 pages. (Repères).

NEWMAN, Mark, BARABÁSI, Albert-László, WATTS, Duncan J. The structure and dynamics of networks. Princeton : Princeton University Press, 2006, 624 pages. (Princeton Studies in Complexity).

OFFNER, Jean-Marc, PUMAIN, Denise (sous la dir.). Réseaux et territoires : significations croisées. Paris : Éditions de l'Aube, 1996, 281 pages. (L'aube territoire).

ONGUENE ESSONO, Louis Martin. Langues nationales et NTIC : éclosion linguistique ou phagocytose. In CHENEAU-LOQUAY (sous la dir.). Mondialisation et technologies de la communication en Afrique. Paris : Karthala-MSHA, 2004, pages 313- 320

OLSON, David R., L'univers de l'écrit. Traduction Yves Bonin. Paris : Éditions Retz, 1998, 348 pages.

PAILLART, Isabelle. Les territoires de la communication. Grenoble : PUG, 1993, 276 pages.

PAUL, Christian. Le Défi Numérique des territoires, Réinventer l'action publique. Paris : Autrement, 2007, 165 pages.

PÉDAUQUE, Roger T. La redocumentarisation du monde. Toulouse : Cépaduès-Éditions, 2007, 213 pages.

PÉDAUQUE, Roger T. Le document à la lumière du numérique. Caen : C&F Éditions, 2006, 218 pages.

SASSEN, Saskia. La ville globale : New-York, Londres, Tokyo. Paris: Descartes et Compagnie, 1996, 530 pages. (Les urbanités).

SCHRECKER, Cherry. La Communauté. Paris : L'Harmattan, 2006, 283 pages.

SFEZ, Lucien. Technique et idéologie : un enjeu de pouvoir. Paris: Éditions du Seuil, 2002, 321 pages.

SFEZ, Lucien. Critique de la décision. 4ème édition. Paris: Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, 1992, 571 pages.

SFEZ, Lucien. Critique de la communication, Paris : Éditions du Seuil, 1992, 520 pages.

SFEZ, Lucien. Dictionnaire critique de la communication. Paris: PUF, 1993, 922 pages.

SIMMEL, Georg. Sociologie. Paris, PUF, 1999, 772 pages.

SIMMONOT, Brigitte, GALLEZOT, Gabriel, (coord.). L'entonnoir. Caen : C&F Éditions, 2009, 246 pages.

SMOUTS, Marie Claude. La région comme nouvelle communauté imaginaire. In LE GALÈS, Patrick, LEQUESNE, Christian. Les paradoxes des régions en Europe. Paris : Éditions La Découverte & Syros, 1997, p. 37-45.

STOCKINGER, Peter. Les sites web: conception, description et évaluation. Paris : Éditions Lavoisier, 2005, 270 pages.

STOCKINGER, Peter. Traitement et contrôle de l'information : procédures sémiotiques et textuelles. Paris : Hermès Science publications, 2001, 190 pages.

THIESSE, Anne-Marie. La création des identités nationales. Paris : Éditions du Seuil, 1999, 307 pages. (Points histoire).

TÖNNIES, Ferdinand. Communauté et société. Paris : Retz, 1977, 285 pages.

VAN BASTELAER, Béatrice, HENIN, Laurent, LOBET-MARIS, Claire. Villes virtuelles entre communauté et cité. Analyse de cas. Paris : Éditions l'Harmattan, 2000, 255 pages.

VANIER, Martin. Le pouvoir des territoires : Essai sur l'interterritorialité. Paris : Éditions Economica, 2008, 160 pages.

VANIER, Martin, DEBARBIEUX, Bernard, TURCO, Angelo, MELÉ, Patrice. Territoires, territorialité, territorialisation : controverses et perspectives. Rennes : PUR, 2009, 228 pages. (Espace et Territoires).

VELTZ, Pierre. Des lieux et des liens. Politique du territoire à l'heure de la mondialisation. Paris : Éditions de l'Aube, 2002, 153 pages. (Monde en cours).

VELTZ, Pierre. Mondialisation, villes et territoires. Paris : PUF, 1996, 288 pages.

VIARD, Jean. La société d'archipel ou les territoires du village global. Paris : Éditions de l'Aube, 1994, 127 pages.

VIRILIO, Paul. Cybermonde, la politique du pire. Paris : Les éditions Textuel, 1996, 108 pages. (Conversations pour demain).

WATTS, Duncan J. Six Degrees: The Science of a Connected Age. New York City: WW Norton & Co, 2004, 384 pages.

2) Articles

AURAY, Nicolas, HURAULT-PLANTET, Martine, POUDAT, Céline, JACQUEMIN, Bernard. La négociation des points de vue. Une cartographie sociale des conflits et des querelles dans le Wikipédia Francophone.[en ligne]. Prépublication de *Réseaux,* 2009, *27/153*, 31 pages. Disponible sur ses.telecom-paristech.fr.

BARABÁSI, Albert-László, BONABEAI, Éric Bonabeau. Les réseaux à invariants d'échelle. *Dossier pour la science*, 2010, n°66, p. 50-54.

BAR-ILAN, Judit. The use of web search engines in information science research. *Annual review of information science and technology*, Washington : American Society for Information Science, 2004, vol. 38, n°1, pp. 231-288.

BOULLIER, Dominique, GHITALLA, Franck. Le web ou l'utopie d'un espace documentaire. *Information-Interaction-Intelligence,* 2004,Vol. 4, n°1, p. 173-189.

BOULLIER, Dominique. Le web immersif. *Quaderni*, printemps 2008, n°66, pp. 67-80.

CALLON, Michel. Eléments pour une sociologie de la traduction : la domestication des marins-pêcheurs et des coquilles Saint-jacques dans la baie de Saint-Brieuc. *L'Année Sociologique*, 1986, vol.36, p. 171-205.

DURKHEIM, Émile. Représentations individuelles et représentations collectives, 1898. [en ligne]. Version numérique par Jean-Marie Tremblay, dans le cadre de la collection « Les grands classiques des sciences sociales », Université du Québec de Chicoutimi, 25 pages. Disponible sur < www.uqac.uquebec.ca/zone30/classiques_des_sciences_sociles/index.html>.

DUFÉAL, Marina, GRASLAND, Loïc. La planification des réseaux à l'épreuve de la matérialité des TIC et de l'hétérogénéité des territoires. *Flux*, 2003, vol. 4, n° 54, p. 49-69.

DUPUY, Hélène. Terroirs et mémoires. Généalogie d'un mythe national. *EspaceTemps*, n°42, 1989, pp. 22-30.

ERTZSCHEID, Olivier, GALLEZOT, Gabriel, BOUTIN, Eric. Perspectives documentaires sur les moteurs de recherche: entre sérendipité et logiques marchandes, Document électronique. Septembre 2007, 13 pages. Disponible sur < http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00172169/fr/>.

FLICHY, Patrice. Les réseaux de télécommunications instruments, outils de mesure de la sociabilité. *Flux*, 2005, Vol. 4, n°62, p. 31-67.

FRÉMONT-VANACORE, Anne. Réseaux de télécommunications et aménagement du territoire en France : les collectivités locales au cœur du débat. *Flux*, 2004, Vol. 4, n°58, Octobre-décembre 2004, p. 20-31.

GHITALLA, Franck, DIEMERT, Eustache, MAUSSANG, Camille, PFAENDER, Fabien. TARENTe : an Experimental Tool for extracting and exploring web aggregates. 6 pages. Disponible sur <http://www.webatlas.fr/index.php?page=Publications>. (consulté le 15 mai 2008).

GHITALLA, Franck (sous la dir.). La géographie des agrégats de documents sur le web. 2004. 15 pages. Disponible sur http://www.webatlas.fr/index.php?page=Publications. (consulté le 15 mai 2008).

GHITALLA, Franck, JACOMY Matthieu, PFAENDER, Fabien. Détection et visualisation d'agrégats de documents web. L'exemple du domaine thématique de la Culture Scientifique, Technique et Industrielle. 2006. 11 pages. Disponible sur http://www.webatlas.fr/index.php?page=Publications. (consulté le 15 mai 2008).

GUÉGEN, Nicolas, PETR, Christine. Tourisme et internet : l'impact de certaines caractéristiques des sites des petits hébergeurs touristiques (vacances à la ferme, accueil paysan…) sur l'évolution et le comportement des internautes. MARSOUIN, juin 2007, 10 pages. Disponible sur http://www.marsouin.org/article_texte.php?id_article=152.

GRISET Pascal, LABORIE Léonard. Mémoire identité, patrimoine : l'exemple de France Télécom. *Flux*, 2004, Vol. 4, n°58, p. 71-78.

GUYOT, Jacques, LEDO ANDIÓN, Margarita, MICHAN Roland. Production télévisée et identité culturelle en Bretagne, Galice, et Pays de Galles. *KLASK*, 2000, n° 6, 190 pages.

HONEYCUTT, Courtenay. Welsh without Frontiers ? Use of the community metaphor in Wales's sponsored Top-Level Domain Bid. Prépublication de *The Information Society*, 2008, Vol. 24, n°4, p. 251-261. Disponible sur http://ella.slis.indiana.edu/~clhoneyc/homepage/papers/wwf_web.doc.

JACQUIN, Clément. Les services d'hébergement Internet en France, Networks and Communication Studies. *NETCOM*, 2003, vol. 17, n°1-2, p. 23-34.

KLEIN, Hans. Icann et la gouvernance d'internet. La coordination technique comme levier d'une politique publique mondiale. *Cahiers du numérique,* 2002*,* Vol 3, n°2, p. 93-128.

L. N'. K. et E. P, « Révolution en vue dans les adresses Internet », in *Les échos*, 23/06/08, p. 26.

LATOUR, Bruno. Le topofil de Boa-Vista. *Raisons pratiques,* 1993/4, p. 187-216.

LEJOUX, Patricia. L'analyse de la géographie des flux touristiques en France métropolitaine : un autre regard sur l'attractivité des territoires. *Flux*, 2006, vol. 3, n° 65, p. 33-46.

LÉVY, Jacques. A-t-on (vraiment) besoin du territoire ? *EspacesTemps : Les Cahiers.* 1991, Vol. 51, n°52, p. 102-142.

LOHARD, Audrey. La genèse inattendue du cyberespace de William Gibson. *Quaderni*, printemps 2008, n°66, pp.11-13.

LOHARD, Audrey. Les territoires physiques vus du cyberespace. *Quaderni*, printemps 2008, n°66, pp.51-60.

MUSSO, Pierre. Critique de la notion de "territoires numériques". *Quaderni* printemps 2008, n°66, p. 15-26.

MUSSO, Pierre. Le cyberespace, figure de l'utopie technologique réticulaire. In *Sociologie et sociétés*, 2000, vol. 32, n°2, p. 31-56.

NETCOM. « Networks and communication studies ». 2003, vol.17, n°3-4.

OFFNER, Jean-Marc. Un mythe politique opératoire. *Problèmes politiques et sociaux*, 2 décembre 1994, n°740, p. 41-43.

ORLÉAN, André, L'individu, le marché et l'opinion : réflexions sur le capitalisme financier. *Esprit*, novembre 2000, pp. 51-75. Disponible sur <http://www.esprit.presse.fr/archive/review/article.php?code=9428>. (consulté le 15/06/2009).

O'REILLY, Tim. "What Is web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software", 2005. Disponible sur <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>. (consulté le 10/08/2008).

POWELL, W. Walter, WHITE, Douglas R., KOPUT, Kenneth, W., OWEN-SMITH, Jason, Network Dynamics and Field Evolution: The Growth of Interorganizational Collaboration in the Life Sciences [en ligne]. *AJS,* 2005, Vol. 110, Number 4, p. 1132–1205. Disponible sur < http://www.santafe.edu/research/publications/wpabstract/200302004>. (consulté le 15/06/2009).

PROULX, Serge, LATZKO-TOTH, Guillaume. La virtualité comme catégorie pour penser le social: l'usage de la notion de communauté virtuelle. In *Sociologie et sociétés*, 2000, vol. 32, n°2, p. 99-122.

RENAN, Ernest. Qu'est-ce qu'une nation ?, discours à la Sorbonne, 1882. [en lignne]. 11 mars 1882, 13 pages. Disponible sur : < http://www.bmlisieux.com/archives/nation01.htm>. (consulté le 12/04/2008).

THIERRY, Daniel, TREDAN, Olivier. Cyberespace et affirmation des identités territoriales. MARSOUIN, Cahier de Recherche, n° 4, avril 2005, 20 pages.

VOLLE, Michel. Explorer l'espace logique. [en ligne]. 30 septembre 2006. Disponible sur <http://www.volle.com/travaux/espacelogique.htm>. (consulté le 28/03/2008).

VON HIPPEL, Eric. Users as Innovators. [en ligne]. In The Sources of Innovation by Eric Von Hippel, Oxford : Oxford University Press, 1988, 17 pages. Disponible sur <http://web.mit.edu/evhippel/www>. (consulté le 8 mai 2009).

3) Rapports

BOULLIER, Dominique (sous la dir.). webCSTI Culture scientifique et technique sur le web : mesures des usages et dynamique d'un champ, rapport final mars 2007, 225 pages.

CABEDOCHE, Bertrand, LE CAM, Florence, RUELLAN, Denis. L'information de service public. Rapport mai 2006. Disponible sur < http://www.marsouin.org/article.php3?id_article=106>. (consulté le 15 mars 2007).

CRISTOFOLI Pascal, VILAÇA, Olivier, Le Monde comme réseau, in Lévy Jacques (Dir.), Jeu de Cartes, nouvelle donne: cartographier aujourd'hui les espaces d'aujourd'hui. [Rapport édité]. Projet CartogrAm, Rapport Datar, Mai 2002, pp.165-188.

GHITALLA, Franck, JACOMY, Mathieu, Méthodologies d'analyse de corpus en Sciences Humaines à l'aide du Navicrawler. Rapport final août 2007, 73 pages. Disponible sur http://www.ticm.msh-paris.fr/spip.php?article136. (consulté le 15 mai 2008).

4) Ouvrages et articles : thématique Bretagne

AVRIL, Jean-Loup. Mille Bretons, dictionnaire biographique. Saint-Jacques de la Lande : Les portes du large, 22, 451 pages.

BARRÉ, Ronan. Les langues celtiques, entre survivance populaire et renouveau élitiste? Rennes: PUR, 2007, 234 pages.

BOUGEARD, Christian. René Pleven, un français libre en politique. Rennes: PUR, 1994, 473 pages.

CALVEZ, Ronan. La radio en langue bretonne. Rennes : PUR, 2000, 330 pages.

CARREER, Philippe, DAUMER, Yann, Per Denez, KRESS, J.-J, ELEGOET, Fanch, VIOLETTE, Patricia. Permanence de la langue bretonne de la linguistique à la psychanalyse. Rennes : Institut culturel de Bretagne, 1986, 145 pages.

CORNETTE, Joël. Histoire de la Bretagne et des Bretons. Paris : Éditions du Seuil, 2005, 745 pages.

CRESSARD, Jean-Pierre. C.E.L.I.B 1950-2000. Quand la Bretagne s'est réveillée. Spézet: Coop Breizh, 2000, 155 pages.

DU CASTEL, François, LAVALLARD, Françoise, (sous la dir.). Le CNET (1944-1974). Genèse et croissance d'un centre public de recherche. Histoire des trente premières années sous les aspects institutionnel, technique, politique, industriel et social. Paris: CRCT, 1990. 351 pages.

FAVEREAU, Francis. Bretagne contemporaine, Culture, langue, identité. Morlaix : Éditions Skol Vreizh, 2005, 214 pages.

FRANCE. Conseil Régional de Bretagne, Conseils généraux du Finistère et des Côtes d'Armor. Toutes les cultures de Bretagne. Morlaix : Éditions Skol Vreizh, 2004, 367 pages.

GAUCHER Jakez. Morvan Marchal (1900-1963) créateur du Gwenn ha Du. In Dalch'homp sonj, (Souvenons-nous), automne 1986, n°17, pp. 21-26.

GOBY, Daniel. La commutation temporelle. De la naissance en Bretagne au développement mondial, 1962-1983. Mémoire de Maîtrise Histoire, Université Rennes 2, juin 2001, 142 pages.

GORÉ, Olivier. « La musique Bretonne, expression culturelle d'une territorialité régionale ». In Digalès Nathalie, Fournis Yann, Kernalegenn Tudi, Bretagne Plurielle, culture, territoire et politique, Rennes : PUR, 2007, pp. 41-67.

GUYOT, Estelle, Mégalis. Premier réseau régional de télécommunications à haut débit d'Europe. Enjeu du réseau breton, entre mythes et réalités. Mémoire de DEA, Université Rennes 2, Juin 2001.

HELIAS, Jakez. Le Cheval d'orgueil : mémoires d'un Breton du pays Bigouden. Paris : Éditions Pocket, 1997, 624 pages.

HÉLIAS, Pierre. Costumes de Bretagne. Châteaulin : Éditions d'Art, Jos Le Doaré, 1969, 36 pages.

HOARE, Rachel. L'identité linguistique des jeunes en Bretagne. Brest: éditions Brud Nevez, n°10, 2003, 102 pages. (Leoriou bihan Brud Nevez).

KERNALEGENN, Tudi. Drapeaux rouges et gwenn-ha-du. L'extrême gauche et la Bretagne des années 1970. Rennes : Éditions Apogée, 2005, 223 pages.

LE BOULANGER, Jean-Michel. « Quelle identité pour la Bretagne ? », in Armen, n° 138, janvier/février 2004, pp. 20-27.

LE COADIC, Ronan (sous la dir.). Identité et Démocratie. Diversité culturelle et mondialisation: repenser la démocratie. Rennes: PUR, 2003, 411 pages.

LE COADIC, Ronan. L'identité bretonne. Rennes: PUR-Terre de Brume, 1998, 479 pages.

LE SQUERE, Roselyne. Une analyse sociolinguistique des marquages du territoire en Bretagne. Toponymie, affichage bilingue, identités culturelles et développement régional. Sciences du langage. 2007. 632 pages.

MARCHAL, Morvan. Le mouvement breton, in La Bretagne Réelle, Merdrignac, éditions Celtia, n°203bis, été 1966, 6 pages.

MARTRAY, Joseph. 20 ans qui transformèrent la Bretagne, "L'épopée" du C.E.L.I.B, 22 juillet 1950 – 2 février 1969. Paris: Éditions France Empire, 315 pages.

MERRIEN, Jean-Yves Merrien, VERN, Jean-Yves de la Mission pour l'électronique, l'informatique et les Télécommunications de l'Ouest répondent à la question de la journaliste, « à qui est destiné ce réseau? » In Sciences Ouest, n°172, décembre 2000.

MOAL, Stéphane. Les émissions en breton à la radio-télévision. Évolution depuis 1960 et étude d'un cas : le journal télévisé An Taol Lagad. Thèse de doctorat en Celtique, Université Rennes 2, janvier 2004.

MODOL, Philippe. Télévision et culture régionale : recherche d'une corrélation entre un modèle culturel et un programme régional: France 3 Ouest. Thèse de doctorat en sciences d'information et de communication, Paris IV, 1998.

MONNIER, Jean-Jacques, CASSARD, Jean-Christophe. Toute l'histoire de la Bretagne, Des origines à la fin du XXème siècle. Morlaix: Éditions Skol Vreizh, 1999, 800 pages.

MORVAN, Françoise. Le monde comme si. Paris, Éditions actes Sud, 2002, 386 pages. (Babel).

MORVAN, Françoise. Breizh Touch au grisbi. *Libération*, 21 septembre 2007, disponible sur <http://www.liberation.fr/tribune/0101111357-breizh-touch-au-grisbi>. (consulté le 15 mai 2010)

NICOLAS, Gilbert, (sous la dir.). La construction de l'identité régionale. Les exemples de la Saxe et de la Bretagne, 18ème-20ème siècles. Rennes: PUR, 2001, 208 pages.

OLLIVRO, Jean. Les paradoxes de la Bretagne. Rennes : Éditions Apogée, 2005, 175 pages.

PIERRET, Georges. Mai Breton. Rennes: Euregion, 1978, 143 pages.

PLEVEN, René. Avenir de la Bretagne. Paris: Calmann-Lévy, 1961, 256 pages.

QUÉRÉ, Anna. Les Bretons et la langue bretonne. Ce qu'ils disent. Brest: éditions Brud Nevez, n°6, 2000, 104 pages. (Leoriou bihan Brud Nevez).

RAULT, Philippe. Les drapeaux bretons des origines à nos jours. Spézet : Coop Breizh, 2006, 106 pages.

RIO, Joseph. Les mythes fondateurs de la Bretagne. Rennes: Editions Ouest-France, 2000, 351 pages.

Revue Bretagne[s]. Bretons d'aujourd'hui et de demain. La question des territoires en Bretagne. Rennes : PUR, avril-juin 2007, n°6.

SOREL, Patriçia. La révolution du livre et de la presse en Bretagne (1780-1830). Rennes : PUR, 2004, 318 pages. (Histoire).

TATTEVIN, Hélène. Les beaux jours à venir du réseau de services haut-débit, In Sciences Ouest, n°172, décembre 2000.

5) Communications

ABRIL i Abril, A., W. Staub. The .CAT out of the bag: How is it doing so far. Presentation to ICANN Studienkreis, Prague, 26 septembre 2006. Disponible sur <http://www.dotcym.org/dogfennau/cat-Studienkreis06v2.pdf>.

LIMA, Stéphanie. Le dépassement des territoires. Bâtisseurs et passeurs d'espaces. Actes du Colloque Les entretiens de la Cité des Territoires, Territoires, territorialité, territorialisation : et après ?, Grenoble, 7-8 juin 2007, pp. 62-69

MUSSO, Pierre. Critique de la notion de « territoires numériques ». Actes du Colloque Les entretiens de la Cité des Territoires, Territoires, territorialité, territorialisation : et après ?, Grenoble, 7-8 juin 2007, pp. 95-109.

BOUTIN, Eric, PERRIN, Guillaume. Construction du réseau d'interaction entre sites web : test de robustesse de la méthode à partir de plusieurs sources d'information. In 4ème TIC et Territoires : quels développements, île Rousse, 2005, 9 pages. Disponible sur http://isdm.univ-tln.fr/PDF/isdm22/isdm22_boutin.pdf.

BOULLIER, Dominique. Bretagne 2.0, encore des tuyaux ? Anatomie d'un contre-sens persistant. Rennes, Séminaire MARSOUIN, document en ligne disponible à l'adresse URL http://www.marsouin.org/article.php3?id_article=141, 2007.

BOULLIER, Dominique, LE BAYON Simon, PHILIPPE Françoise. "Formats techniques, formats communautaires et formats d'engagement. Le cas d'une communauté diasporique", Québec, Colloque web participatif : mutation de la communication?, 2008.

BRODER, Andrei, KUMAR, Ravi, MAGHOUL, Farzin, RAGHAVAN, Prabhakar, RAJAGOPALAN, Sridhar, STATA, Raymie, TOMKINS, Andrew, WIENER, Janet. Graph Structure in the web, [en ligne]. In 9th International World Wide web Conference, Amsterdam, 15-19 mai 2000. Disponible sur <http://www9.org/w9cdrom/160/160.html>. (consulté le 10/03/2009).

CRANDALL, David, COSLEY, Dan, HUTTENLOCHER, Daniel, KLEINBERG, Jon, SURI, Siddharth. Feedback effects between similarity and social influences in online community, [en ligne]. International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining archive. Proceeding of the 14th ACM SIGKDD international conference on Knowledge discovery and data mining 2008. Las Vegas, Nevada, USA, August 24 - 27, 2008>, 9 pages. Disponible sur <www.cs.cornell.edu/home/kleinber/kdd08-sim.pdf>. (consulté le 23/03/2010).

GHITALLA, Franck, LE BERRE, Alain, RENAULT, Matthieu. « Des documents, des liens et des acteurs ». In Proceedings of H2PTM conference, 2005. 11 pages. Disponible sur <http://www.webatlas.fr/index.php?page=publications>.(consulté le 15 mai 2008).

KLEINBERG, Jon M. Authoritative Sources in a hyperlinked environment. In The proceeding of the ACM-SIAM Symposium on Discrete Algorithms, January 1998. Disponible sur <http://www.cs.cornell.edu/home/kleinber/auth.pdf>.

KLEINBERG, Jon M, KUMAR, S.R., RAGHAVAN, P., RAJAGOPALAN, S., TOMKINS, A. The web as a graph: Measurements, models and methods. Invited survey at the International Conference on Combinatorics and Computing, 1999. 18 pages. Disponible sur <http://www.cs.cornell.edu/home/kleinber/>.

LE BÉCHEC, Mariannig, LE BAYON, Simon. Public Policy and Social Network in Brittany (Bretagne). Studies about “Bretagne 2.0” and “BZH Network”. 5th Prato Community Informatics & Development Informatics Conference 2008: ICTs for Social Inclusion, What is the Reality?, 27 Oct-30 Oct 2008, Monash Centre, Prato, Italy. Published by the Centre for Community Networking research Monash University, 2008. ISBN 978-0-9581058-4-2.

6) Sources

AFNIC. Association Française pour le Nommage Internet en Coopération. Observatoire du marché des noms de domaine en France. Paris : AFNIC, Édition 2007, 96 pages. Disponible sur www.afnic.fr.

Conférence générale de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation. La science et la culture : Texte de la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel. [en ligne]. 17 Octobre 2003. Disponible sur http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=00022&art=art34#art34.

Conseil Supérieur de l’Audiovisuel. Bilan de la société France 3 -2008, septembre 2009, 165 pages. Disponible sur http://www.csa.fr/infos/publications/publications_television.php?cat=9. (consultée le 20/04/2010).

FRANCE. Ministère de la recherche. Direction de la technologie, Société KOSMOS. Études des sites web des universités, juin 2001, disponible sur http://www.educnet.education.fr/superieur/web-u.htm**.** (Consulté le 10 février 2007).

FRANCE. Conseil Régional de Bretagne, MARSOUIN, MEITO. Usages des TIC en Bretagne- Panorama 2005, [en ligne], 34 pages. Disponible sur <http://www.region-bretagne.fr/>. (consulté le 10/01/2007).

FRANCE. Conseil Régional de Bretagne, MARSOUIN, MEITO. Usages des Technologies de l’information et de la communication en Bretagne – Panorama 2009 . [en ligne]. septembre 2009, 24 pages. Disponible sur <http://www.bretagne20.fr/?q=taxonomy/term/58>. (consulté le 25/02/2010).

FRANCE. Conseil régional de Bretagne. Schéma d'aménagement numérique de la Bretagne, Conférence territoriale du 27/06/2005. Rennes, Conseil regional de Bretagne, 2005.

FRANCE. Conseil régional de Bretagne. Appel à projets Bretagne et Pays de la Loire pour la création de services haut débit. Rennes, Conseil regional de Bretagne, 2006.

FRANCE. Conseil régional de Bretagne. Bretagne 2.0 L'ambition pour une Bretagne numérique. Rennes, Conseil regional de Bretagne, 2007.

FRANCE. BRETAGNE. Enjeu numéro cinq. Les NTIC : un atout majeur pour l’économie, la société et le territoire breton. Contrat de plan État-Région, Bretagne 2000-2006, pp. 83-95.

FRANCE. Contrat de plan État-Région, Bretagne 2007-2013.

FRANCE. Conseil régional de Bretagne. France. Résolution pour la création d’une extension « .bzh » des noms de domaine sur internet. Session des 14, 15, 16 juin 2006, 3 pages.

FRANCE. Conseil Régional de Bretagne. Un domaine internet pour la culture et les langues bretonnes. Brochure éditée pour le compte de l’« Association www.bzh ». Rennes, Conseil regional de Bretagne, 2008, 4 pages.

FRANCE. Conseil Régional de Bretagne/Office de la langue bretonne, France, « Prix régionaux de l'avenir du Breton. Lauréats 2007 », 6 pages. Disponible sur www.ofis-bzh.org.

FRANCE. Conseil régional de Bretagne, Réalisation d'une étude identitaire et d'une plateforme de marque de la région Bretagne. Présentation de la méthodologie, [en ligne], 2009, 12 pages. Disponible sur <http://www.agence-eco-bretagne.com/Lancement-de-l-etude-sur-la-marque>

FRANCE. Conseil Régional de Bretagne, 3èmes assises régionales des territoires de Bretagne, 8 décembre 2007. [DVD-ROM]

FRANCE. Loi relative à la lutte contre la fracture numérique. Article 24 de la loi n°2009-1572 du 17 décembre 2009 relative à la lutte contre la fracture numérique.

DATAR/ORTEL. L'état des régions dans la société de l'information. 19 juin 2003. Disponible sur <http://www.datar.gouv.fr/datar_site/datar_framedef.nsf/webmaster/actu_numerique_vf?opendocument>.

FRANCE. Assemblée Nationale. Protection du nom des collectivités locales sur internet. Documents législatifs, proposition de loi n°1576, mai 2004.

France Bleu Armorique, Le journal de 8 heures, par Eric Bouvet et la rédaction, disponible à l'adresse URL, http://sites.radiofrance.fr/chaines/france-bleu/?nr=b0a86e16b225edce69a7a9377322c89b&9ae7b9eae2ebb9548ce37941e1e71031_info_mode=item&9ae7b9eae2ebb9548ce37941e1e71031_info_index=0, consulté le 07 mai 2009.

Internet Corporation for Assigned names and numbers (ICANN). The Affirmation of Commitments, – What it Means, [en ligne], 30 septembre 2009. Disponible sur < http://www.icann.org/en/announcements/announcement-30sep09-en.htm#affirmation>.

ICANN. Status report on the sTLD evaluation process. Disponible sur <http://www.icann.org/tlds/stld-apps-19mar04/stld-status-report.pdf>.

ICANN. 2007. Fact sheet. Disponible sur <http://www.icann.org/general/fact-sheet.html>.

ICANN. New gTLD Program: Aspects of an Expressions of Interest and PreRegistration Model. 18 décembre 2009, 16 pages. Disponibles sur < http://www.icann.org/en/topics/new-gtlds/eoi-model-18dec09-en.pdf> .

ICANN. Notice of Intent to Form a New GNSO Constituency. 15 février 2009, 4 pages, disponibles sur <http://gnso.icann.org/en/improvements/newco-process-en.htm>.

ICANN. Rapport du GNSO (organisation spécialisée dans les questions relatives aux noms de domaine génériques) sur Les politiques en matière d'enregistrements frauduleux. 29 octobre 2008, 7 pages. Disponible sur <http://gnso.icann.org/en/improvements/newco-process-en.htm>.

ICANN. Notice of Intent to Form a New GNSO Constituency. 15 février 2009, 4 pages. Disponible sur <http://gnso.icann.org/en/improvements/newco-process-en.htm>.

Institut National de l'Audiovisuel, « Réactions suite à l'incendie du Parlement de Bretagne », France3 Rennes, le 5 février 1994, disponible à l'adresse URL http://www.ina.fr/economie-et-societe/environnement-et-urbanisme/video/RNC9402052963/reactions-suite-a-l-incendie-du-parlement-de-bretagne.fr.html, consultée le 20 avril 2010.

LE DRIAN, Jean-Yves. Président du Conseil régional de Bretagne, 2005-2010, conférence pour l'inauguration de l'arrivée du Très Haut Débit au pôle d'excellence rural de l'Institut de Locarn. Le 26 septembre 2008.

MONTREAL. Régie régionale de la santé et des services sociaux de Montréal-Centre, Grille d'analyse de sites web, juin 1997, disponible sur <http://www.rrsss06.gouv.qc.ca/commpub/publications/grille.html>. (Consulté le 10/11/2006).

7) Dictionnaire et Encynclopédie

FAVEREAU, Francis. Dictionnaire du breton contemporain bilingue. 5e édition. Morlaix : Éditions Skol Vreizh, 2000, 1357 pages.

Dictionnaire Historique de la langue française, Le Robert, 1992.

Emmanuèle Baumgartner, Philippe Ménard, Dictionnaire étymologique et historique de la langue française, Paris : Le Livre de Poche, 1996.

Dictionnaire Quillet de la langue française, Paris : Edition Quillet, 1993.

Encyclopédie Universalis disponible en ligne.

Table des illustrations

1) Figure

Figure 1 Capture d'écran de la page d'accueil du site web petitnavire.fr ____ *88*
Figure 2. geobreizh.com, capture d'écran de présentation du drapeau breton, Gwenn-ha-du ____ *100*
Figure 3. alaisebreizh.com, capture d'écran de l'autocollant de la marque ____ *115*
Figure 4. Capture d'écran de la page d'accueil du site web www.pointbzh.com (2007, à gauche/2010, à droite) ____ *119*
Figure 5. Schéma des quatre continents du web (Barabási, 2003) ____ *144*
Figure 6. Schéma des trois couches du web (Ghitalla, Jacomy, 2008) ____ *146*
Figure 7. Cartographie relationnelle des catégories des principaux annuaires et moteurs de Recherche spécialisés sur la thématique « Bretagne » ou généralistes (Mars 2007) ____ *168*
Figure 8. alaisebreizh.com*, capture d'écran de la mise en scène de l'accès aux points de vente dans le territoire « physique »* ____ *218*
Figure 9. tourismebretagne.com, captures d'écran et représentation schématique des scènes de transaction commerciale ____ *219*
Figure 10. dastum.net, capture d'écran du territoire physique de référence (carte des membres) ____ *224*
Figure 11. laita.com, capture d'écran de la carte des exportations, format JPEG ____ *226*
Figure 12. laita.com, capture d'écran de la carte présentant les structures commerciales dans le monde, format shockwave Flash ____ *226*
Figure 13. laita.com, capture d'écran de la géolocalisation des structures commerciales, application Google maps ____ *226*
Figure 14. qualite.paysanbreton.com, mise en scène par carte de format flash du territoire de référence à l'échelle de l'Europe et de la Bretagne ____ *226*
Figure 15. geobreizh.com, capture d'écran de la fenêtre pop-up de présentation des cartes de Bretagne, "Les cinq départements bretons" ____ *230*
Figure 16. antourtan.org, capture d'écran du positionnement dans un milieu par les partenaires événementiels (Cyber fest-noz) ____ *236*
Figure 17. Amazon.com, captures d'écran de la publicité pour le site web bretagne.fr (janvier 09) ____ *240*
Figure 18. multiplast-yachts.com, représentation du graphe complet des liens hypertextes (Navicrawler, mars 09) ____ *257*
Figure 19. multiplast-yachts.com, représentation du réseau décentralisé (Navicrawler, mars 09) ____ *257*
Figure 20. multiplast-yachts.com, représentation du sous-réseau cohésif de photographes professionnels (Navicrawler, mars 09) ____ *260*
Figure 21. Les quatre formes fondamentales de connexion (Forsé, 2004, p.199) ____ *265*
Figure 22. geobreizh.com, le domaine de la langue, le breton dans le coeur de graphe (Navicrawler, mars 09) ____ *269*
Figure 23.brezhoweb.com, graphe complet des liens hypertextes (Navicrawler, mars 09) ____ *270*
Figure 24. antourtan.org, coeur de graphe avec score d'autorité (Navicrawler, décembre 08) ____ *271*
Figure 25. Captures d'écran de la page de présentation des personnages avec coiffe du pays bigouden présents sur tipiak.fr (à gauche) ou logotype alaisebreizh.com, (à droite). ____ *286*

Figure 26. musiques-bretagne.com, sous-site de dastum.net, capture d'écran de dessins caricaturaux intitulés « Découverte stéréo…types » 293
Figure 27. Moucheture d'hermine, source: wikipedia.fr, paternité: Yorick 303
Figure 28. geobreizh.com, capture d'écran du logotype et du nom, procédé de nomination et d'identification 308
Figure 29. kaouenn.net, capture d'écran des drapeaux-icônes pour la sélection de la langue 308
Figure 30. antourtan.org, capture d'écran du navigateur "Navig", mars 2009 310
Figure 31. bretagne.fr, scène du lieu d'accès à la traduction en breton sur la page d'accueil 310
Figure 32. bretagne.fr, capture d'écran de la présence du Gwenn-ha-du et des panneaux de signalisation routière bilingues 310
Figure 33. geobreizh.com, tableau des photographies du Gwenn-ha-du 314
Figure 34. barravel.com, Capture d'écran de la page d'accueil du site web www.barravel.com 315
Figure 35. bretagne.fr, capture écran vidéo présentant le Gwenn-ha-du en Chine 317
Figure 36. bftt.fr capture d'écran de la carte du monde avec les drapeaux géolocalisés 320
Figure 37 bftt.fr, capture d'écran du logotype et d'une vidéo postée sur la plateforme youtube 321
Figure 38 Cœur de graphes où les points noirs représentent les sites web en breton 326
Figure 39 Graphique de la connexité et de l'attachement territorial des sites web du corpus "web régional" 360
Figure 40 Graphique de la connexité et de l'attachement territorial pour les scores de hub des sites web 361
Figure 41. Capture d'écran de l'onglet "Classer", application Navicrawler 472
Figure 42 Représentation schématique de la thématique Bretagne 529
Figure 62. antourtan.org, nomination dans la barre d'adressage du navigateur, avec flux RSS et description 533
Figure 63. antourtan.org, le logotype phare 533
Figure 64. antourtan.org, identification de la fonction du site web 534
Figure 65. antourtan.org*, nomination à partir du bandeau du haut de la page d'accueil du site web* 535
Figure 66. antourtan.org, zone de promotion de publicités sur le site web 535
Figure 67. antourtan.org*, lieu de visualisation par des vidéos, page d'accueil du site web* 536
Figure 68. antourtan.org*, lieu de visualisation par des émissions "skinwellweb", page d'accueil du site web* 536
Figure 69. antourtan.org, tableau déquivalence entre sous-site web et adresse URL des pages web d'antourtan.org 538
Figure 70. antourtan.org*, représentation schématique du script des prestations* 544
Figure 71. antourtan.org *, « cyber fest-noz » fréquentation sur le web et du lieu* 545
Figure 72. antourtan.org*, représentation schématique du script de la sous-scène de présentation du « Cyber fest-noz » et d'accès au fest-noz* 546
Figure 73. antourtan.org*, capture écran émission "Nantes en Bretagne?"* 547
Figure 74. antourtan.org*, capture écran image du duplex Pologne, cyber fest noz 2008* 548
Figure 75. antourtan.org*, Capture écran interface en breton pour l'écoute en direct de radio Kerne* 549
Figure 76. antourtan.org*, capture d'écran du positionnement dans un milieu par les partenaires évènementiels (Cyber fest-noz)* 550
Figure 77. antourtan.org*, capture d'écran du positionnement dans un milieu pertinent, publicité de la scène d'accueil* 550
Figure 78. antourtan.org*, capture d'écran du positionnement adns un milieu pertinent, publicité de la scène du cyber fest-noz* 550
Figure 81. antourtan.org, capture écran émission "Nantes en Bretagne?" 553
Figure 82. antourtan.org, tableau récapitulatif des émissions "Skinwellweb" 555

Figure 83. antourtan.org, tableau récapitulatif des festivals bretons présents sur les vidéos 556
Figure 84. antourtan.org, capture d'écran du navigateur "Navig" 556
Figure 85. antourtan.org, représentation schématique de l'organisation globale de l'interface 557
Figure 86. toursimebretagne.com, capture de la barre d'adressage du navigateur, Comité régional du tourisme de Bretagne 561
Figure 87. tourismebretagne.com, capture d'écran du logotype 561
Figure 88. tourismebretagne.com, capture d'écran du bandeau d'identification de la page d'accueil 562
Figure 89. tourismebretagne.com, capture d'écran du menu de navigation du bandeau d'accueil, rubrique « Préparez votre séjour » 563
Figure 90. tourismebretagne.com, capture écran accès aux prestations de la page d'accueil, rubrique "Vos envies..." 563
Figure 91. tourismebretagne.com, capture écran carte de Bretagne à cinq département, interactive 564
Figure 92. tourismebretagne.com, capture écran fonction du choix de la langue avec le drapeau 564
Figure 93. discoverbrittany.com, capture d'écran de la version américaine 564
Figure 94. tourismebretagne.com, capture écran de la page d'accueil dans d'autres langues 564
Figure 96. tourismebretagne.com, représentation schématique du parcours des rubriques 574
Figure 97. tourismebretagne.com, représentation schématique du parcours en texte et image de la Bretagne 575
Figure 98. tourismebretagne.com, représentation schématique des scènes de transaction commerciale 575
Figure 100. tourismebretagne.com, coeur du graphe des liens hypertextes et sites web (Navicrawler, 12/08) 578
Figure 101. tourismebretagne.com, coeur du graphe des liens hypertextes et sites web (Navicrawler, 12/08) 579
Figure 102. tourismebretagne.com, coeur du graphe des liens hypertextes et sites web (Navicrawler, 12/08) 580
Figure 103. tourismebretagne.com, coeur du graphe des liens hypertextes et sites web (Navicrawler, 12/08) 580
Figure 104. tourismebretagne.com, carte interactive de la Bretagne 581
Figure 105. tourismebretagne.com, carte Google maps de géolocalisation avec menu déroulant de la Bretagne 581
Figure 106. tourismebretagne.com, carte téléchargeable au format PDF éditée par les "Gîtes de France" 581
Figure 107. tourismebretagne.com, carte interactive avec sélection par ville 582
Figure 108. tourismebretagne.com, capture d'écran de la sous-rubrique "La Bretagne en vidéo" 582
Figure 109. barravel.com, Capture d'écran de la page d'accueil du site web www.barravel.com 585
Figure 111. tourismebretagne.com, représentation schématique de l'organisation globale de l'interface 589

2) Tableau

Tableau 1. Qualification des signes en fonction de l'attachement et de la circulation 75
Tableau 2. Échelle de l'attachement territorial des signes transposables 103
Tableau 3. Répartition des références web en fonction des sources 150
Tableau 4. Présentation résumée des attributs relevés et des fonctions du relevé 157
Tableau 5. Répartition par type des « réalisateurs » 183
Tableau 6. Histogramme de la répartition géographique des éditeurs du corpus « web régional » 186
Tableau 7. Présentation des procédés de nomination, d'identification et d'attachement territorial sur douze adresses URL (captures d'écran des barres d'adressage des navigateurs) 203
Tableau 8. La forme discursive de liens hypertextes sous forme de liste 236
Tableau 9. Cas de figures possibles selon la connexité et la cohésion dans un graphe (Degenne, Forsé, 2004) 252
Tableau 10. Densité et connexité du corpus restreint « web régional » 253

Tableau 11. Tableau comparatif des blasons et drapeaux bretons ("historiques et modernes") 302
Tableau 12. Matrice de la connexité et de l'attachement territorial des sites web 362
Tableau 13. Récapitulatif des choix du corpus restreint de 14 sites web 435
Tableau 14. Répartition par type des « éditeurs » de références web du corpus web « régional » 451
Tableau 15. Répertoire non-exhaustif des accessoires du web « régional » breton 455
Tableau 16 Classement des régions françaises en fonction du nombre de références selon les chiffres recueillis sur les annuaires « Google » et « Yahoo ! » (janvier 2007-septembre 08) 457
Tableau 17. Classement des départements de la région Bretagne et de la Loire-Atlantique selon ls données de l'annuaire Google (janvier 2007 et juin 2009) 458
Tableau 18. Tableau comparatif des références entre l'annuaire « Dmoz » et « Google » 458
Tableau 19. Mots-clés et occurrences sur le moteur de recherche Breizhat.com *depuis 1997* 458
Tableau 20. Principaux annuaires et moteurs de Recherche spécialisés sur la thématique « Bretagne » (Mars 2007) 460
Tableau 21. Répartition géographique des réalisateurs dits « extérieurs » 460
Tableau 22. Présentation des professionnels réalisant des sites web 461
Tableau 23. Présentation des indépendants qui réalisent des sites web 461
Tableau 24. Répartition des suffixes des adresses URL 461
Tableau 25. Fréquence et échelles des cartes 462
Tableau 26. Format et fréquences des cartes ou plans 463
Tableau 27. Contenu des cartes ou plans 464
Tableau 28 citevisions.rennes.fr, accompagnement des "visites immersives" 465
Tableau 29. energiesdelamer.blogspot.com, répartition thématique et territoriale des liens hypertextes 465
Tableau 30. Présentation des fichiers son 467
Tableau 31. Présentation des fichiers vidéos 468
Tableau 32. Langues présentes sur le corpus « web régional breton » 470
Tableau 33. Présentation des navigations entre mars 2008 et août 2008 471
Tableau 34. tourismebretagne.com, titres des rubriques et nombre de pages web correspondant 566

Annexes

Table des matières annexes

1 - Présentation des sites web du corpus restreint 435
1 - 1 - Liste des sites web 435
1 - 2 - Choix des sites web 435
1 - 3 - Justification du choix des sites web selon un principe d'originalité 436
1) Site web de la ville de Rennes 436
2) Site web du Comité Régional de Tourisme de Bretagne (CRTB) 436
3) Site web du Conseil Régional de Bretagne (CR) 437
4) Site web de la société « Multiplast » 437
5) Site web de la coopérative « Laïta » 437
6) Site web de la société « À L'aise Breizh » 438
7) Site web de l'association « Dastum » 438
8) Site web de « Géobreizh » 438
9) Site web de l'association « An tour Tan » 439
10) Site web de l'association « Trégor Vidéo » 439
11) Site web de l'institution « Conseil Général des Côtes d'Armor » (CG 22) 439
12) Site web de la société « VO Productions » 440
13) Site web de Lionel Buannic, « Brezhoweb.com » 440
14) Site web de l'association « Kaouenn.Net » 440
2 - Grille d'analyse des sites web 441
2 - 1 - Étape 1 : Les procédés de nomination et de visualisation 441
2 - 2 - Étape 2 : Composants ou « lieux de… » de la page d'accueil web 442
2 - 3 - Étape 3 : Les scènes et leurs formes discursives 443
2 - 4 - Étape 4 : Le cœur de scénario, attachement thématique et/ou attachement territorial 445
2 - 5 - Étape 5 : L'attachement territorial par le positionnement dans un milieu « physique » et « virtuel » 447
2 - 6 - Étape 6 : Les composants de l'attachement territorial 448
1) Attachement territorial à partir d'éléments textuels et/ou visuels 448
2) Analyse des éléments de l'attachement territorial 448
2 - 7 - Étape 7 : La topographie de la page web 449
2 - 8 - Conclusion 449
3 - Annexes partie 1 451
1) L'internet, une projection des lieux du territoire ? Face à une multiplicité des acteurs 451
2) Recensement des illustrations, des accessoires du « web régional » breton 451
4 - Annexes Partie 2 457
1) La cohérence des données collectées dans les moteurs et annuaires de recherche « généralistes » ? 457
2) Une première distinction de classement des références/ Classement de relevé humain 458
3) Les pratiques des acteurs et non la consultation 458

4) État des lieux des annuaires et moteurs de recherche « régionaux » 459
5) Répartition territoriale des éditeurs et réalisateurs 460
6) Spécialisation, compétences et savoir-faire des professionnels et des amateurs 460
7) L'extension .bzh.bz, une tactique antérieure au projet .bzh 461
8) Les cartes comme procédé de nomination, d'identification et de visualisation 461
9) Projection des lieux sur le web ou de l'internaute dans les lieux du web ? 464
10) Les hubs 465

5 - Annexes partie 3 467
1) Chronologie du drapeau breton et Gwenn-ha-du 467
2) Les procédés de visualisation multimédia (son) et les procédés de visualisation (vidéo) 467
3) Les langues des sites web 470

6 - Utilisation de Navivrawler 471
1) La navigation 471
2) Traiter les données 472
3) Document installation pour exploitation fichier GDF (exportation Navicrawler) 473
4) Exemple site web *antourtan.org* 475

7 - Entretien Christian Demeuré-Vallée, Chargé de mission, association « Bretagne Prospective » 477

8 - Entretien Jean-François Le Goff, Attaché parlementaire de Christian Ménard, député UMP 493

9 - Entretien Mikael Bodlore-Penlaez, initiateur pétition en ligne pour le .bzh 500

10 - Entretien ANNA JAOUEN, chargée de communication à l'association « DASTUM » 507

11 - Entretien Mikael Bodlore-Penlaez, éditeur de *geobreizh.com* 515

12 - Entretien Régis Le Guennec, directeur de l'agence de communication MBA Multimédia 523

13 - Champ thématique de la Bretagne 529

14 - Grille d'analyse du site web *antourtan.org* 533
14 - 1 - Étape 1 : Les procédés de nomination et de visualisation 533
14 - 2 - Étape 2 : Composants ou « lieux de… » de la page d'accueil web 535
14 - 3 - Étape 3 : Les scènes et leurs formes discursives 538
14 - 4 - Étape 4 : Le cœur de scénario, attachement thématique et/ou attachement territorial 543
14 - 5 - Étape 5 : L'attachement territorial par le positionnement dans un milieu « physique » et « virtuel » 550
14 - 6 - Étape 6 : Les composants de l'attachement territorial 551
14 - 7 - Étape 7 : La topographie de la page web 557
14 - 8 - Conclusion 559

15 - Grille d'analyse de *tourismebretagne.com* 561
15 - 1 - Étape 1 : Les procédés de nomination et de visualisation 561
15 - 2 - Étape 2 : Composants ou « lieux de… » de la page d'accueil web 562
15 - 3 - Étape 3 : Les scènes et leurs formes discursives 566

15 - 4 - Étape 4 : Le cœur de scénario, attachement thématique et/ou attachement territorial 574
1) Scénario structural des rubriques 574
2) Script de la scène de présentation des territoires en texte et en image 575
3) Script des scènes de transaction commerciale et de présentation des produits et services 575
4) Domaine de référence d'expertise, et/ou culturelle du site 576
15 - 5 - Étape 5 : L'attachement territorial par le positionnement dans un milieu « physique » et « virtuel » 577
1) Analyse des composants de « fonctions épi- et péritextuelle » 577
2) Analyse des composants de « fonction épitextuelle» : les liens hypertextes 577
15 - 6 - Étape 6 : Les composants de l'attachement territorial 581
1) Attachement territorial à partir d'éléments textuels et/ou visuels 581
2) Analyse des éléments de l'attachement territorial 582
3) Analyse des éléments de l'attachement territorial 588
15 - 7 - Étape 7 : La topographie de la page web 589
1) Distinction entre les régions de titre, de présentation textuelle, de présentation visuelle, de lieu de présentation (arrière-fond) 589
2) Analyse de 589
15 - 8 - Conclusion 590
16 - Descriptif contenu DVD 591

1 - Présentation des sites web du corpus restreint

1 - 1 - Liste des sites web

1. Ville de Rennes : http://www.ville-rennes.fr/, http://www.citevisions.rennes.fr/ et www.tictac.rennes.fr/
2. Comité Régional de Tourisme de Bretagne (CRTB) : http://www.tourismebretagne.com/
3. Conseil Régional Bretagne (CR): http://www.region-bretagne.fr
4. Société « Multiplast »: http://www.multiplast-yachts.com/indexfr.cfm
5. Société « Laita » : http://www.laita.fr/, la marque http://www.paysanbreton.com/ et http://qualite.paysanbreton.com
6. Société « À L'aise Breizh » : http://www.alaisebreizh.com/
7. Site web de l'association « Dastum »: http://www.dastum.net/ et www.musiques-bretagne.com
8. Site web « Géobreizh » : http://www.geobreizh.com/
9. Site web de l'association « an Tour Tan » qui propose un « Serveur de la diaspora bretonne » : http://www.antourtan.com/
10. Site web de l'association : « Trégor Vidéo » : http://www.tv-tregor.com/
11. Institution « Conseil Général des Côtes d'Armor » (CG 22) : http://www.cg22.fr/
12. Site web de la société « Vo Productions » qui gère les chaînes de télévision http://www.armortv.fr/
13. Site web du professionnel indépendant, Lionel Buannic qui anime l'émission « webnoz » disponible en ligne sur Armor tv et sur le site web : http://www.brezhoweb.com
14. Site web de l'association « Kaouenn.Net » (Département des Côtes d'Armor, 22) : www.kaouenn.net

1 - 2 - Choix des sites web

Ce tableau présente les quatorze sites web sélectionnés pour le corpus.

	Grande	Petite	Inst.	Ent.	Asso.	Autre	29	56	22	35
Rennes	X		X							X
CRTB	X		X							X
CR	X		X							X
Multiplast	X			X				X		
Laïta	X			X			X			
Al'aise Breizh		X		X					X	
Dastum		X			X					X
Géobreizh		X				X	X			
An tour tan		X			X		X			
Tv Trégor		X			X				X	
CG 22	X		X						X	
Armortv		X			X				X	
Brezhoweb		X		X				X		
Kaouenn Net		X			X				X	
Total	6	6	4	4	5	1	3	2	5	4

Tableau 13. Récapitulatif des choix du corpus restreint de 14 sites web

Les colonnes présentent la taille de la structure des éditeurs de ces sites web, leur type (institution, entreprise, association, autre) et le département ou autre des organismes.

1 - 3 - Justification du choix des sites web selon un principe d'originalité

1) Site web de la ville de Rennes

- Titre du site web et slogan : « Rennes.fr », « Bienvenue sur Rennes.fr »
- URL : http://www.ville-rennes.fr/ , http://www.citevisions.rennes.fr/
- Propriétaire : Ville de Rennes
- Adresse postale : Mairie de Rennes Direction Générale de la communication Service information Multimédia 4 boulevard de Chézy 35000 Rennes Cédex Tél.: 02.23.62.12.50
- Graphisme : « Cig'mi » (Rennes, 35) [Elisabeth Catçoury / Cig'mi, 2, rue de la monnaie 35000 Rennes 02 99 79 13 64] ; « Développement technique: SQLI » (Poitiers, 86), [http://www.sqli.com/index.html]

Originalité : « Citévisions » : Projet expérimental de déplacement virtuel dans la ville de Rennes réalisé en 3D par Archividéo, en partenariat avec « France Télécom Recherche et Développement » et le Conseil Régional de Bretagne.

En résumé, le site web de la ville de Rennes comporte tout un ensemble de liens hypertextes en direction de son territoire (quartiers, associations de la ville…), sur ses relations internationales, moins sur son ancrage territorial au sein de l'espace breton. L'originalité de ce site web vient de la mise en scène de son territoire sous forme multimédia et de cartes interactives élaborées.

2) Site web du Comité Régional de Tourisme de Bretagne (CRTB)

- Titre du site web et slogan : « Bretagne, nouvelle vague »
- URL : http://www.tourismebretagne.com/
- Propriétaire : Comité Régional du tourisme de Bretagne
- Adresse postale : Comité Régional du Tourisme de Bretagne 1 rue Raoul Ponchon 35069 Rennes Cedex
- Création : « Lnet Multimedia » (Nantes, 44) [http://www.lnet.fr/]

En résumé, le CRTB est l'organisme officiel du tourisme en Bretagne. Sa présentation en quinze langues en fait un point d'entrée pour la découverte « en ligne » de la Bretagne. Si les applications techniques semblent moins innovantes (principalement un accès rapide à des réservations touristiques), il n'en demeure pas moins que le territoire de la Bretagne est mis en scène en son et en image. La structure chromatique du site est basée sur le bleu avec des dessins et des photographies en référence avec le thème de la mer (image de Saint Cado, phare, mer). Ce thème de la mer se retrouve dans le slogan « Bretagne, nouvelle vague » et dans le logotype, avec l'usage de courbes rappelant l'ondulation de la houle et la forme de la vague. La couleur orange sert à accéder aux informations et aux liens hypertextes. Les vidéos et les photographies renvoient aux rubriques de la page d'accueil et au thème de la mer. Ce choix d'un site web sur le tourisme s'explique par les occurrences entrées par les internautes sur le site web Breizhat.com depuis sa création il y a dix ans. Nous présentons ici les sept premières occurrences (données fournies par le responsable de « MBA Multimédia » qui est propriétaire du site web). Il apparaît que le tourisme est l'une des premières recherches effectuées par les internautes, notamment la recherche d'hébergement.

3) Site web du Conseil Régional de Bretagne (CR)

- Titre du site web et slogan (message d'accueil) : « Région Bretagne », « Bienvenue sur le site du Conseil régional de Bretagne/ Degemer mat war lec'hienn internet Kuzul Rannvro Breizh »
- URL : http://www.region-bretagne.fr
- Propriétaire : Conseil régional de Bretagne
- Adresse postale : 283, avenue du Général Patton - CS 21 101 35711 Rennes Cedex 7 - Tél : 02 99 27 10 10 - Fax : 02 99 27 11 11
- Création : service de communication

En résumé, le site web donne accès aux informations sur les fonctions d'un Conseil régional, les collectivités locales qui le composent et la vie en Région Bretagne. En tant qu'organisme institutionnel représentant l'ensemble de la région Bretagne, il apparaissait important de présenter la mise en scène du territoire sur ce site web.

Les dix-sept rubriques avec sous-rubriques de la colonne de gauche donnent accès à un ensemble d'informations découpé en quatre scènes selon deux principes :

- informations sur la vie en Bretagne à destination des habitants, des touristes et autres,
- informations institutionnelles à destination des investisseurs, des citoyens et autres).

Il était intéressant de comprendre la mise en scène entre la présentation du fonctionnement d'une institution « Conseil Régional », et la mise en scène de la présentation d'un territoire par une institution dont la Bretagne ets le territoire de compétences.

4) Site web de la société « Multiplast »

- Titre du site web et slogan : « Multiplast composite yachts, Gilles Ollier Design Team »
- URL : http://www.multiplast-yachts.com/indexfr.cfm
- Propriétaire : « Multiplast »
- Adresse postale : Gilles Ollier Design Team ou Chantier Multiplast Parc du Golfe 56000 Vannes Tél. +33 (0)2 97 40 98 44
- Création : « e-declic.com » (Ploeren, 56), [http://www.e-declic.com/]

En résumé, ce site web affiche un faible ancrage territorial avec la Bretagne. L'intérêt de l'analyse de ce site web se trouve dans la maritimité évoquée, la Bretagne étant une péninsule. L'entreprise est un leader mondial dans réalisation de catamarans (croisières, de course), portant une image de la Bretagne à l'international. Cette opposition entre le domaine maritime et la dimension internationale et cette absence du territoire breton sera un des points soulevés dans l'analyse. L'originalité du site web se situe pour les catamarans de croisière dans la possibilité de visiter en 3D par plan fixe des bateaux.

5) Site web de la coopérative « Laïta »

- Titre du site web : « Laïta »
- URL : http://www.laita.fr/
- Propriétaire : « Laïta »
- Adresse postale : LAÏTA 60, avenue du Baron Lacrosse ZI de Kergaradec- 29806 Brest Cedex 9, Tél : 33 (0) 2 98 42 54 25

- Création : MBA Multimédia (Rennes, 35), http://www.mba-multimedia.com/

En résumé, le site web s'inscrit directement dans son ancrage territorial et dans sa dimension internationale. Un sous-site « Paysan Breton », marque de Laïta, http://www.paysanbreton.com/ est présenté en français et en breton. Nous avons considéré ce site web du domaine de l'agronomie comme le plus original en matière de mise en scène du territoire de la Bretagne après un parcours de plus d'une centaine de sites web dans ce domaine de l'agronomie en Bretagne.

6) Site web de la société « À L'aise Breizh »

- Titre du site web et slogan : « À L'aise Breizh ! »
- URL : http://www.alaisebreizh.com/html/05frame3.htm
- Propriétaire : « À L'aise Breizh ! »
- Adresse postale : À L'aise Breizh ! Z.A. de Langolvas - BP 37329- 29673 Morlaix cedex - Tel : 02.98.63.85.75
- Création : A L'aise Breizh !

En résumé, le site web est basé sur la vente de vêtements, avec l'usage de fonctionnalités comme une radio, « radio ALB » (blog radio reprenant des morceaux de groupes édités sur CD ou connus sur des plate-formes comme « DailyMotion »), des vidéos, des fonds d'écran. Derrière ce site web, les internautes sont présents à travers l'envoi sur le site web de photographies des vêtements portés en situation partout dans le monde autour d'une culture bretonne « remixtée ». Cette culture bretonne « remixtée » se retrouve dans les titres des rubriques principales situées sur le bandeau bas de page : « Boutik », « Ekip et sponsors », « Fotos », « Book en or », etc. Et, sur toutes les pages des personnages féminins avec une « coiffe » du pays bigouden sur la tête sont présentés.

7) Site web de l'association « Dastum »

- Titre du site web et slogan : « Dastum, La Richesse du patrimoine oral et musical de Bretagne à la disposition de tous » »
- URL : http://www.dastum.net/
- Propriétaire : Association « Dastum »
- Adresse postale : Dastum 1- rue de la santé 35000 Rennes, tél. 02 99 30 91 00
- Création : « Dastum »

En résumé, le site web de l'association « Dastum » donne accès par son site aux archives sonores numérisées et disponibles en ligne du patrimoine breton et à un panorama des danses et musiques bretonnes. Le parcours proposé de la Bretagne passe d'un parcours cartographié à un parcours sonore.

8) Site web de « Géobreizh »

- Titre du site web et slogan : « Géobreizh.com », « Portail géographique de la Bretagne »
- URL : http://www.geobreizh.com/
- Propriétaire : Mikael Bodlore-Penlaez
- Adresse postale : Non
- Création : Mikael Bodlore-Penlaez et Divi Kervella

En résumé, le site web « Géobreizh » est un site internet non institutionnel de cartes .pdf, de présentation des villes, des pays contemporains et historiques de la Bretagne. La partie centrale du site web reprend la carte historique des Provinces de Bretagne et les actualités issues de l' « Agence Bretagne Presse » (ABP). Les partenaires du site web sont

l' « Institut Culturel de Bretagne » et « Office de la langue bretonne ». Cet éditeur travaille aussi pour l'obtention d'un nom de domaine breton « PointBZH ».

9) Site web de l'association « An tour Tan »

- Titre du site web et slogan : « An Tour Tan », « Serveur de la diaspora bretonne »
- URL : http://www.antourtan.com/, plus particulièrement http://www.antourtan.com/tv/emission/emission-50.asp
- Propriétaire : Association An Tour Tan
- Adresse postale : An Tour Tan web Média 4 rue de Kérogan 29000 QUIMPER Tél. 02.98.10.21.16, e-mail : contact@antourtan.com
- Création : « i comme » (Quimper, 29), [http://www.icomme.fr/], et Nicolas Gonidec

En résumé, ce site web a une page d'accueil très fournie, affichant une multitude d'objectifs. Organisateur du premier cyberfest-noz en 1999, cette association reconduit ce projet tous les ans. L'association participe à la mise en ligne d'une radio en breton (« Radio Kerne ») et à des émissions de télévision intitulées « Skinwell web » (Skinwell terme breton signifiant télévision). L'attachement territorial dans le cadre de ces émissions est la région de Quimper sauf pour des événements comme la « Breizh Touch » à Paris. La langue usitée est un mélange entre le breton et le français, avec la date et le saint du jour en breton par exemple sur la page d'accueil. « An tour Tan » est un des premiers acteurs de cette mise en scène du territoire par le son et l'image sur le web.

10) Site web de l'association « Trégor Vidéo »

- Titre du site web et slogan : « La télé locale du Trégor-Goëlo »
- URL : http://www.tv-tregor.com/
- Propriétaire : Association « TREGOR VIDEO »
- Adresse postale : TREGOR VIDEO route du Radôme 22560 PLEUMEUR BODOU, tél. 02 96 15 60 60
- Création : Artcomédia, (Trébeurden, 22), [http://www.artcomedia.net/]

En résumé, ce site web associatif tend à devenir une télévision en ligne. Le site web est décrit comme une « Télé Alternative » avec des liens extérieurs vers d'autres sites de télé alternative en Bretagne, en Allemagne et en Irlande, et le programmme européen Leader+. Le lien avec la presse est établi par des renvois aux journaux Le Trégor et La Presse d'Armor. L'attachement territorial se situe dans les émissions réalisées dans le Trégor, un défilement des différents blasons des communes, pays, communautés de communes qui composent le Trégor-Goëlo.

11) Site web de l'institution « Conseil Général des Côtes d'Armor » (CG 22)

- Titre du site web et slogan : « Côtes d'Armor.fr, « L'information en ligne » »
- URL : institution: http://www.cg22.fr/
- Propriétaire : Conseil Général des Côtes d'Armor
- Adresse postale : Conseil général des Côtes d'Armor Hôtel du Département 11 place du Général de Gaulle-22000 Saint-Brieuc- Tél. : 02 96 62 50 79
- Conception et Réalisation : Direction de l'Information, de la Communication et de la Promotion

En résumé, le site web du Conseil général des Côtes d'Armor développe un accès aux informations générales fournies par une institution de ce type et développe des outils originaux comme une webTv en partenariat avec la chaîne Demain, et un outil de navigation 3D sur tout son territoire, « Navigalis, Les Côtes d'Armor en 3D ».

12) Site web de la société « VO Productions »

- Titre du site web et slogan : « Armor Tv, « La Télé des Côtes d'Armor » »
- URL : institution: http://www.armortv.fr/ ; et de la société productrice http://www.surlaplace.tv/ (SARL « VO Productions » Siège social : Manoir du Lou, 22270 Dolo)
- Propriétaire : « VO Productions »
- Adresse postale : Manoir du Lou 22270 Dolo Tél : 02 96 50 61 16
- Création : « Vo Productions »

En résumé, « Armor TV » est une chaîne de télévision qui a une convention avec le CSA pour une durée de cinq ans. Le site web permet un accès à la diffusion des émissions.

13) Site web de Lionel Buannic, « Brezhoweb.com »

- Titre du site web : « Brezhoweb »
- URL site de l'émission « webnoz » :http://www.brezhoweb.com
- Propriétaire : Message Médias, Lionel Buannic
- Adresse postale : 44, rue Croix Izan56410 Erdeven
- Création : Azimut, (Larmor-plage, 56), [http://www.azimut.net/]

En résumé, le site web de Lionel Buannic est accessible en breton, une partie du site web est disponible en français. Les émissions sont filmées en Bretagne et à l'extérieur comme pour des événements du type « Breizh Touch » à Paris. Le logotype de la Région Bretagne est en breton et disponible dès la page d'accueil. Lionel Buannic était précédemment animateur sur la chaîne « TV Breizh ». Ce site web permet donc de mettre en relation deux médias (télévision et internet) sur une même thématique territoriale, la Bretagne.

14) Site web de l'association « Kaouenn.Net »

- Titre du site web : « Kaouenn.net»
- URL site de l'émission « webnoz » : http://www.kaouenn.net
- Propriétaire : Association loi 1901 gérant le site Kaouenn Net.
- Adresse postale : Ti ar vro Trégor et Goelo – 22140 Cavan
- Création : Kaouenn.net

En résumé, Kaouenn.net a été mis en ligne suite à l'absence d'attribution de fréquence radio et de convention pour devenir une radio. Le projet initial de radio s'est transformé en plateforme où les usagers mettent en ligne des contenus en breton.

2 - Grille d'analyse des sites web

La première étape avant de s'intéresser au contenu du site web est de cerner l'organisation globale de la page d'accueil sous la forme d'espaces thématiques et fonctionnels permettant de « situer » le site web et l'éditeur.

2 - 1 - Étape 1 : Les procédés de nomination et de visualisation

Ces deux termes sont repris à A. Cauquelin. Le travail de « nomination » participe à la naturalisation de cet espace, tout en renforçant l'identitaire, le lieu, la maison[994]. Le « lieu de visualisation » présenté dans la grille, reprend « la valeur de vérité » de l'image par rapport au texte[995].

Catégories	Repères	Expression textuelle	Expression visuelle
Nom et contexte « Nomination »	Identification du site web	Nom	
	Identité particulière		
	Advertoriaux (Mentions légales, charte, conditions juridiques, propriété et copyright)	Nom propriétaire du site web	
	Production/gestion	Noms	
	Type de sites web		
Référence dans le territoire « physique »	Localisation du site	Adresse postale	
	Identification du territoire physique de référence		
	Information pratique sur le « lieu » physique (horaire…)		
	Temporalité	Affichage des dates	

Objectifs : Ce tableau sur les procédés de nomination sert à identifier :

- l'identité particulière du site web dans le cyberespace,
- le lieu de référence du site web dans le territoire « physique ».

L'identité du site web est relevée à partir du nom du site web, qui peut reprendre celui de l'organisme dans le territoire « physique » ou du site web lui-même, du slogan ou du logotype qu'il convient de décrire. Le repère qualifié « d'advertoriaux » présente les mentions légales, de la charte, des conditions juridiques, de la propriété et du copyright sur le site web[996]. Afin de présenter le lien entre le territoire « physique » et le site web, les éléments relevés sont les indications de pratiques du lieu « physique » (horaire, etc.), les adresses, la temporalité. Ainsi cette première étape permet de « nominer » le site web dans l'espace « en ligne » mais aussi de fournir des informations pour pratiquer le territoire « physique » comme la gestion du temps et des déplacements. Le repère de « temporalité » du site (affichage date et heure, du saint du jour, date de la dernière mise à jour et de la conception) présente l'actualisation des informations du site web, la pérennité des informations mais également un territoire de référence dans le « physique ».

[994] Anne Cauquelin, Le site et le paysage, Paris, PUF, 2002, pp. 94-103.

[995] Anne Cauquelin, L'invention du paysage, Paris, PUF, 2004, p. 81.

[996] Peter Stockinger, Les sites web. Conception, description et évaluation, p. 146.

La qualification proposée du site web selon un type est temporaire, une typologie sera établie au terme de l'analyse de ce corpus de sites web. À ce stade, nous reprenons la typologie présentée par A. Fortin et D. Sanderson :

1. les vitrines culturelles et municipales, à destination des personnes extérieures à la région et sur la base d'un dépliant promotionnel ;
2. les sites d'organisme sociaux et communautaires, qui présentent les organismes ;
3. les pages personnelles ;
4. les sites institutionnels ;
5. les portails, présentent de nombreux liens hypertextes ;
6. les réseaux communautaires, sont présentés et conçus par les résidents ancrés géographiquement,
7. la filiale, est un sous-site web local d'un site web d'une organisation[997].

2 - 2 - Étape 2 : Composants ou « lieux de… » de la page d'accueil web

Chaque unité de sens est contenue dans un module dont le but est spécifié comme « lieu de ». Un bandeau du haut de la page sera en ce sens intitulé « lieu d'identification du site ». Le terme lieu est repris à Anne Cauquelin au sens de lieux, de *topoi* (aristotéliciens) qui recourt à la rhétorique par des « objets nécessaires à la constitution d'un ensemble argumenté »[998].

Lieux de la page d'accueil (positionnement)	**Lieu**	**Expression textuelle et/ou visuelle (exemplification)**
	Nomination	nom, logotype, adresse
	Autopublicité	slogan, expression singularité du site, de l'organisme, etc.
	Passages pour accéder aux prestations	
	D'accueil	
	Expression	
	« visualisation » multimédia	webcam, reportage photo ou vidéo, visites immersives, etc.
	« visualisation » cartographique	cartes, plan
	Syndication	fil RSS, wiki, etc.
	Langue usitée	

Objectifs : Les éléments relevés dans ce tableau ont valeur d'exemple pour un tout argumenté. L'exemplification pour P. Stockinger est la représentation visuelle du site web ou de l'objet. Elle se place généralement dans un couple discursif, « qualification-exemplification ». Ainsi, la dernière colonne, nommée expression textuelle et/ou visuelle reprend autant l'exemplification que le couple discursif. Nous avons ajouté aux « lieux de » présentés par Peter Stockinger, le « lieu de syndication » et le « lieu d'expression » résultant des possibilités d'expression des internautes sur le contenu de la page web et entre eux, qui découlent des outils dits du « web 2.0 » ou « participatif » selon la définition proposée par O'Reilly. Le « lieu de visualisation » se distingue en deux lieux. L'image présentée peut être statique comme des photographies ou dynamique comme les webcams ou des vidéos. Le « lieu de visualisation » reprend également les procédés de la carte du format d'une image en

[997] Andrée Fortin, Duncan Sanderson, Espaces et Identités en construction. Le web et les régions du Québec, Québec, Éditions Nota Bene, 2004, p. 54-56.

[998] Anne Cauquelin, L'invention du paysage, Paris, PUF, 2004, pp. 139-140.

ligne (*jpg*, *gif*, *pdf*) aux formes interactives, en trois dimensions (3D), c'est-à-dire où l'action de l'internaute modifie la forme et le contenu à l'écran. Le « lieu de la langue usitée » ne renvoie pas uniquement au public cible du site web. Selon l'hypothèse d'une prothèse technique assurée par l'outil internet, l'usage du breton et du gallo renvoie à d'autres tactiques ou stratégies chez les acteurs. Pierre Musso le souligne à propos des télévisions en région[999], la langue fait partie du temps de la mémoire. Elle pose la différence à l'Autre et donne une dimension régionale et culturelle à un projet de télévision. Il apparaît donc significatif de noter cette mise en scène et en valeur du breton et du gallo (les deux langues en usage, la première en Basse-Bretagne, la seconde en Haute-Bretagne) sur les sites web du corpus.

Cette seconde partie de la description sur la nomination mais également la visualisation met en avant les méthodes utilisées par les acteurs pour se distinguer. La topographie des éléments peut être différente sur chaque page web ou identique sur l'ensemble du site web comme marque distinctive et affirmation de la nomination. Il s'agit d'identifier l'identité référentielle du site web et les éléments utilisés.

2 - 3 - Étape 3 : Les scènes et leurs formes discursives

À travers cet univers sémantique, le contenu de la page d'accueil, ou autres pages du site web est analysé à travers la question « de quoi ça parle ». Nous adjoindrons à « de quoi ça parle », le « comment on en parle », entendu comme les outils usités, à la fois signes verbaux mais aussi éléments visuels et sonores. Ainsi, outre le contenu des unités de sens (appelées scènes), le positionnement des scènes, ou parties de scène dans l'architecture globale de la page et du site web est pris en compte, comme principe de scénario sémantique.

a) Description de l'univers sémantique de l'ensemble du site web

Au préalable, mention sera faite du nombre de pages dans le site, de la hiérarchie en sous-sites, de la mention du nombre de rubriques et de sous-rubriques. Le tableau suivant présente la listes des rubriques qualifiées en scène.

N°	Appellation « rubriques »	Signes iconiques (Photographie et contenu)	Structure chromatique	Titre bretonnant ou en breton	Qualification sous le nom de scènes
1					Scène « du lieu d'accueil »
2					Scène « du lieu de présentation de l'organisme »
3					Scène « du lieu d'une visite « virtuelle» »
4					Scène « du lieu d'informations pratiques »
5					Scènes « du lieu des activités pédagogiques »
6					Scène « du lieu d'accès au milieu de référence et à l'extérieur »
7					Scène « du lieu des activités commerciales »
8					Scène « du lieu de …

[999] Pierre Musso, Régions d'Europe et télévision. Paris, Éditions Miroirs, 1991, 350 pages.

Objectifs : L'exemple ci-dessus présente la structure d'un script sémantique qui propose une méthode de découpage du site web en unités de sens (appelées scènes) c'est-à-dire de diviser le site web en scènes principales selon un principe de scénario sémantique. Dans cette optique, il est envisageable de confronter entre plusieurs sites web ces unités de sens. La qualification des scènes peut être standardisée selon le milieu de référence de l'organisme dans le territoire « physique » ou des services ou fonctions propres à un site web. Nous avons choisi d'associer à cette qualification en scène la structure chromatique et les signes iconiques les plus pertinentes selon les rubriques du site web. La qualification des titres de certaines rubriques a pour but de distinguer les titres descriptifs dans le sens où ils donnent de l'information sur le contenu, les titres avec des verbes d'action dans le sens où ils convoquent l'internaute pour le faire agir et les titres bretonnants dans le sens où ils sont en breton ou en gallo, ou ayant des références culturelles. Il est à noter que les rubriques sont définies comme une région textuelle qui véhicule du discours à « propos de » et, « à destination de »[1000] par Peter Stockinger. Ce discours peut être rapproché des catégories actantielles de A. J. Greimas que sont l'objet et le destinataire[1001]. Le but est d'identifier les destinataires et de spécifier les prestations du site web dans son ensemble.

b) Recherche des unités de sens (script général du site web et architecture du site web)[1002]

Les deux critères intégration et différenciation sémantique interrogent sur la place des éléments sur le site web les uns par rapports aux autres[1003]. À l'inverse de la différenciation, l'intégration conduit des scènes ou des parties de scènes dans un univers sémantique plus global. Elle a pour but de distinguer dans une partie des « sous-univers » sémantiques et d'en spécifier le contenu.

Numéro scène	Différenciation sémantique	Intégration sémantique	Dimensions discursives	Commentaires	Exemplification
1					
2					
…					

Objectifs :

- Recherche d'une ou de plusieurs unité(s) de sens à travers des scènes de page web.
- Appliquer les trois critères méthodologiques : la différenciation sémantique, l'intégration sémantique, et le système de communication (discours) présentés par Peter Stockinger :
  - De quoi ça parle ?
  - Spécialisations en des thématiques plus restreintes ou des sous-thématiques, si oui, lesquelles?

[1000] Peter Stockinger, Les sites web, p. 23.

[1001] Algirdas Julien Greimas, Sémantique structurale, Paris, PUF, 2002, p. 131.

[1002] Critères obtenus à partir de la figure 3.1. Les principaux critères utilisés pour l'analyse d'une prestation web, in Peter Stockinger [05], op. cit. p. 44.

[1003] Définition des trois derniers critères : « l'unité de sens d'une partie d'un site web ou d'un site dans son ensemble doit être appréciée également en termes de leur place, de leur positionnement dans une configuration plus globale (c'est la fonction du critère intégration sémantique) et également en termes d'une configuration qui sélectionne et positionne des univers sémantiques plus spécifiques (c'est la fonction du critère différenciation sémantique). […]. Le discours [est …] une action ou interaction de communication qui s'appuie sur toutes sortes de signes sémiotiques (seulement verbaux) pour faire passer une information, un message à propos de son domaine de référence » in Peter Stockinger [05], op. cit., p. 46-47 .

- Intégration de la partie analysée dans une thématique plus vaste, si oui, laquelle ?
- Rapprochement avec un genre discursif, langage utilisé, lequel et qui en est l'auteur?

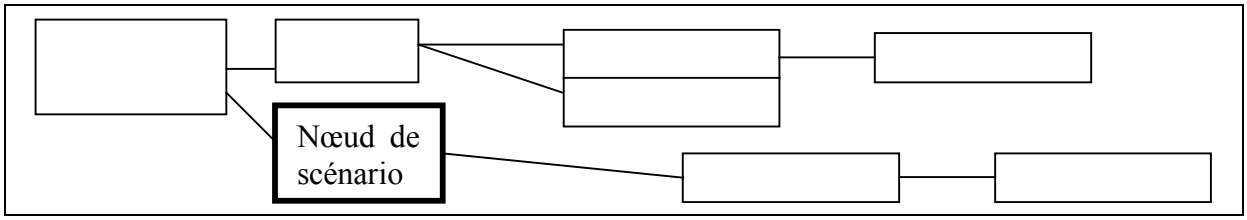
Ces quatre critères sont établis dans un script sous forme de tableau où les lignes présentent l'analyse du contenu, de l'expression, de l'insertion et du dispositif interactif et les colonnes, l'identification-description de la partie analysée ; le commentaire (objectif de la description) et l'exemple comprenant des éléments verbaux et autres (dessins, croquis, logotype, drapeau, cartes, plan, photographie, vidéos, animation flash etc.). Le discours est pour P. Stockinger le modèle de traitement des thèmes par un auteur. Ce discours s'accompagne d'une dimension rhétorique que le scénario permet de relever. Les dimensions rhétoriques développées par P. Stockinger sont au nombre de cinq dans le scénario et peuvent permettre de constituer un genre ou le traitement discursif de l'information dans un signe verbal :

- la dimension narrative évoquant des changements comme l'histoire chronologique ou le récit,
- la dimension évaluative proposant des commentaires,
- la dimension injonctive donnant des consignes, des avertissements, des aides,
- la dimension descriptive se composant d'un thème, d'un aspect (sélection et direction donnée) et d'une mise en situation (localisation spatio-temporelle, notionnelle),
- et la dimension argumentative[1004].

Les dimensions rhétoriques permettraient de se rapprocher d'un genre discursif *lato sensu* (description, explication, instruction, témoignage, entretien, conseil…).

2 - 4 - Étape 4 : Le cœur de scénario, attachement thématique et/ou attachement territorial

Le but du scénario du contenu d'un site web est d'identifier et de qualifier le contenu d'une ou plusieurs scènes et leur mise en scène autour d'une scène principale comme nœud du scénario. Ces scènes peuvent être standardisées selon les missions et les objectifs et le domaine de référence de l'éditeur selon P. Stockinger. Cet univers sémantique se définit du général au singulier, selon un principe méréonymique (relation de la partie, et du tout) et taxinomique (est un)[1005]. Dans l'exemple de représentation, schématique qui suit, les traits indiquent les liens hypertextes présents sous formes d'images, d'icônes, de textes. Le carré en style gras, le nœud de scénario.



Un autre script sémantique décrit la représentation d'un territoire sur le web à partir d'une scène proposant une pratique du territoire « physique » ou « virtuel ». Ce relevé permet de définir : les référents (objets), l'espace thématique, (vision qui accompagne cette représentation), et, le discours. Ces trois éléments définissent l'univers sémantique de la représentation du territoire[1006].

[1004] Peter Stockinger, Traitement et contrôle de l'information, Paris, Hermès Science publications, 2001, pp. 153-161.

[1005] Peter Stockinger, Traitement et contrôle de l'information, p. 36.

[1006] Critères obtenus à partir de « l'organisation globale de la prestation « patrimoine archéologique » développé par P. Stockinger, [05], op. cit., p. 65.

La conception scénarielle ou la représentation culturelle d'un domaine de référence, d'expertise ont des conséquences sur l'organisation de l'univers sémantique des prestations consacrées au dit domaine sur un site web donné. La conception scénarielle du domaine de référence rend compte de cette conception. En ce sens, l'univers sémantique d'un scénario ou d'une scène possède un composant *référentiel* ; un composant *thématique* ; et, un composant *rhétorique* ou *discursif*[1007].

Domaine/sous domaine	Composant	Recours au domaine culturel, économique, politique, social, historique de l'organisme	Recours au domaine culturel, économique, politique, social, historique territorial	Expression textuelle ou visuelle
Domaine	référentiel			
	thématique			
	Rhétorique ou discursif			
Sous domaine	référentiel			
	thématique			
	Rhétorique ou discursif			

Objectifs : Cette analyse permet d'intégrer une scène S à un domaine de référence, par exemple la culture bretonne, dont elle puise une certaine identité, et une singularité par rapport à d'autres scènes. L'organisation du contenu et du discours qui l'accompagne est alors relevée. Le domaine est donc la spécificité et l'identité d'une scène par rapport à une autre. L'analyse des rubriques est réalisée selon leur thématique en référence ou non à un domaine spécifique (identification des sous-domaines, des éléments discursifs et graphiques qui les composent).

Dans le scénario du contenu d'un site web, les scènes peuvent être réalisées et mises en scène de diverses manières, sous forme d'une ou plusieurs rubriques, ou d'une seule page web. La présence ou l'absence de tel ou tel domaines plus spécialisés qui font la spécificité et la proximité d'une rubrique s'évalue par le nombre de domaines partagés ou non avec d'autres rubriques. Cette analyse des rubriques et des domaines n'a pas permis de clarifier les types de domaines dans un corpus de sites web. L'un des paramètres parmi d'autres pour identifier l'identité d'un domaine outre l'étude des sous domaines est l'étude des éléments discursifs et iconiques. En ce sens, l'analyse d'un *référent* de site web se fait par rapport à un domaine de référence d'expertise « c'est-à-dire le ou les lieux ou domaines « d'expertise » qui préexistent au site, qui lui servent de référence et qu'il représente » et, ou un domaine de référence culturelle, ou des « modèles culturels » comme tradition de standards de perception, de compréhension pertinentes d'un tel lieu[1008]. La distinction peut être effectuée entre le corps des spécialistes en histoire de l'art et la culture muséo-économique. Le domaine de référence du site web peut renvoyer au domaine de compétence de l'organisme ou des acteurs qui mettent en ligne le site web. Mais ce domaine de référence peut également être la Bretagne dans toutes ses composantes (économiques, environnementales, institutionnelles, culturelles, etc.). Il s'agit de distinguer la part accordée à ces deux domaines et de déterminer les modes de relation taxinomique ou méréonymique de l'organisation globale du site web. Ces modes permettront de définir des scénarii pour mettre en scène des prestations pour une communauté. L'hypothèse en ce sens, est de savoir s'il existe des mises en scène identiques de la Bretagne. En résumé, repérer la scène principale comme nœud du scénario, mais aussi le début d'un attachement territorial donc des régions qui vont être analysées.

[1007] Peter Stockinger [05], op. cit., p.77.

[1008] Stockinger Peter, Les sites web, p. 77.

2 - 5 - Étape 5 : L'attachement territorial par le positionnement dans un milieu « physique » et « virtuel »

Derrière le contenu, des parties appuient la fonction de document de communication d'un contenu. Le tableau ci-dessous présente les composants typiques et récurrents d'un site web en les intégrant dans des types de scénarii fonctionnels. Ces composants suscitent à la fois l'intérêt du public et sont la raison d'être du site web.

a) Analyse des composants de « fonctions épi- et péritextuelle »

Thématique territoriale	Composants	Expression textuelle	Expression visuelle
Positionnement du site dans un milieu pertinent	Liens hypertextes vers organismes de tutelle, organismes partenaires, organismes amis…)		
	Moteurs de recherche et annuaires		
	Échelle attachement		
Positionnement du site par le milieu pertinent	Références par d'autres sites		
	Publicités		

Objectifs : Ce positionnement dans le milieu peut être endogène, c'est-à-dire une position dans le milieu par exemple à travers un annuaire ou exogène, par le positionnement du site par un milieu (publicité sur le site web ou sur d'autres sites web, ou acteurs qui parlent du site web).

b) Analyse des composants de « fonction épitextuelle» : les liens hypertextes

Lorsque les liens hypertextes sont présentés dans des annuaires, les noms des catégories sont relevés. Ensuite avec l'application *Navicrawler*, un parcours manuel est effectué pour repérer les liens hypertextes sortants et définir des clusters.

Objectifs :

Description des éléments du type liens hypertextes externes :

- Références locales et thématiques (tourisme, économique, partenaires, institutions régionales, amis..),
- Références nationales (association nationale, institutions étatiques, amis …)
- Références européennes
- Références mondiales
- Moteurs et annuaire de recherche
- Références d'information (culturelles, sportives, économiques, historiques), de secteurs (pêche, agriculture…), d'actualités (agendas…)

Analyse : les liens hypertextes sont-ils dans une proximité thématique ou dans une proximité territoriale ? Les liens hypertextes sont-ils concentrés sur une page ou dispersés sur le site web ? Quelles sont les rubriques qui les mettent en scène (par exemple, « actualité », « amis » ? Quelle est l'expression visuelle utilisée ? Derrière la description du comment le site web se positionne et est positionné dans un milieu, la question est de comprendre ces liens hypertextuels. En ce sens, le lien hypertexte est-il un acte social et cognitif de la part des acteurs ? Si oui, cet acte renvoie-t-il à un attachement territorial ?

2 - 6 - Étape 6 : Les composants de l'attachement territorial

Le parcours de navigation peut être conçu comme un parcours exploratoire libre, guidé, se basant sur une chronologie, sur une structure topographique (place des objets), se basant sur des épreuves (comme les héros), etc. Nous introduisons ici la possibilité d'un parcours se basant sur une structure topologique reprenant des signes transposables du territoire au web.

Le parcours peut s'effectuer sous la forme « soit d'un parcours au sens d'un déplacement, d'un circuit (moteur) ou d'un balayage (perceptif) ; soit d'un parcours thématique ; soit d'un parcours temporel, au sens d'une chronologie ; soit d'un parcours d'un *mix* des trois premiers parcours. [1009]» En ce sens les scénarii d'accès et d'exploration sont qualifiés de chronologique, de géographique, au sens de « lieux qui servent à localiser un patrimoine culturel et à circonscrire son identité dans l'espace », de thématique, par mots clés par exemple[1010].

1) Attachement territorial à partir d'éléments textuels et/ou visuels

La définition et la présentation du territoire de référence est présente sous forme de cartes.

Position sur le site web	Éléments visuels	Éléments textuels

Objectifs : Il s'agit de définir et de présenter le territoire de référence selon les éléments textuels et visuels présents sur le site web par l'analyse de

- références géographiques à partir d'éléments textuels et/ou visuels (ville, région, pays, commune, Europe, monde…),

- la définition et présentation du territoire (type de cartes, mention de zones géographiques, éléments textuels et/ou visuels),

- relations de sens entre éléments textuels et visuels.

Le site web peut mettre à disposition des vidéos. Il convient donc de chronométrer et de créer un storyboard sur le modèle du tableau suivant :

Durée	Séquence	Plan	Caméra	Lieu	Son	Dialogue	Lumière	Montage	Scénario

Cette description des séquences vidéos peut s'avérer fastidieuse sur des sites proposant plus d'une centaine de vidéos. Dans ce cas, les thèmes seront relevés et des vidéos témoins seront décrites.

D'autres outils peuvent être analysés comme par exemple des navigateurs.

2) Analyse des éléments de l'attachement territorial

Degrés / Accessoires	Revendication	Bricolages	Convocation/présence	Absence	Objections/ Rejet
Signes verbaux					
Signes iconiques					
Signes sonores					

Objectif : ce tableau permet de présenter en ligne les accessoires, et en colonne de graduer des accessoires entre divers degrés d'attachement.

[1009] Stockinger Peter, Les sites web. Conception, description et évaluation, p. 168.

[1010] Stockinger Peter, Les sites web. Conception, description et évaluation, p. 176.

2 - 7 - Étape 7 : La topographie de la page web

À travers l'analyse de régions et de zones d'édition qui composent l'interface, il est possible de délimiter des zones et des régions d'édition, puis de retrouver certaines similitudes entre plusieurs pages de sites web. La représentation schématique donne un aperçu de l'analyse sémiotique d'une interface de site web. L'identification de certaines régions d'édition permet de mettre en exergue certaines similitudes entre les sites web du corpus. Les fonctions textuelles précédemment définies autorisent à délimiter des zones d'édition (ayant parfois plusieurs fonctions) que nous délimiterons par des encadrés noirs à partir de captures d'écran effectuées sur les sites web. Les régions d'édition peuvent être un paragraphe, une page, une pile de pages formant une rubrique, une application indépendante. Les zones d'édition sont alors positionnées les unes par rapport aux autres dans un ordre hiérarchique entre fonction principale et fonctions subsidiaires ou complémentaires. Cette dernière fonction permet d'étudier la distribution des surfaces sur le site web par une distinction entre les régions de titre, de présentation textuelle, de présentation visuelle, de lieu de présentation (arrière-fond).

2 - 8 - Conclusion

A. Fortin et D. Sanderson ont choisi de porter leur analyse sur les récits d'espaces[1011], c'est-à-dire les types d'espaces de rattachement des sites web. Ils distinguaient en ce sens :

- L'espace linguistique : sous-entendu le public visé

- Les cartes et adresses : comme marques d'appartenance et non comme orientation des internautes. Les cartes ont des fonctions symboliques plus que pragmatiques (avec par exemple les icônes, et la présentation de l'espace d'exposition d'un musée en 3D)

- Les illustrations : « points de repère uniques à la région » : pour les habitants (« marqueur identitaire »), pour les visiteurs (« points de repère éventuels »).

- Les réseaux : (sociaux) selon des thèmes ou des intérêts spécifiques, ce que nous nommerons des milieux.

- Le public visé : ciblé sur la région, ou à l'ensemble de la région, ciblé mais à l'échelle internationale.

- La mémoire : idée selon laquelle le web ferait fi de l'espace et du temps par son perpétuel ajustement. Mais selon les auteurs la question des mises à jour du site travaille la mémoire et les projets portés par des collectifs. Les organismes présentent généralement un historique de la structure ainsi que ses missions ou ses objectifs. Nous rajouterons à la question de l'actualisation des sites web, celle des archives. La question de la pérennité ne touche pas uniquement le site web lui-même, l'histoire de l'organisme qui le met en ligne, mais également aujourd'hui la mémoire du territoire présente sous d'autres formes de consultation.

L'interaction et les projets : les échanges comme indices d'élaboration de projet collectif avec par exemple, les forums, les chats, les livres d'or, la foire aux questions, les formulaires d'adhésion, le babillard, le sondage. Ces éléments diffèrent de la diffusion de l'information mais s'ils ne sont pas mis en ligne, la conversation peut se faire hors du web.

[1011] Andrée, Fortin, Duncan, Sanderson, Espaces et Identités en construction. Le web et les régions du Québec, Québec, Éditions Nota Bene, 2004, pp. 124-128.

3 - Annexes partie 1

1) L'internet, une projection des lieux du territoire ? Face à une multiplicité des acteurs

Type	Nombre de références relevées
Artistes	15
Association	224
Fédération	4
Diocèse	1
Entreprise, SCOP	151
Institutions	139
Personnel	40
Regroupement	15
ONG	1
Aucun	1
Total	**591**

Tableau 14. Répartition par type des « éditeurs » de références web du corpus web « régional »

2) Recensement des illustrations, des accessoires du « web régional » breton

Domaine	Accessoires	Nombre	Catégories
Breton	Degemer mat	1	Langue
	Manifestations	1	Langue
	Spilhennig	1	Langue
	Panneau signalisation	1	Langue
	Tag	2	Bretagne
Activités	Activités, événements	2	Convivialité
Actualités	Actualités	4	Bretagne
Argoat	Argoat	7	Argoat
	Bocage	2	
	Forêt	3	
	Nature	12	
	Monts d'Arrée	1	
	Rivière	3	
	Talus	1	
Eau	Canal	1	Argoat
	Eau	1	
	Etang	2	
	Fleuve	1	
	Fontaine	1	
Eau (pol.)	Canal N-B	1	Bretagne
Armor	Abers, Baie	2	Littoral
	Armor	8	
	Côte, bord de mer, plage	20	
	Filet de pêche	1	
	Ancre	1	
	Mer	70	
	Ports	12	
	Vague	1	

	Île	1	
	Phare	29	Océan
Armor (loisirs)	Cabines plage	1	
Armor (loisirs)	Planche à voile	1	
Armor/argoat	Armor/argoat	10	Paysages
	Vieux gréments	3	Patrimoine
Bateaux	Bateaux, voiliers	12	Loisirs, métier
	Galerie	3	
	Objets, expositions	2	
	Images Films	3	
Art	Œuvres	7	Culture (création)
Personnages	Anonymes	9	/
	Artisans	2	/
	Artiste(s)	30	Culture
	Cuisinier	1	Gastronomie
	Élus	1	Unité
	Employés	1	Economie
	Enfants	9	Valeurs
	F. Favereau	1	Langue
	Famille	1	Valeurs
	Femme	3	Valeurs
	Fillette	1	Valeurs
	Hommes	1	Valeurs
Peluche	Iffig	1	Langue, culture
	Jeunes	3	Valeurs
	Membres	7	Valeurs
	Lecteurs, écrivains	2	Culture
Mascotte	Morbig (Huîtrier pie)	1	Langue
	Vieux	2	Valeurs
Artiste	Comédiens	1	Culture
	Danseurs	6	Culture
	Glenmor	1	Bretagne
	Anjela Duval	1	Langue
	Danseurs Traditionnels	1	Patrimoine
	Musiciens	8	Culture
	Sonneurs	9	Patrimoine
	Broderie Glazik	2	Patrimoine
	Coiffe	4	Patrimoine
Costume	Costumes	2	Patrimoine
	Couv. Album	2	Culture
Musique	Bagad	2	Culture
	Instruments	5	
Instruments	Accordéon	1	
	Biniou, cornemuse	4	
	Harpe	2	
Partitions	Partitions	1	
	Jeux	2	
Sports, jeux	Lutteurs	1	
	Affiches (festivals)	7	
	Festival, fête	6	
Festival	Spectacles	3	
Religieux	Pardon	1	Culture, Patrimoine
Blason	Blason	3	Symbole
	Dragon	4	Symbole
	Croix celtique	1	Symbole
	Croix	1	Symbole

Armoiries	Armoiries	2	Symbole
Emblèmes	Emblème Bretagne	2	Symbole
Gwenn ha Du	Drapeau	61	Symbole
	Icône langue	4	Icône
	Logotype	1	Logotype
Hermine	Hermine	50	Symbole
Triskell	Triskell	30	Symbole
Légende	Korrigan	3	Patrimoine
(écrit)	cri « Tan Dehi »	1	Patrimoine
	Ankou	1	Symbole
Bretagne	Bretagne	8	Bretagne
	Bretagne 4	4	Bretagne
	Bretagne 5	8	Bretagne
	Plan, carte lieu, zone	3	/
Navigation	Carte maritime	1	Bretagne
Dessins	Celtiques	8	Symboles
	Chantiers	1	Armor
	Bateaux	1	Armor
	Fruits, légumes	1	Agriculture
	Site Hennebont	1	Patrimoine
	Logotype	94	Singularité
	« Produit en Bretagne »	2	Auto-organisation
	TV Breizh	1	Culture
	Bretagne 4	2	Bretagne
	Macareux Moine	1	Environnement
	Conseil R.	1	Unité
	ONU	1	Symbole
	Hermine	1	Symbole
	Rennes	1	/
	Sponsors	1	/
	Triskell	1	Symbole
Logotype	Oiseaux	1	Environnement
	Tour Eiffel	1	Symbole
	et hermine	1	Symbole
Tour Eiffel	et triskell	1	Symbole
	Europe	3	Symbole
	Suisse	1	Symbole
	Pays Celtiques	1	Symbole
Drapeau	Pays Européens	1	Symbole
Europe	Etoiles Europe	5	Symbole
	Europe	2	Symbole
France	Carte France	1	Pays
	Marianne	1	Symbole
	Ouest de la France	1	Pays (ouverture)
France/monde	Polynésie	1	Pays (ouverture)
	Mappemonde	1	Pays (ouverture)
	Monde	2	Pays (ouverture)
Monde	Sydney et Gwenn ha du	1	Pays (ouverture)
Commerce/	Articles	1	
Industrie	Bigoudens/bière	1	Patrimoine/commerce
	Brasserie	1	Innovation, Modernité, culture, Patrimoine, singularité, auto-organisation
	Caddie	1	
	Camion	2	
	Fût	1	
	Équipements Industriels	6	
	Magasin	1	

	Marché	1	
	Produit en Bretagne	2	
	Produits	41	
	Publicités, pub. Télé	7	
	Mains	3	/
	Œil	1	/
Corps humain	Visage	1	/
Feu	Feu	1	/
	Couv. Livres, revues	9	Culture
	Enluminures, reliures	2	Culture, commerce
Édition	Livres, Magazine	7	Culture
	Écoles	1	Éducation
Éducation	Université	1	Éducation
Environnement	Éolienne	2	Environnement
	Palmiers	1	Environnement
	Abeille	1	Environnement
	Animaux forêt	2	Environnement
	Chouette	1	Environnement
	Coccinelle	1	Environnement
	Crevettes	1	Environnement
	Hibou	1	Environnement
	Huître	1	Environnement
	Loup	1	Environnement
	Macareaux Moine	2	(symbole)
	Mouette	8	Environnement
	Poissons	1	Environnement
	Salamandre	2	(Symbole)
Faune	Taureau	1	Environnement
Faune (agri.)	Poule	1	Innovation
Faune/Pêche	Sardines	1	Innovation
Agriculture	Vache	1	Innovation
	Tomates	1	Innovation
	Fleurs	3	Environnement
	Fougères	1	Environnement
	Genêts	1	Environnement
	Germe de blé	1	Environnement
	Gui	1	Environnement
	Arbre	1	Environnement
Flore	Feuille de chêne	1	Environnement
	Landes	1	Environnement
	Pommiers	1	Environnement
Flore (agri.)	Artichaut	1	Innovation
Flore (agri.)	Caféier	1	Innovation
Flore/agri.	Colza	1	Innovation
Structure	Lieu	13	Pays, Paysages
	Hôtel	7	Tourisme
	Locations	3	Tourisme
	Restaurant	1	Gastronomie
Vue ciel	Côte ou lieu	4	Pays, Paysages
Vue satellite	Europe	2	Pays, Paysages
Lieux	Village	2	Pays, Paysages
	Ville	10	Pays, Paysages
Bâti	Construction	1	Innovation (modernité)
	Immeuble	1	Innovation (modernité)
	Maison	4	Patrimoine
	Manoir	2	Patrimoine

Modernité	Bât. Moderne	1	Innovation (modernité)
Transports	Avion	2	/
	Métro	2	Unité
	Routes	1	Unité
	TGV	2	Unité
Mise en images	Diaporama	4	Paysages, patrimoine, culture
	Panoramique	1	
	Photothèque	1	
	Selon les saisons	1	
Objet	Un verre	1	/
Patrimoine	Mégalithes	6	Patrimoine
	Archives, cartes postales	2	Patrimoine
	Manuscrits	1	Patrimoine
	Bâtiments	6	Patrimoine
	Château	6	Patrimoine
	Lavoir	1	Patrimoine
	Monuments	3	Patrimoine
	Moulin	4	Patrimoine
	Mont St Michel	1	
	Opéra	1	Patrimoine
	Poteries	1	Patrimoine
	Radôme	1	Innovation
Religieux	Abbaye, églises	13	Patrimoine
Prix	Coupe	1	/
Santé	Médecin, patients	2	/
Sports/loisirs	Randonnées (pied, cheval)	2	Armor/Argoat
	Football, stade	4	Valeurs
	Golf	1	Tourisme
	Vélo	1	Culture
total		995	
	Pas d'illustrations		22

Tableau 15. Répertoire non-exhaustif des accessoires du web « régional » breton

4 - Annexes Partie 2

1) La cohérence des données collectées dans les moteurs et annuaires de recherche « généralistes » ?

Le premier point d'entrée a été le moteur de recherche « Google », ou plus exactement son annuaire, puis l'annuaire « Yahoo ! ». Le tableau suivant compare les outils Yahoo et Google en fonction des régions françaises et du nombre d'habitants.

Régions françaises	Nombre de références sur « Google » (01/07)	Nombre de références, « Google » (09/08)	Nombre de références, « Yahoo ! » (09/08)	Nombre d'habitants (INSEE, 2005)
Ile-de-France	5778	7557	19191	11 399 000
Rhône-Alpes	5282	6910	7630	5 958 000
Provence-Alpes-Côte d'Azur	5272	7151	6190	4 751 000
Bretagne	3536	4890	2978	3 062 000
Midi-Pyrénées	2783	3971	3218	2 735 000
Languedoc-Roussillon	2337	3314	2725	2 497 000
Pays de la Loire	2167	2948	3026	3 401 000
Aquitaine	2134	3212	3359	3 080 000
Nord-Pas-de-Calais	2079	2872	2603	4 032 000
Centre	1721	2761	1929	2 497 000
Poitou-Charentes	1446	1820	1926	1 705 000
Lorraine	1342	1819	1767	2 334 000
Bourgogne	1504	1817	1328	1 623 000
Basse-Normandie	1391	1861	1100	1 446 000
Alsace	1110	1766	2300	1 806 000
Auvergne	1009	1393	1180	1 331 000
Franche-Comté	921	1443	950	1 142 000
Picardie	839	1173	965	1 881 000
Limousin	739	984	676	724 000
Champagne-Ardenne	729	970	1020	1 338 000
Haute-Normandie	711	1055	1106	1 806 000
Corse	672	896	538	277 000

Tableau 16 Classement des régions françaises en fonction du nombre de références selon les chiffres recueillis sur les annuaires « Google » et « Yahoo ! » (janvier 2007-septembre 08)

Les écarts entre les nombres de références mentionnés dans le tableau ci-dessus, par exemple entre l'annuaire « Google » et « Yahoo ! » pour la région Ile-de-France soulignent la faible pertinence de ces chiffres. Il est à relever que la Bretagne se situe en quatrième position des régions de métropole pour le nombre de référence et en septième position pour sa population.

Le tableau suivant présente les données recuillies à partir de Google en 2007 et 2009 en fonction des quatre départements de la Bretagne et de la Loire-Atlantique.

Départements	**Finistère**	**Ille-et-vilaine**	**Morbihan**	**Côtes d'Armor**	**Loire-Atlantique**
Nombre d'URL référencées (2007)	841	715	694	560	586
Nombre d'URL référencées (2009)	1159	1227	941	1247	941
Population (INSEE, 2005)	877 130	930 137	689 101	567 082	1 209 000

Tableau 17. Classement des départements de la région Bretagne et de la Loire-Atlantique selon ls données de l'annuaire Google (janvier 2007 et juin 2009)

2) Une première distinction de classement des références/ Classement de relevé humain

Le tableau suivant compare les données recuillies à partir de Dmor et de Google selon huit catégories.

Catégorie	Nombre de références sur l'annuaire DMOZ	Nombre de références sur l'annuaire Google
Côtes-d'Armor	60	72
Finistère	51	68
Ille-et-Vilaine	45	53
Morbihan	94	83
Business and Economy	3	13
Travel and Tourism	15	24
Independence Movement@	3	3
Real Estate@	0	Non mentionné

Tableau 18. Tableau comparatif des références entre l'annuaire « Dmoz » et « Google »

3) Les pratiques des acteurs et non la consultation

Le tableau suivant présente les dix premières occurrences tapées par les internautes dans le moteurs de recherche Breizhat.com depuis 1997.

Mot clé	**Occurrence**
location	5550
bretagne	4080
vacances	2643
breton	2537
locations	2419
maison	2314
immobilier	2203
rennes	1830
saint	1824
Prénom	1511

Tableau 19. Mots-clés et occurrences sur le moteur de recherche Breizhat.com *depuis 1997*

4) État des lieux des annuaires et moteurs de recherche « régionaux »

Le tableau suivant présente vingt-un outils de recherche (annuaire et moteurs de recherche, ou listes de sites web) relevés en 2006. La langue (F : Français, B : Breton, A : Anglais), le nombre de références et de catégories, et l'éditeur sont précisés.

Nom	Adresse URL	Langue	Nombre de références	Nombre de catégories	Éditeur
An Arvorig	www.anarvorig.com	F	5053	17	Light Net Editions LTD
Annuaire Bretagne	annuaire-bretagne.free.fr	F	215	7	Annuaires régionaux des communes de France, JATAKA
Annuaire des Bretons	bretonschampigny.free.fr/annuaire	F	719	34	Amicale des bretons Champigny Joinville
Annuaire des sites du Pays de Vannes	www.pays-de-vannes.net	F	918	12	Vannes Innovation Promotion Expansion
Annuaire sites internet 35	www.ille-et-vilaine.net	F	2563	54	Ille et vilaine.net
Annuaire des sites internet Trégor	tregor.net/tregor.html	F	519	41	J. Herrou
Annuaire et guide de la Bretagne	www.webbreton.com	F	2085	7	Frederic Denis
Annuaires des Régions Ouest	www.via-ouest.com	F	3402	13 départements	Viaouest !
Bretagne Evasion	www.bretagne-evasion.com	F	150	11	Brigitte
Breizhoo	www.breizhoo.fr	F/B	22 131	13	COCKY, Jean-Michel Prima, Corvaisier Sylvain
Breizhat	www.breizhat.com	F	3801	18	MBA multimédia
Bretagne.com	www.bretagne.com	F	NC	5	Le Télégramme/Viamédia
Institut Culturel de Bretagne	www.institutculturelebretagne.com	F	300	25	interne
Le guide annuaire de la Bretagne sur internet	www.annuaire-breton.com	F	2598	387	Wiwimedia and My referencement
Le moteur de recherche de la Bretagne	www.bretagne-search.com/	F	NC	5 départements	Ouest Com
Portail breton	www.portailbreton.net	F	2977	34	Dewi Malo
Le portail des Côtes d'Armor	www.armor-site.com	F	2490	16	Armor Site
Portail et annuaire du Finistère	www.le-finisterien.com	F	956	14	Chrysalide
Le portail de St Malo et sa région	www.saint-malo.com	F/A	NC	14	MSAI Référencement

Les vibrations venues de l'Ouest	www.breizhvibes.com	F	NC	7	interne
Annuaire Côtes d'Armor	www.cotesdarmor-net.com	F	2063	19	Conseil Général des Côtes d'Armor (22)

Tableau 20. Principaux annuaires et moteurs de Recherche spécialisés sur la thématique « Bretagne » (Mars 2007)

5) Répartition territoriale des éditeurs et réalisateurs

Le tableau suivant affiche la répartition géographique des « réalisateurs » et le nombre de réalisations par lieu.

Départements ou pays de provenance « réalisateurs » extérieurs	Nombre de références identifiées produites dans le lieu
Étranger (Angleterre, Canada, Italie, Russie)	4
Ille-et-Vilaine	52
Finistère	48
Côtes d'Armor	16
Morbihan	28
Loire-Atlantique	9
Paris-Bretagne	11
France	15
Région parisienne	16

Tableau 21. Répartition géographique des réalisateurs dits « extérieurs »

6) Spécialisation, compétences et savoir-faire des professionnels et des amateurs

Les deux tableaux suivants distinguent les réalisateurs professionnels des réalisteurs amateurs, ou pro-amateurs. Les champs mentionnent le nombre de sites réalisés, la ville des réalisateur et un domaine de compétence ou de spécialisation.

a) Les professionnels

Noms des entreprises	Nombre de réalisations	Ville et département	Domaine ou Réalisations
Anaximandre	5	Landerneau (29)	Sites web bilingues
Cognix Systems	5	Rennes (35)	« Breizhoo » (moteur de recherche)
Hippocampe	4	Brest (29)	« roulezmalin.fr » (covoiturage)
I comme	6	Quimper (29)	« An tour tan », Festivals
Ikkon	3	Rennes (35)	« Conseil culturel de Bretagne »
Inovagora	3	Compiègne (60)	Sites web d'institutions
Juliana Multimedia	5	Vannes (56)	/
K unique	3	Quimper (29)	agroalimentaire
Le jardin graphique	4	Hédé (35)	culturel
Le Studio T	5	Brest (29)	« Bretagne.com », Le Télégramme
MBA-Multimédia	9	Vern sur seiche (35)	« Breizhat » (Moteur de recherche)
Media CD	3	St Herblain (44)	Agroalimentaire et tourisme
Médialeizh.com	3	Lorient (56)	« An Oriant TV », « La téléagricole », web-TV

Médiaouest	3	Vannes (56)	Association « Bretagne internationale »

Tableau 22. Présentation des professionnels réalisant des sites web

b) Les amateurs

Noms des indépendants	Nombre de réalisations	Ville et département	Réalisations
Gildas Hemon, Kerys.com	3	Douarnenez (29)	Photographe de la mer
Julien Cornic	5	Cavan (22)	« Al levrig »
Yann le Rousic	5	Combourg (35)	associations, blog poésie
Mikael Bodlore	5	Quimper (29)	« geobreizh.com », en breton
Tangui Ar Menn	3	St Brieuc (22)	Site web en breton, dictionnaire

Tableau 23. Présentation des indépendants qui réalisent des sites web

7) L'extension .bzh.bz, une tactique antérieure au projet .bzh

Le tableau suivant présente la répartition entre suffixe géographique et générique des adresses URL contenues dans le corpus « web régional ». Les champs mentionnent le suffixe, la signification et la fréquence du suffixe, et le pourcentage sur un total de 591 références.

Suffixe Générique	Signification	Fréquence	Pourcentage
.com	Commercial	242	41%
.net	Réseaux	32	5%
.org	Organisation	85	14%
.info	Information	4	1%
.edu	Éducation	1	0%
.int	International	1	0%
	Total	365	62%
Suffixe Géographique			
.fr	France	209	35%
.ru	Russie	1	0%
.sk	Slovaquie	1	0%
.uk	Royaume-Uni	1	0%
.fi	Finlande	1	0%
.ch	Suisse	1	0%
.de	Allemagne	2	0%
.at	Autriche	1	0%
.im	Ile de Man	1	0%
.eu	Union Européenne	2	0%
.bz	Bélize	2	0%
.bzh.bz	Bélize	4	1%
	Total	226	38%
Total		591	100%

Tableau 24. Répartition des suffixes des adresses URL

8) Les cartes comme procédé de nomination, d'identification et de visualisation

Les cartes du lieu et du territoire, état des lieux d'un procédé de visualisation entre web et territoire (échelle, format, contenu).

a) Échelle

Le tableau suivant présente l'échelle et la fréquence de cette échelle dans ce corpus « .

Échelle	Fréquence
Monde	4
France	27
Europe	16
Pays "celtiques"	6
Pays scandinaves	1
Manche	1
Arc Atlantique	1
Ouest France	3
Bretagne 3	4
Bretagne 4	27
Bretagne 5	47
Bretagne	12
Basse-Bretagne	1
Haute-Bretagne	1
Côtes d'Armor	2
Finistère (Sud : 2, Nord : 4)	12
Ille et Vilaine (Nord : 2)	3
Morbihan	1
Loire-Atlantique	2
Département	8
Pays	18
Léon	1
Communauté de communes, Agglomération, Métropole, Centre Ouest Bretagne	25
Communes	2
Ville, bourg	33
Quartier	2
Centre ville	1
Lieux	31
Lieu d'accueil	1
Parc	3
Baie Quiberon	1
Ile	4
Abers	1
Estuaire	1
Côte de Granit rose	2
Presqu'île	1
Golfe	1
Diocèse	1
Vue du ciel	7
Quartier	19
Rade de Brest	1
Vue satellite	3
Carte du Ciel	1

Tableau 25. Fréquence et échelles des cartes

b) Format

Le tableau suivant présente l'outil, le format, ls dessins ou 3D et leur fréquence.

	Descriptif ou nom	**Fréquence**
Outils	Google Map	16
	Mappy	6
	Quickmap	1
	Google Earth	2
	Maporama	1
	Géoportail d'IGN	1
	Via Michelin	2
	Terra Explorer	1
	Dor Breizh	1
	Vidéo	1

	Liens hypertextes	1
Format	Plan Accès format PDF(Portable Document Format)	24
	Adobe Flash	44
	JPEG, JPG (Joint Photographic Experts Group)	85
	GIF (Graphics Interchange Format)	69
	Javascript	4
	JSP (Javaweb interactif)	1
	PNG (Portable Networks Graphics)	8
Autres	Dessin, schéma	4
	plan scanné	3
	Son	1
	3 dimensions (3D)	4
	Coordonnées GPS	1
3D	« Interactive », ou « Dynamique »	65 + 2
	« Visite virtuelle »	2

Tableau 26. Format et fréquences des cartes ou plans

c) Contenu

Le tableau suivant présente le contenu des cartes et la fréquence dans le corpus.

Thèmes	Contenus	Fréquence
Accès	Accès et plan d'accès	30 et 52
Orientation	Plan lieu, plan touristique	12 et 7
Localisation	Situation	35
	Présentation	22
	Communes	10
Thématiques	Divers et multiples	7
	Cartothèque	1
	Atlas 3D	1
	Cartes des pays	2
	Atlas géographique	1
	Algues	1
	Plage	2
	Locations	4
	Bateaux	1
	Randonnées	2
	Route des talus	1
	Eau	1
	Élus	1
	Fest-Noz, fêtes, festival	2,1,1
	France 3 régions	1
	Humour	1
	Îles	2
	Étoiles	1
	Canal Nantes-Brest	1
	Patrimoine	3
	Informations locales	1
	Informations	1
	Langues européennes	2
	Liaisons fluviales	1

	Éducation	1
	Services	2
	Villes	1
	Typologie territoires	1
	Toponymie	1
	Transports	6
	Circulation, trafic routier	2
	Économie	1
	Tourisme	12
Carte	Maritime	1
	Ancienne	1
	Danses traditionnelles et pays	1
	Linguistique	1
	Doyenne	1
	Évêchés	2
Distance	Calcul de distance	1
Réseaux d'individus, de lieux, de services ou autres	Distributeurs	1
	Implantation	6
	Membres, adhérents	4, 2
	Agences	2
	Bibliothèques	2
	Cours de breton ou de gouren	2
	Sites web (22)	1
	Magasins, librairies	2
	Hôpitaux	1
	Villes jumelées	1

Tableau 27. Contenu des cartes ou plans

9) Projection des lieux sur le web ou de l'internaute dans les lieux du web ?

Le tableau suivant présente les « visites immersives » disponibles sur *rennes.fr.* Pour chacun des quinze lieux, le signe sonore, le signe iconique et le signe verbal sont mentionnés.

Noms du lieu	Signe sonore	Signe iconique	Signe verbal
« Place de la Mairie »	« talons sur les pavés »	Place sans piétons à la nuit tombée	Historique architecture, « autonomistes bretons » (destruction statue Anne de Bretagne et Roi de France en 1932)
« Hôtel de Blassac »	« talons sur les pavés »	Cour de gravier et bâtiment	Historique architecture et siège actuel de la DRAC
« Parlement »	« talons sur les pavés »	Place sans piétons	Historique architecture, « Parlement de Bretagne », « Hermines de Bretagne »
« rue du Chapitre »	« talons sur les pavés »	Piétons vus de loin	Historique architecture,
« Mairie »	« discussion de personne »	Pièce sans personne	Historique architecture, « l'hermine, symbolisant la Bretagne »
« Alignement du 21ème siècle »	« xylophone électronique »	Les blocs de granit	Descriptif
« Cathédrale »	« pas/gens religieux/prière »	Pièce sans personne	Historique architecture, « pèlerinage du Tro Breizh »
« Cathédrale » (« sous le toit »)	« chant d'oiseaux »	Vue panoramique à 360° de Rennes	/
« église Saint-	« pas/gens	Pièce sans	Historique architecture,

Melaine »	religieux/prière »	personne	
« église Sainte-Thérèse »	« pas/gens religieux/prière »	Pièce sans personne	Historique architecture,
« Marché des lices »	« discussion de personne »	Vues du marché avec des personnes	/
« Opéra »	« accords d'instruments à vent »	Pièce sans personne	Historique architecture, « danseurs bretons » (« plafond »)
« Palais Saint Georges »	« chant d'oiseaux »	Palais sous la neige	Historique architecture, actuellement « service de la ville »
« Parc du Thabor »	« chants d'oiseaux »	Parc vide	/
« Parc du Thabor » (« Parc à jeux »)	« discussion d'enfants »	Pas d'enfants	/

Tableau 28 citevisions.rennes.fr, accompagnement des "visites immersives"

10) Les hubs

Le tableau suivant présente la répartition des liens hypertextes sortants entre référence thématique et référence territoriale pour le blog, *energiesdelamer.blogspot.com*.

	Pourcentage des hyperliens sur le nombre total des hyperliens sortants
Ayant une référence thématique	75,73
Ayant une référence territoriale	19,42
Wikipédia	3,88
Autre	0,97

Tableau 29. energiesdelamer.blogspot.com, répartition thématique et territoriale des liens hypertextes

5 - Annexes partie 3

1) Chronologie du drapeau breton et Gwenn-ha-du

Nous présentons sept dates du drapeau breton antérieures à sa forme moderne qui date de 1923.

1213 Pierre de Dreux est nommé Duc de Bretagne et apporte dans ses armoiries l'hermine.

1316 Jean III étend le franc quartier d'Hermine de Pierre de Dreux à toute la surface de l'écu et de la bannière. Apparition de l'Hermine Plain.

1426 Les pavillons des navires affrétés par le duc sont l'Hermine Plain.

1488 Durant la bataille de Saint-Aubin-du-Cormier menée par François II les combattants bretons meurent sous le signe de la Croix Noire.

1532 Traité d'union France-Bretagne. Le drapeau Croix Noire devient l'étendard de la Province de France jusqu'en 1789.

1789 La Bretagne est divisée en cinq départements.

1870 Les marins affectés à la défense de Paris ont un drapeau avec l'Hermine Plain et la devise, « Potrius mori quam foedari » (en breton, « Kentoc'h mervel bezan saotred », en français, « La mort plutôt que la souillure ») attribuée aux ducs de Bretagne avant Jean IV.

2) Les procédés de visualisation multimédia (son) et les procédés de visualisation (vidéo)

Les deux tableaux suivants sont un recensement des fichiers son et vidéos, avec leur qualification, leurs thèmes et la fréquence de ce thème.

Son	**Qualification**	**Thèmes**	**Fréquence**
	MP3	Artistes	22
		Collectage	1
		Conte	1
		Chants	2
	Amorçage audio	Vagues	3
		Mouettes	1
		Mer	1
		Piano	1
		Musique	1
		Bière	1
		Saisonnier	4
		Rock	1
	Accompagnement audio	Vagues	4
		Mouette	1
		Vent	1
		Clavecin	1
		Accordéon	1
		Fichier midi	2
	Radio en ligne		7
	Interviews radio, Reportage audio		1 + 1
	Cours en ligne		1
	Ballades à télécharger		2
	Myspace artiste, Myspace festival		2 + 1
Total			60

Tableau 30. Présentation des fichiers son

Vidéo	Qualification	Thèmes	Fréquence
	amorçage		5
	Plate-forme	Myspace	4
		Daily motion	6
		You tube	4
		Kaouenn.net	1
	web TV	CG 22 (assemblées)	1
	WEB JT	Télégramme	1
	Reportages	FR3 ouest	6
		TV Breizh	2
		Armor TV	2
		Brezhoweb	1
		An tour Tan	2
		ABP TV	2
		TV Trégor	1
Vidéo	Résumé match		2
	Émissions		9
	Actualités		1
	Contes européens (en breton)		1
	Bande-annonce festival		1
	Spot bilinguisme (CR)		3
	Cours en ligne		1
	Films		1
	Agriculture biologique		1
	Danses traditionnelles		1
	Présentation organisme		1
	Membres		1
	Débats		1
	Loisirs glisse		1
	Spectacle		1
	Description orale page web		1
Découverte des lieux			
	Reportages en streaming		
		villes	5
		webcam	8
	Magasin		1
	Hôtel		1
	Tourisme		1
	Panorama 360		4
	Vidéo vue du ciel		3
	Visite dite "virtuelle"		2
	Lieux (monuments)		3
Total			86

Tableau 31. Présentation des fichiers vidéos

Les « visites virtuelles » qui parfois s'accompagnent de vidéos n'ont pas été intégrées lorsqu'elles étaient incluses dans une application avec plan comme sur le site web « Citévisions » de la ville de Rennes. De même les télévisons en ligne n'ont pas été distinguées, elles entrent dans la catégorie vidéo.

Les fichiers sons ou audios ont été qualifiés de MP3, d'amorçage audio, d'accompagnement audio, de radio en ligne, d'interviews en ligne, de reportage en ligne, de cours en ligne, de ballades à télécharger, et la présence de la plateforme *Myspace*. Cette plateforme peut être utilisée par les artistes eux-mêmes avec la présence de leur musique ou

par des festivals qui sous la forme de liste d'écoute proposent des chansons des artistes invités. Sur vingt-deux sites web, les artistes ou les labels de musique proposent directement de la musique (MP3 Artistes). Ces fichiers MP3 permettent la mise en ligne du collectage du patrimoine oral breton (des contes ou des chants). Une des autres qualifications « amorçages » est utilisée pour les fichiers son et vidéo. Les « amorçages (sont) entendus comme des concepts écrits, des représentations graphiques ou sonores […] L'amorçage est susceptible d'opérer sur les cognitions et les intentions comportementales de l'internaute. [1012] » Nous reprenons le terme amorçage proposé par ces deux auteurs uniquement pour les « représentations sonores et vidéos », que nous nommons signes sonores. L'amorçage sonore se distingue entre des sons maritimes et instrumentaux. Une brasserie propose comme amorçage sonore le son d'une bière versée dans un verre. Ces amorçages ont une durée limitée contrairement aux accompagnements audio qui perdurent durant toute la visite du site web. Ces accompagnements se divisent en deux sous-groupes : les sons de la mer (mouette, vague, vent) et des sons instrumentaux. Les fichiers Midi (Musical Instrument Digital Interface), protocole d'échanges de données sonores, permettent de produire des musiques synthétisées et assistées par ordinateur. Il est possible de télécharger des fichiers gratuits sur *fr.midipedia.net*, ce qui peut expliquer leur présence sur le web. Des cours en ligne sont également disponibles ainsi que des radios. Les radios présentées dans ce tableau sont des radios qui émettent principalement ou exclusivement en breton. Le site web *bretagne.com* appartenant au groupe de presse Télégramme, quotidien régional de Bretagne, propose de télécharger des balades audio pour découvrir des lieux en Bretagne.

Les fichiers vidéo ont été répartis en deux thèmes principaux les langues et la découverte des lieux. Les images fixes n'ont pas été retenues comme les rubriques intitulées « phototèques », ou « diaporamas » avec un accompagnement sonore. L'amorçage visuel est présent sous la forme d'animations visuelles au format *Flash* qui précèdent durant quelques secondes l'affichage de la page d'accueil du site web.

La vidéo permet aussi d'exposer les lieux en sons et en images. Les webcams (caméra vidéo en ligne) sont présentes sur huit sites web de villes. Dans l'hôtellerie, le tourisme, le patrimoine ou le commerce, la vidéo vient mettre en image les lieux, parcours mis en scène des lieux. La vue d'un avion est utilisée sur trois vidéos. Cette présentation peut être circonscrite à une propriété (une abbaye) ou élargie un département (Morbihan). Sur d'autres vidéos, la vue terrestre s'accompagne d'une vision à 360 degrés à partir d'un point fixe. Les visites « virtuelles » ne se déroulent pas dans des images en 3D reconstruites sur le mode des jeux vidéo, mais des images filmées des lieux où l'internaute devient « spec-acteur ». Ce terme « spec-acteur », déjà mobilisé pour la visite virtuelle de la ville de Rennes, est repris à J-L Weissberg pour qui le spectateur dans une visite virtuelle choisit son cadre en zoomant et son temps par le choix de la vitesse de défilement[1013]. Le résultat n'est plus une image figurative, ou un objet fonctionnel, mais un hybride, une « image-objet » convoquée sous le mode de la présentation/simulation et non plus de la re-présentation. Ce mode de convocation induit un nouveau rapport au temps et à l'espace. La manipulation des images fait succéder des plans selon des temps « différenciés » du fait même de l'instantanéité des interactions. La redécouverte des lieux passe alors autant par la mise en scène que par le temps choisi. La visite « virtuelle » n'existe que par l'activation et le choix de parcours de l'internaute « spec-acteur ».

[1012] Nicolas Guégen, Christine Petr, Tourisme et internet : l'impact de certaines caractéristiques des sites des petits hébergeurs touristiques (vacances à la ferme, accueil paysan …) sur l'évaluation et le comportement des internautes. [en ligne],10 pages, disponible sur http://www.marsouin.org/article_texte.php3?id_article=152.

[1013] Jean-Louis Weissberg, Sous les vagues de la plage, in Anne Cauquelin, Paysages virtuels, Paris, Éditions Dis Voir, 1988, pp. 18-29.

3) Les langues des sites web

Le tableau suivant présente les langues dans lesquels les sites web sont mis en ligne et leur fréquence (nombre relevé).

Catégorie	Langue	Fréquence
Unilingue	Français	358
	Breton	10
	Anglais	4
	Gallo	1
	Italien	1
	Slovaque	1
Total		375
Bilingue	Breton/Français	33
Breton	Breton, Français	1
	Breton, Gallois	1
Français	Français et termes bretons	16
	Français, Breton	20
	Français, Anglais	57
	Français, Gallo	1
	Français, Galicien	1
	Français, Allemand	2
Autres	Gallo, Français	1
	Russe, Breton	1
	Anglais, Français	2
Total		129
Trilingue	Français, Anglais, Espagnol	8
	Français, Breton, Anglais	6
	Français, Anglais, Breton	1
	Français, Anglais, Allemand	7
	Français, Anglais, Italien	1
	Breton, Français, Anglais	3
	Français, Gallo, Breton	1
	Français, breton, Gallo	1
	Bilingue, Anglais	17
	Bilingue, Gallo	1
	Bilingue, Latin	1
Total		47
Quadrilingue et plus		
	Huit langues et plus	6
	Français	20
	Breton	12
	Bilingue	6
	Anglais	25
	Espagnol	17
	Allemand	14
	Italien	7
	Portugais	5
	Néerlandais	2
	Japonais	2
	Gallois	2
	Polonais, Galicien, Asturien, Occitan, Catalan, Gallo	6
Total		31

Tableau 32. Langues présentes sur le corpus « web régional breton »

6 - Utilisation de Navivrawler

1) La navigation

Le navicrawler est une extension pour le navigateur Firefox conçu par Mathieu Jacomy qui le développe avec Anne L'Hôte. Le navicrawler est une mémoire de la navigation sur le web. Les sites web parcourus sont ainsi classés et peuvent ensuite être projetés sous forme de graphes à l'aide de logiciel tel que GUESS qui autorise l'affichage des méto-données, *i.e.* des libellés. Sur ces graphes, les pages web sont des noeuds et les arcs, les liens hypertextes.

Dans cette partie le sites web n'est pas défini comme une unité sémiotique et sémantique d'un ensemble de pages, le site web pour Mathieu Jacomy est un nom de domaine, la pages web renvoient à une URL. En ce sens, ce sont des pages de site web qui sont annotées. Pour un blog développé sur le portail orange, le site web relevé sera « orange.fr »

Cependant, il est possible de marquer les pages de sites web, ce que nous avons fait dans la mesure du possible.

Remarque: Le Navicrawler dispose d'un crawl. Le choix a été fait de ne pas utiliser cette option, mais d'ouvrir les URL avec l'application FLEM qui permet de faire des diaporama. Seules les pages d'accueil des sites web ont été ouvertes après l'import des 591 sites web, du fait du grand nombre de sites web. De même les images et les applications java ont été désactivées pour rendre cette navigation plus rapide. Dond il convient de relativiser l'interprétation et le nombre de sites référencés et visités obtenus.

3 types de sites dans le navicrawler:

- les sités visités,

- les sites voisins,

- les sites frontière (éliminés du corpus) comme « orange.fr ».

Le tableau ci-dessous présente le parcours des liens hypertextes entre avec le nombre de sites incorporés et le nombre de sites voisins.

Temps	Intitulé navigation	Sites incorporés	Sites voisins
Mars 2008	Nav. 0	559	/
	Nav. 1	559	1808
Avril 2008	Nav. 2	559	+ de 6000
Juin 2008	Nav. 3	592	2808
Août 2008	Nav. 4	3400	

Tableau 33. Présentation des navigations entre mars 2008 et août 2008

Navigation 0 : Les sites incorporés correspondent aux 591 références relevées lors du parcours manuel du web. La perte de référence correspond aux références qui ne sont plus disponibles en ligne.

Navigation 1 : Lors de cette navigation, les pages d'accueil des 559 sites incorporés ont été parcourues donnant alors 1808 sites voisins, c'est-à-dire possédant un lien hypertexte avec les sites incorporés.

Navigation 2 : Lors de cette navigation, les 559 sites incorporés ont été parcourus à la main, c'est-à-dire que chaque page a été ouverte avec « Navicrawler », afin d'atteindre la page de liens hypertextes. Le nombre de sites voisins, c'est-à-dire ayant des liens hypertextes avec les sites incorporés était alors de plus de 6000 références web.

Navigation 3 : Lors de cette navigation, les sites web ont été triés. Les sites web faisant référence au domaine « celtique » sans mention ou référence apparente à la Bretagne ont été éliminés. Il en a été de même pour les sites institutionnels de l'État français. De ce fait, 2808 sites web ont été considérés comme voisins selon la thématique Bretagne.

Navigation 4 : Le traitement manuel de sites voisins devenait impossible. Les erreurs de manipulation et les interruptions de l'application devenaient trop fréquentes. La projection sous Guess devenait impossible.

2) Traiter les données

Nous avons essayé de vérifier l'hypothèse entre proximité géographique ou thématique. Pour y parvenir, nous avons utilisé la fonctionnalité des libellés du Navicrawler. Cette fonctionnalité permet d'associer des métadonnées à un nœud.

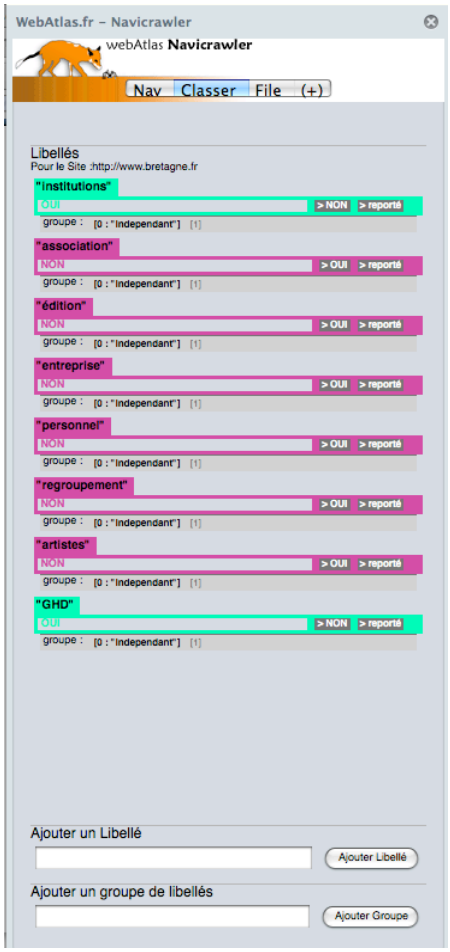


Figure 41. Capture d'écran de l'onglet "Classer", application Navicrawler

Ainsi, pour *bretagne.fr*, les métadonnées sont :

- type : « Institutions »
- présence signe transposable : « Gwenn ha du ».

Nous avons donc créé sept libellés, les 6 premiers[1014] pour les types et le dernier pour la présence d'un signe transposable :

- institutions,
- association,
- entreprises,
- personnels,
- regroupement,
- artistes
- GHD, littéralement Gwenn-ha-du pour la présence d'un signe transposable (Gwenn ha du, langue, hermine, triskell).

Nous avons entré ces libellés pour 560 sites web manuellement.

À partir de ces libellés, nous avons pu obtenir des données quantitatives sous formes de tableau et nous avons pu spécifier les attributs des noueds (sites web) sous GUESS, sous forme de code couleurs.

Nous avons utilisé un script sous GUESS, par exemple, pour *bretagne.fr* :

>>>(libelle_institutions = = « oui »). color = red

Ainsi, le nœud de *bretagne.fr* dans le graphe se colorait en rouge.

>>>(libelle_GHD= = « oui »).color = black

Le nœud se colorait en noir.

Ainsi, les graphes présentaient dans ce travail ont un code couleur qui reprend ces libellés.

3) Document installation pour exploitation fichier GDF (exportation Navicrawler)

Cette méthode n'est valable que sous Windows XP.

Si import fichier .wxsf dans Navicrawler, message erreur « un ou plusieurs nœuds inexistants », sinon passer à 3 :

1. **Télécharger Notepad++**
2. **Pour enlever nœuds défectueux** :
   a. Remarque : Le fichier .wxsf se compose de deux parties :
      - en haut, une partie avec les sites web,
      - en bas, une partie avec les liens hypertextes.

   Donc la suppression de fichiers se fait en deux étapes.

   b. Étapes pour éléminer un noeud défectueux :
      1. Renommer le ficher .wxsf en .xml

[1014] Le type édition présent sur la capture d'écran n'a pas été conservé.

2. Ouvrir le ficher dans Firefox qui indique en ligne les liens défectueux
3. Ouvrir le .xml avec Notepad++
4. Supprimer le nœud site : 1) repérer l'entrée de la balise <site….> jusqu'à la fin de la balise </site>) ou 2) appuyer sur réduire (carré avec un moins) pour fermer le nœud et ensuite le supprimer.

   Attention : ne pas laisser de ligne vide
5. Enregistrer le fichier sous Notepad++
6. Actualiser dans Firefox
7. Recommencer si besoin
8. Renommer fichier .xml en .wxsf

Raccourcis clavier : Sauvegarder : ctrl+s

Changer de fenêtre : alt+tab.

Rechercher numéro ligne dans notepad : ctrl+g

3. **Installer GUESS :**
   a. Enregistrer dans C :
   b. Aller dans guess.bat
      - Aller dans <Propriétés> : récupérer <emplacement C:\guess>

- Ouvrir

- Ligne de code : @remsetGUESS_HOME=« …. » : 1) supprimer @rem, 2) remplacer «…» par « C:\guess »

- Enregistrer et fermer

   c. Récupérer scripts sur webmining
      - Prendre la version py.text et enlever .text pendant l'enregistrement et les mettre dans fichier scripts de guess.

- **Installation JAVA JDK 1.6.0-06**
  - Enregistrer et installer dans programmes files
  - Dans propriétés récupérer <emplacement C:\programmesfiles\java\jdk1.6.0-06\bin\>
  - Menu Démarrer > panneau de configuration > système > avancé
  - Variable environnement >nouveau> Nom : JAVA_HOME > valeur : C:\programmesfiles\java\jdk1.6.0-06\bin\
  - Variable système > Path >modifier >Valeur variable > **rajouter et ne pas supprimer ce qu'il y a devant ;**C:\programmesfiles\java\jdk1.6.0-06\bin\
- **Lancer GUESS à partir de guess.bat**

4) Exemple site web *antourtan.org*

Vous trouverez sur le DVD, dans le dossier « graphe »

>antoutan.wxsf : fichier à ouvrir avec l'application Navicrawler dans votre exploreur web. Il contient les sites visités et les sites voisins.

>crawlantourtan Links.csv : fichier de tableau de données. Il contient la liste des sites web et les liens hypertextes vers les autres sites web.

>crawlantourtan.csv : fichier de tableau de données. Il contient la liste des sites web et leurs métadonnées (site visité, voisin, et autres).

>crawlantourtan.gdf : fichier à ouvrir avec GUESS.

>crawlantourtan.net : fichier à ouvrir avec PAJEK.

7 - Entretien Christian Demeuré-Vallée, Chargé de mission, association « Bretagne Prospective »

Nom : Christian Demeuré-Vallée

Fonction : Chargé de mission à l'association « Bretagne Prospective »

Date : 18 avril 2008

Thème : « Point BZH, une extension à caractère culturel et linguistique pour la Bretagne »

« Pour situer un petit peu les choses. Je travaille pour un organisme qui s'appelle « Bretagne Prospective », qui est un groupe de réflexion sur le développement de la Bretagne qui anime différentes thématiques et qui réalise des études pour des collectivités ou des entreprises. Elle a publié, il n'y a pas très longtemps un petit bouquin sur les résultats de ses travaux. Et, en fait, à la base « Bretagne Prospective » a travaillé sur différentes thématiques mais pas spécifiquement sur le point BZH. Donc, on a plus été embarqué, j'allais dire malgré nous, mais je ne vais pas pleurer. Mais ce n'est pas un dossier que l'on a porté nous. C'est un dossier que l'on nous a donné et dont on ne mesure pas tous les éléments.

Ce qui s'est passé, c'est qu'il y a eu une prise de position de Christian Ménard, je ne sais plus en quelle année autour de 2005, où il a lancé l'idée « Tiens, si on faisait un point BZH » à partir d'un travail sur les noms de marque.

Alors, à la suite de ce qui était un premier petit effet d'annonce, le point CAT a reçu une autorisation officielle, je crois fin 2005. Il est entré en vigueur début 2006. Et là, ça a suscité de nouveau des propositions et des initiatives, et de nouveau, des prises de position de Christian de Ménard, et, une prise de position parallèle de Mikael Bodlore-Penlaez. Mais il n'avait pas spécialement connaissance de l'initiative de Christian Ménard. Il s'est dit : « Tiens, ça c'est un bon truc ». Et comme les Catalans l'ont eu, il a lancé une pétition en ligne. Une pétition qui a recueilli un certain succès médiatique, parce qu'à partir de quelle magie, cela s'est un peu emballé ? Il a été sollicité par *France Info, TF1*, enfin différents médias. Et, je pense que ça a concouru au succès de la pétition très rapidement. Et puis en l'espace de trois mois, il a obtenu plus de dix mille signatures. Donc il y a eu un engouement qui s'est manifesté.

Et puis, en parallèle prise de position et différents contacts pris par Christian Ménard, ce qui a fait des résolutions qui ont été votées par un certain nombre d'institutions, essentiellement par les conseils généraux du Finistère et d'Ille et Vilaine. Et toujours, dans la période avant mai 2006, de mémoire, mars et juillet, le vote d'une résolution par le « Conseil régional » en juin 2006. Cette résolution a été adoptée à l'unanimité. Et à la suite, il y a eu un jeu de circonstances.

Nous, à « Bretagne Prospective », on était en train de bosser sur nos thématiques classiques. On souhaitait créer une fondation en Bretagne pour faire avancer un certain nombre de dossiers économiques ou culturels. On a essayé à un moment de relancer l'idée de créer une fondation bretonne à vocation de porter différents projets économiques et sociétaux en général. Et, on a envoyé un courrier au président de la région, en lui disant qu'il serait bien de relancer cette dynamique-là. Puis, on a reçu une réponse disant : « *Oui, oui très bonne idée. Et, d'ailleurs on vous confie ce point BZH. On a voté une résolution, il faut faire une fondation. Donc si vous voulez bien vous en occupez. Enfin on a l'honneur de vous confier le dossier* ». On n'avait rien demandé. On est une association indépendante. On n'est pas lié, enfin formellement lié, au « Conseil régional », si ce n'est qu'on vit de quelques subventions ou d'adhésion de collectivités ou d'entreprises à partir d'études que l'on fait. Le « Conseil

régional de Bretagne » est adhérent de « Bretagne Prospective » et nous donne une subvention de fonctionnement de 10 000 euros par an, sans faire de nous une annexe du « Conseil régional ». Et, on s'est dit : qu'est-ce que c'est que ce truc ? Et, on a discuté parce qu'il y avait pas mal de réticences en interne à « Bretagne Prospective », sur le projet. Cela ne semblait pas être une mauvaise idée, mais cela ne semblait pas non plus être un dossier complètement simple. Il a dû y avoir un ou deux rendez-vous avec le cabinet de la Région. Le premier était en août 2006 et puis, il y en a peut-être eu d'autres à l'automne. Et, les responsables de « Bretagne Prospective (BP) », le président et secrétaire général ont dit qu'ils voulaient faire une fondation et on leur a dit qu'il fallait faire une fondation pour le point BZH, ce qui n'était pas exactement la même chose. Cela a un peu fini en queue-de-poisson.

On a rediscuté et on s'est dit que si on nous demandait de participer au projet du point BZH, on ne peut peut-être pas trop refuser de le faire. Ce n'est pas non plus un projet qui va contre les idées ou la philosophie générale que l'on essaie de promouvoir. À travers différents groupes de réflexion, on était pas mal porté sur l'idée d'entreprendre un programme spécifique pour créer une marque territoriale Bretagne. Voir comment d'autres territoires font pour affirmer une marque de territoire. C'est quelque chose qui se décline un peu partout en Europe, à différents endroits dans le monde. Cela pouvait être un petit élément dans un dispositif et une réflexion plus large.

Après cela a été assez long. Il y a eu le premier échange. Finalement, la première étape, sur laquelle on s'est mis d'accord, était de rencontrer les Catalans qui avaient monté le projet. Puis, de voir en fonction de ce que nous raconteraient les Catalans, comment on pouvait s'y prendre. Après, cela a été un chemin, pas tout à fait un chemin de croix…

En février 2007, un premier rendez-vous organisé par le « Conseil régional », rassemblant « Bretagne Prospective » sollicitée pour s'occuper du dossier, l'association de Christian Ménard, et l'association, qui est plus une association de fait, initiée par Mikael Bodlore, et puis, quelques élus qui se sont positionnés sur ce sujet. Donc à la Région, Mme Naïg Le Gars, élue UDB devait être à l'origine de la résolution et puis, une élue régionale et membre de son association, la suppléante de Christian Ménard, Françoise Louarn, élue UMP. On devait rencontrer Amadeu Abril i Abril, qui est le porteur catalan du projet point CAT. Cette personne a monté le projet « point CAT ». Mais, Mr. Abril a eu un problème durant le transport et il n'est jamais arrivé jusqu'à Rennes. On a fait un premier tour de table sans les Catalans, et présenté comment on voyait les choses, le dossier. Nous, on avait quelques craintes politiques puisque ce n'est quand même pas un dossier simple, et on ne voulait pas que l'on nous refile le bébé, et que l'on nous dise après si ça ne marche pas, qu'on nous dise que c'était de notre faute. Nous, on a proposé de faire une étude de pré-faisabilité pour voir si cela était envisageable de monter un tel projet dans le cadre breton, et ensuite, qu'il y ait quelque chose de plus opérationnel qui se mette en place. Et, on a réussi à mettre tout le monde d'accord, toutes les parties prenantes sur le principe, sachant qu'il y avait une position de la région qui était en gros, on a voté cette résolution, et le fait de la voter était un acte politique.

Après on est dans des jeux politiques, avec un député UMP, qui potentiellement peut embêter une région de PS. Et donc, il y a la volonté de montrer que l'on avance dans le domaine pour ne pas se faire embêter par l'opposition, et lui filer des billes, comme cette résolution a été votée à la Région. Mais en même temps, la Région dit qu'elle n'a pas vocation à porter ce projet-là. Et, donc c'est pour cela qu'ils se sont tournés vers nous. Et là, la résolution dit que cela doit coûter environ 80 000 euros. Alors je ne sais pas où ils sont allés chercher la somme quand ils ont fait leur résolution. Et la Région dit, nous on veut bien mettre 20 à 30 % de la somme initiale. Mais seulement, ils n'ont pas considéré toutes les dépenses quand ils ont budgété. Ils voulaient bien avoir ce rôle d'impulsion mais ne pas porter les choses. Donc, c'est vraiment sur nous qu'ils se reportent.

Finalement, on a réussi à faire une vidéo conférence avec Amadeu Abril I Abril, en juin ou juillet 2007, pour qu'il nous explique comment cela avait fonctionné pour eux. Et, partant de là, on a fait une proposition d'étude de pré-faisabilité qui a été validée en juillet, puis on l'a démarrée en octobre. On est en train de boucler parce que globalement, cela a été beaucoup plus long que ce que l'on pensait.

Dans le cadre de cette étude, on se retrouve avec un comité de pilotage qui rassemble les premiers invités du tour de table, c'est-à-dire, le « Conseil régional ». Alors au départ, c'était le responsable du cabinet, après la directrice de la communication, maintenant ce sont les adjoints de la directrice de la communication, donc ce n'est pas voilà … C'est suivi modérément. Il y a quand même une élue, Mme Naïg Le Gars, qui était à l'origine de la résolution, l'association de Christian Ménard, Mikael Bodlore, et puis autrement diverses personnes de « Bretagne Prospective » qui travaillent sur le dossier.

Alors après, ils ont voulu que l'on parle du point BZH pendant la « Breizh Touch » à Paris. On n'était pas vraiment au point sur le sujet et pas très opérationnel. En catastrophe, on a essayé de monter un petit truc. Donc d'emblée, la mobilisation a été la « Breizh Touch ». Et, on s'est retrouvé sur un bout de stand associatif. Le truc central était un espace sur les quais de Seine, où il visait un peu à montrer la vitrine technologique de la Bretagne donc avec des stands, IFREMER, la Marine, des laboratoires divers. Il y avait des petits concerts, la gastronomie. Et puis, il y avait un espace tourisme, et un stand avec toutes les associations bretonnes de l'Ile-de-France. Je ne sais pas combien il y en a, et en plus ils ont imposé de nous trouver un bout de stand là-dessus. On a sorti un prospectus pour inciter les gens à signer la pétition. On voulait avoir un ordinateur et une liaison internet sur le stand pour encourager les gens à signer directement. Mais la connexion ne fonctionnait pas et, avec la foule et la configuration du stand, c'était assez dangereux pour l'ordinateur. On a renoncé à l'idée. Cela a dû booster un peu les signatures en permettant de dépasser les quinze mille signatures. Ce n'était pas inintéressant symboliquement, pour faire un peu de communication sur le dossier. Donc, c'était en septembre 2007. Après, la rationalité de nous mettre à la « Breizh Touch », je ne sais pas. Ce n'était pas stratégique, surtout que l'on avait une démarche plutôt prudente et non mettre la charrue avant les bœufs. Et nous, on préférait tâter le terrain avant.

Au moment de la « Breizh Touch », on a organisé un débat qui n'a pas rencontré un succès populaire flagrant, mais ce n'est pas très étonnant vu les délais. On a fait venir Amadeu Abril i Abril, porteur du point CAT ainsi que l'un des responsables d'une initiative qui s'est déclarée courant 2007, qui est la création d'un point PARIS, qui s'appelle Sébastien Bacholet. On a eu une discussion sur les enjeux de créer une extension internet de territoire, même si c'est un peu plus complexe que ça et les difficultés rencontrées. Donc, on a eu un article dans un journal de collectivité, *TIC et territoires*, ou *Réseaux et Territoires* (je ne sais plus l'intitulé exact). Je crois que c'est un Breton qui rédige pas mal d'articles là-dedans, donc il est sensible à cette dimension.

Par la suite, il y a eu une réunion à Saint-Jacques de Compostelle, fin septembre, début octobre, quelques semaines après la « Breizh Touch ». Elle visait à rassembler un ensemble de porteurs de projets de création d'extensions internet dites à caractère culturel ou linguistique. Donc c'était organisé par les Galiciens, qui sont porteurs d'un projet point GAL mais piloté en fait par le catalan, Amadeu Abril et par la personne qui lui apporte la solution technique, Fernerström. Il a créé une fondation en Suisse, « CORE »[1015] qui fournit des solutions logiciels pour faire fonctionner dans les tuyaux de l'ICANN la mise en œuvre concrète des extensions. C'est cette association qui fait exister techniquement l'extension « .cat ». Et, l'idée de cette conférence est qu'il y a d'autres extensions à caractère linguistique et culturel sur le modèle point CAT et donc de trouver une solution mutualisée au plan technique pour à la fois négocier avec l'ICANN parce que l'on sera plus fort et plus crédible

[1015] CORE, association suisse, site web accessible à l'adresse suivante http://www.corenic.org/index.htm

et, faire baisser les coûts potentiellement, parce que créer sa propre extension, c'est très lourd. Surtout quand on part de rien et que l'on n'y connaît rien.

Accessoirement, il y a une personne qui travaille sur le .berlin qui à mon avis à des enjeux lucratifs beaucoup plus importants que de l'ordre d'un .bzh ou d'un .cat. Pour lui, se positionner sur une extension à caractère culturelle et linguistique, c'est un moyen de faire levier de solutions techniques, de réseaux etc., pour être en bonne position, pour gérer, être partenaire ou impliquer dans la gestion d'extension à caractère territorial. Alors, il ne faut pas les appeler territorial puisque ce n'est que pour les États, mais quand même de villes ou de régions métropolitaines. En effet Berlin, c'est plusieurs millions de personnes et un niveau de pénétration technologique et concentration d'acteurs économiques qui va bien au-delà de ce que l'on peut avoir en Bretagne ou de bien d'autres régions, donc des enjeux financiers plus conséquents.

Dans cette réunion, on s'est retrouvé avec les Galiciens, les Catalans, des Basques qui essaient de créer une extension .eus et des Gallois pour une extension .cym. Il y en a d'autres, mais qui n'avaient pas fait le déplacement. C'était une prise de contact, se connaître, voir où en était les uns et les autres, voir le niveau de structuration et voir où en était l'ICANN.

L'ICANN n'a pas dû créer d'extension à caractère générique depuis deux ou trois ans. En fait, ils sont dans une dynamique où ce que l'on en comprend, qui est de créer beaucoup plus d'extensions génériques qu'il n'y en a aujourd'hui et visiblement il y a pas mal de demandes. Mais il faut encadrer ces demandes, donc la création de critères et de gardes fou pour que ce ne soit pas un bordel pour eux à gérer. Mais après l'ICANN, je n'ai pas suivi de près. Mais c'est une grosse foire d'empoignes, entre tout le business de l'internet, les États et les utilisateurs. Enfin, trois catégories d'acteurs, mais au sein de chacune pas mal de choses et des intérêts assez divergents. Donc, ils ont mis en place une commission spéciale pour faire des propositions sur les critères d'attribution ou de refus de nouvelles d'extension génériques, quelles vont être les procédures d'examen, etc. Et, ils sont toujours en train de finaliser ce processus de validation d'extension à caractère générique. Et, ils attendent que ce soit ratifié officiellement par le « board » de l'ICANN avant d'ouvrir la création de nouvelles extensions, d'ouvrir la possibilité concrètement qu'un .bzh ou d'autres puissent être étudiés avec le dépôt d'un dossier d'une part, et une validation ou non d'autre part. Et, donc, on était vraiment dans la procédure de tuyaux, ce qu'a dit la commission, ce qu'a dit le « board » sachant qu'ils ont deux ou trois sommets par an. Il y en a eu un à Los-Angeles fin octobre-début novembre, auquel l'un de mes collègues à participer suite à cette conférence de Saint-Jacques-de-Compostelle. Et, là, ils sont toujours en train de discuter. Ce que l'on en sait d'après le dernier calendrier qui a été donné, de validation de ce document (des critères d'attribution) potentiellement à l'été, ce qui laisserait la possibilité d'ouvrir une session de dépôt de dossier à l'automne, sur une période qui serait *grosso modo* d'octobre à janvier. Donc, un premier tour.

Depuis, on s'est lancé dans notre étude. On a un peu changé de fusil d'épaule en cours de route par rapport à ce que l'on avait imaginé. C'est-à-dire qu'on est parti sur une base qui était très pré-faisabilité : oui ou non, est-ce envisageable ? Et, en même temps, on s'est pris au jeu. Et puis, quand on a vu que le dépôt des dossiers potentiels était pour 2008 ou la fin de l'année, on s'est dit qu'il fallait en fait essayer d'aller un peu plus vite. Et, cette étude, en fait, idéalement était de faire un levier pour qu'il y ait un comité de mis en place sur le point BZH, pour qu'il y ait une déclinaison opérationnelle si les indicateurs nous semblaient positifs. Donc, à un moment, plutôt d'une enquête auprès des acteurs sur ce qu'ils en pensaient, on est plus allé vers de l'opérationnel.

Donc, il y a eu deux phases, une pour comprendre comment ça fonctionnait au niveau de l'ICANN et comment fonctionnait la procédure d'acceptation des dossiers, les coûts, etc. L'autre était de voir qui se positionnaient sur des projets similaires en supposant qu'ils étaient mieux organisés et donc savoir, quels dispositifs opérationnels ils avaient mis en place,

comment ils se financent et sur quels projets, quels discours, quels arguments ils avancent pour mobiliser les fonds parce que tout cela coûte cher.

Pour revenir sur le dispositif ICANN, les Catalans globalement le montage du dossier, cela leur a coûté à peu près 200 000 €, avec tout un volet communication. Il faut comme on est dans le cadre d'extension à caractère générique et non territoriale qui sont pour les territoires qui disposent d'un code ISO. Donc cela concerne les États, bien sûr, et les territoires qui sont un peu identifiés, comme les DOM-TOM avec la Réunion et son .re et la Guadeloupe. Il y en a un qui n'est pas en activités mais la réservation existe pour les terres australes, l'Antarctique Française, quelque chose comme ça. Donc pour la France, il en existe une dizaine qui sont soient réservées, ou soient réservées et activité, il y a encore une nuance. Mais, par exemple, la Corse, qui est pourtant une île, n'a pas de code ISO et donc n'a pas d'extension à caractère territorial. Donc le précédent Catalan venait un petit peu de là. C'est-à-dire que les Catalans, en tant que quasi-état, ou en tant que région autonome très forte, on demandait entre 1995 et 2000, à obtenir un .cat pour la Catalogne. Et, cela a été refusé car pas d'État, pas de code ISO. Et quelque part, Amadeu Abril i Abril qui est avocat, et spécialiste des TIC et, administrateur de l'ICANN, ce qui l'a aidé, a trouvé la faille d'une certaine manière : ce que l'on n'a pas réussi en tant qu' État, on va le faire en tant que communauté. Et, il a eu l'idée d'un .cat pour une communauté d'utilisateurs. C'est la communauté des gens qui parlent catalan et qui promeuvent la culture catalane. Et c'est là, le précédent où les autres s'engouffrent.

Donc, on s'est intéressé aux arguments des acteurs pour mobiliser la communauté, en tant qu'extension générique et non territoriale, puisque les Catalans l'ont montée comme cela. Il ne faut pas que ce soit porté par une institution territoriale mais par la communauté linguistique et culturelle catalane. Donc, ils ont créé une communauté .cat qui a rassemblé une centaine d'organisations représentatives de la société civile catalane qui, pour l'ICANN, est la communauté linguistique et culturelle.

Ils sont partis de trois institutions fondatrices qui étaient l' « Institut d'études catalanes », qui est la version consacrée à la langue catalane puisque c'est le gros machin, une sorte d'académie centenaire d'études sur la Catalogne. Ils avaient aussi une institution académique. Et, ils avaient « Pen club » Catalan qui a l'air très important chez eux. C'est une association internationale qui visiblement a une réalité assez forte au plan culturel en Catalogne. Je les ai souvent vus partenaire de projets autour de la langue ou de projets culturels. Mais en Bretagne, ou en France, je n'en ai jamais vraiment entendu parler.

Ils sont partis de trois institutions fondatrices pour créer l'association « Punt cat » :

- l' « Institut d'études Catalanes »,
- Le « Pen club »
- Et, une qui m'a échappé et qui a été remplacée par l'ISOC[1016].

Ce sont toujours des entités fédératrices d'entités de la société civile, en gros la communauté linguistique et culturelle. Ils jouent aussi sur le fait que ce n'est pas que territorial, puisque l'on parle catalan dans plusieurs États et dans le monde entier, d'où l'utilité d'un .cat pour rassembler tous ces locuteurs du catalan. Ils ont joué sur le fait qu'il y a les îles Baléares, la Catalogne, la communauté à Valence et la Catalogne côté français, une enclave en Sicile, en Andorre aussi même si elle a son extension en tant qu'état et dans le monde également. Ils sont allés large dans le rassemblement. Je ne sais pas la « Fédération des avocats catalans », le patronat était aussi dans le dispositif. Mais ils apportaient seulement leur nom. Le projet a été porté à bout de bras par une personne, Amadeu Abril i Abril.

[1016] Internet Society, France, association d'internautes pour la section appelée Chapitre français de l'Internet Society, site web disponible à l'adresse http://www.isoc.fr/

Pour l'ICANN, c'était un enjeu quasi géopolitique, puisqu'il a monté un dossier au sein de l'ICANN. Cela a fortement déplu au gouvernement espagnol à l'époque sous Aznar[1017]. Et, *grosso modo*, le dossier a été déposé, je crois à l'ICANN en mars 2004, juste au moment où Aznar a perdu les élections et où il y a eu les attentats. Et donc, le gouvernement Aznar a envoyé un émissaire auprès du gouvernement américain, qui a des intérêts dans l'ICANN pour faire pression pour que le .cat soit refusé. Mais le dossier a été déposé après les élections et le gouvernement Aznar est parti. Le gouvernement Zapatero[1018] est arrivé, et le type en charge du dossier à l'ICANN puisqu'il faut un référent au gouvernement pour avoir une validation de l'ICANN, était catalan. Donc, c'était beaucoup plus cool.

Donc l'association « Punt cat » a porté le projet et derrière, ils ont fait une fondation.

De façon concrète, nous, on a regardé l'usage de la référence Bretagne sur internet. Donc on a travaillé un peu là-dessus mais pas autant que l'on aurait voulu, et après c'est prendre la température de différents acteurs pour voir dans quelle mesure… Mais on n'a pas non plus les moyens de faire une étude marketing digne de ce nom. C'est plus une approche qualitative, une première impression. Dans quelle mesure, il peut y avoir un intérêt dans la création d'un .bzh ? Il est apparu qu'il y avait cette fenêtre de tir en 2008. Il serait intéressant de déposer un dossier à cette époque-là. Mais on ne sait pas combien de dossiers vont être déposés, cela peut être quatre comme cela peut être quatre milles. Et combien de temps cela va prendre avant qu'il ne soit tous traités, avant que l'ICANN n'ouvre un deuxième dépôt de dossier. Donc, nous ce que l'on peut essayer éventuellement c'est de pousser et de brûler un peu les étapes pour positionner un .bzh pour 2008.

Donc, on est parti sur une double démarche plutôt que de s'attarder sur les acteurs et leurs positionnements. Donc, c'était de mettre sur pied un dispositif opérationnel que l'on a imaginé de la façon suivante : un comité un petit peu comme le .cat qui rassemble la société civile que l'on appelé « comité de candidature ». Et bien sûr, il faut des fonds pour monter le dossier.

Si l'on se réfère aux Catalans, ils ont eu déjà Amadeu Abril i Abril qui a travaillé bénévolement avec sa compétence d'avocat international et d'administrateur de l'ICANN, ce qui n'est pas négligeable puisque nous n'avons pas l'équivalent. En plus, il parle parfaitement anglais, alors que l'essentiel des dossiers sont à rédiger en anglais. Donc ça ce n'était pas chiffré dans leur budget. À côté de ça, il y a un droit d'entrée pour déposer le dossier à l'ICANN qui, à l'époque était de 40 000 à 50 000 dollars. Il faut un business plan qui leur a coûté dans les 40 000 dollars également. Il faut une solution technique. Il faut monter une structure juridique, c'est-à-dire il faut montrer qu'à partir du moment où l'on monte le dossier, on est opérationnel. Si demain, on a l'accord, il faut qu'on soit prêt à démarrer, donc il faut aussi avoir un capital social pour faire démarrer la structure de gestion. Il faut avoir les statuts. Il faut être dans les clous. Il n'y a rien qui est laissé au hasard. Tout ça, ça leur a coûté grosso modo dans les 200 000 €, et ils ont dû avoir un peu plus que ça. Il me semble qu'il y a une partie de la somme qu'ils ont récupérée. En plus qu'ils ont pu investir dans la création d'une fondation pour gérer le dispositif.

Pour le .bzh, on s'est dit qu'on allait essayer de se calquer sur la manière dont ils ont fait. Sachant que la Région, sa position a été : « *Nous, on paye l'étude, on veut bien vous soutenir s'il faut imprimer quelques documents de documentation. Mais on ne veut pas …* » Voilà, c'est ça. Et, du coup, démerdez-vous pour monter le projet. Donc, on a mené une double série d'enquêtes, avec une première série d'entretiens avec différents organismes qui pourraient constituer le comité de candidatures, donc rassembler la communauté linguistique et culturelle bretonne. Et de l'autre, quelques contacts avec des opérateurs économiques, pour voir dans quelle mesure, on peut sentir ou susciter un intérêt chez ces acteurs qui pourrait

[1017] José Maria Aznar, élu Président du Gouvernement espagnol le 5 mai 1996

[1018] José Luis Rodríguez Zapatero, élu Président du Gouvernement espagnol suite aux élections du 14 mars 2004

laisser ou entretenir l'illusion de rassembler la somme nécessaire au montage du dispositif. Sachant qu'en chiffrant peut-être un peu large, on s'est dit montage du dossier, il faut une équipe technique plus les dépenses en termes d'études pour le dossier ICANN, donc on a estimé ça à 300 000 €. Mais derrière ça, il faut faire fonctionner la structure, et là, le budget de fonctionnement de la fondation « Punt Cat », en gros, il est de 750 000 €. Ce n'est pas 750 000€ à perte, puisqu'ils vendent des .cat et cela permet de rétribuer un certain nombre de choses mais ça ne permet pas d'assurer le budget. Donc il faut aussi trouver un fonctionnement derrière.

Pour l'instant, on avance, on s'est focalisé sur est-ce que l'on est capable de rassembler 300 000€ pour financer le montage du dossier. Mais c'est aussi une estimation minimale puisque 200 000€ pour les Catalans, ce que m'a raconté Amadeu Abril, c'est qu'il était difficile de faire avec moins mais très facile de dépenser beaucoup plus. Le dossier suivant présenté en générique a dû avoir un budget cinq à six fois plus important que les Catalans. Le risque est que s'il y a le moindre accrochage sur le dossier, notamment une contestation, puisque ce que craint énormément l'ICANN, ce sont les contestations du type, atteinte à la concurrence, à l'image de marque, à une grande entreprise ou un intérêt déjà constitué, à travers la mise en circulation d'une extension à caractère générique. S'il y a contestation, cela veut dire un procès d'arbitrage. Donc, c'est le système américain, donc il faut aller devant les tribunaux américains pour arbitrer la contestation. Cela veut dire des dizaines de milliers d'euros en frais d'avocat et de procédure. Et là, ça explose. Donc, il faut que le dossier soit très bien monté pour éviter ce genre de choses. (…)

Là, c'est un support de présentation devant nos contacts. Ensuite, on est embêté vis-à-vis de l'ICANN, ce qui n'a pas posé problème pour les Catalans autour de la communauté linguistique et culturelle catalane. Eux, en montant un dossier comme ça, peuvent se targuer de dix million de locuteurs catalans. C'est un référent identitaire qui est assez large, même si cela reste petit pour l'ICANN, par rapport aux .org, .com qui peuvent concerner des millions de personnes et qui rapportent de l'argent. Le .cat était un peu spécifique mais il est passé. Donc il est un précédent existant. Or, il faut justifier une demande et un besoin au niveau de l'ICANN, sachant qu'il voit ça de loin puisqu'ils sont basés en Californie. Mais bon, quand on a dix millions de locuteurs, plus trois ou quatre États, objectivement ça va. Les Galiciens, est l'autre dossier le plus abouti au niveau de toutes les communautés linguistiques et culturelles et je pense qu'il a des chances d'être déposé. Je ne sais pas s'il a des chances de passer mais il va être déposé. Et eux, c'est quatre million de personnes, la langue est également le référent. Pour la Bretagne, ça ne tient pas la route, si on se table sur le nombre de locuteurs du breton, sachant que les deux tiers ont plus de soixante ans voire plus. Il faut trouver autre chose. En plus, il y a aussi ce débat lié à certains courants, je ne sais pas comment on peut les qualifier, où dès que l'on affiche le terme breton, on va être taxé de communautarisme, et donc il y a tout le vocabulaire de communauté, c'est-à-dire quelques difficultés conceptuelles à contourner.

On est donc parti sur l'idée de trouver une dizaine de grandes fédérations bretonnes, pas seulement culturelles parce qu'il fallait que ça aille au-delà idéalement. Et donc, je me suis retrouvé devant le président de la conférence, permanent de la « Coordination associative bretonne », ce qui peut être très bien pour montrer que l'on rassemble la société civile bretonne derrière ce projet. Mais ce président est aussi président de la « Fédération des Œuvres Laïques » (FOL), et donc évidemment entre cette communauté bretonne et FOL, on est mal parti. Même si je lui ai expliqué et qu'il comprenait bien mais, on a quelques petites contorsions.

Donc ça, c'est un travail que l'on a fait précédemment. Ce sont les affinités avec la Bretagne à partir des connexions du site internet des journaux *Ouest-France* et *Le Télégramme*, ce qui montre aussi une géographie potentielle des Bretons, certainement pour *Le Télégramme,* et à 80 % pour *Ouest-France,* qui doivent être aussi des Bretons, je pense. C'est tiré d'une étude de 2005, où on travaillait sur l'internationalisation de la Bretagne et les

réseaux internationaux de toute nature. Et donc, en fait, dans ce cadre-là, on avait un axe société civile. On s'est dit que cela pouvait être intéressant de voir où sont les gens qui ont une sorte de conscience, ou un intérêt citoyen pour la Bretagne. On trouvait intéressant d'avoir les lecteurs des journaux quotidiens via internet. On a contacté les services informatiques, en tout cas, multimédia qui nous ont ensuite renvoyés soient vers leurs services, soient vers leurs sous-traitants. On a réussi à avoir un relevé - je ne sais plus si c'est sur une journée ou sur un mois précis - des connexions, un relevé du nombre de connexions par pays, et entre les deux journaux une échelle de lectorat différente. Ce n'est pas le même rapport. La géographie n'était pas tout à fait la même. Je crois que pour *Le Télégramme*, il y avait une proportion plus forte pour l'Amérique du Nord. Parfois, de manière très ponctuelle, il y a des blogs qui sortent une cartographie justement de leur connexion. Notamment j'avais repéré un blog intégralement en breton, et il y avait la petite carte pas forcément éloignée de celle-ci et il y avait des lecteurs vraiment un peu partout dans le monde. C'est une petite illustration de l'intérêt du .bzh.

Donc après c'est plus une illustration de ce que sont les noms de domaines internet, avec un historique. Après c'est l'exemple catalan et quelques exemples recensés, sachant qu'il en viendra d'autres. Dernièrement, enfin hier, je crois, le Québec, les indépendantistes Québécois réclamaient un .qc. Ça existe aussi pour la Flandre ou les Lapons qui essaient de monter un projet, le Léon espagnol aussi qui n'est pas très connu. C'est assez surprenant puisqu'ils sont suffisamment riches pour se payer un voyage jusqu'à Los-Angeles. Ce sont souvent des initiatives assez militantes bien sûr au point de départ. Et après, selon les cas, cela trouve un relais ou non, institutionnel.

Et donc, la difficulté concrète pour la Bretagne par rapport à ce qui peut s'être passé ou peut se passer pour la Catalogne ou la Galice, c'est que pour le dépôt du dossier à l'ICANN, il faut montrer que ce projet est porté par la société civile et qu'il y a une demande, d'où l'association catalane. Mais derrière, le gouvernement catalan a financé le projet. Ils ont eu quasiment autant d'argent qu'ils voulaient pour monter le projet. Et en Galice, cela s'est fait de la même manière, c'est-à-dire que cela a dû être porté par des associations d'un point de vue culturel et cela a fait l'objet d'un accord gouvernemental au niveau régional. Il s'agit d'un accord électoral entre le parti socialiste espagnol et la coalition nationaliste galicienne, qui collabore au gouvernement et c'était l'un des points de leur accord de gouvernement. Donc il y a un comité « Punto Gal » qui en vitesse de croisière, c'est-à-dire sans avoir de dossier spécifique à monter mais simplement dans un travail de communication, de rassemblement de la communauté, je crois qu'il avait déjà 60 000€ de budget annuel. Et, il n'y a pas très longtemps, à l'automne, je crois, ils se sont faits voter à peu près 200 000 € par une filiale de la Région Galice pour l'innovation et les nouvelles technologies. Donc c'est bon, ils se financent le montage du dossier. Ils vont à dix au sommet de l'ICANN à l'international. Donc, à côté de ça, nous avons reçu 24 000 € de la Région pour faire l'étude mais elle nous dit de nous débrouiller pour trouver les 300 000 €.

Donc c'est la deuxième difficulté, sachant que la première est le positionnement de la communauté. Les Catalans et les Galiciens ont la langue et c'est vécu comme un outil de promotion linguistique et culturelle mais dans un contexte où il y a une institution forte qui mène une politique linguistique et une base de locuteurs plus large. Pour la Bretagne, c'est plus flou, mais cela ne veut pas dire que l'intérêt est moindre. Par contre, la justification de l'usage vis-à-vis de l'ICANN me semble un peu plus difficile parce qu'effectivement l'un des points du dossier est de montrer qu'il y a absolument besoin d'un .bzh et que grâce à cette extension, on pourra faire des choses qui ne sont pas possibles avec des extensions de type secondaire, c'est-à-dire un .bzh.fr. On serait comme asso.fr ou cci.fr. Dans ce contexte-là, l'argument linguistique s'impose : il y a du contenu dans la langue sur la Toile et l'extension a donné une visibilité et à rassembler ce que l'on dit dans la langue. Mais c'est plus difficile car il y a moins de locuteurs, et moins de contenus. Même si le ratio locuteur/contenu est

peut-être un des meilleurs qui existe, puisque c'est une langue qui est très bien utilisée sur « Wikipédia ». Mais c'est un peu plus difficile à argumenter.

Et l'autre, c'est la complexité à monter un dossier sachant que dans la mesure où on doit faire reposer le financement sur une multiplicité d'acteurs, et où on n'a pas un conseil régional, bien sûr, il n'a pas les mêmes pouvoirs et les mêmes finances que la Catalogne et la Galice. Mais on n'a pas non plus une cohérence politique qui se dit : « c'est un beau projet et je mets les moyens de l'obtenir ». On est obligé d'aller voir des entreprises diverses et des collectivités diverses, pour défendre le projet. Et potentiellement dans une logique de cinquante, cinquante, c'est comme cela que l'on a raisonné. Simplement, si l'on va voir les entreprises, si on est dans une logique de sponsoring ou de mécénat, il faut que l'on puisse défendre et argumenter la rationalité économique du projet. Et le côté, vous êtes un chef d'entreprise, c'est important pour vous d'investir dans ce projet puisqu'il y aura un retour d'une manière ou d'une autre sur cet investissement, peut-être pas directement en bénéfice mais parce que ça va consolider votre environnement économique ou autre. Et, des arguments, il y en a quelques-uns mais les entreprises sont souvent dans le retour immédiat et là, il n'y en a pas. Un argument en termes d'image de marque et de cohésion territoriale qui peuvent être importants pour la dynamique économique d'un territoire. Il faut déjà que ce soient un peu des intellectuels pour leur faire entendre ça.

Donc ça c'est une synthèse d'argumentaire que l'on a pu sortir à travers notamment un travail sur ce que racontaient notamment les uns et les autres à partir du benchmarking des porteurs de projet. Donc ceux qui fournissaient les arguments économiques les plus poussés et c'est normal, c'est le .berlin, et ce que pouvaient raconter les Galiciens, les Gallois et les Catalans.

[arguments] : L'image de marque, le côté fonctionnel, la création d'activités économiques, la cohésion territoriale, la croissance d'internet avec un impact chez les Catalans. Le .cat a généré à peu près 30 à 33 % de nouveaux utilisateurs, c'est-à-dire des gens qui n'avaient pas de noms de domaine avant et qui, parce qu'il y a eu un .cat et, qu'ils étaient sans doute sensibles au .cat, ont acheté un nom de domaine. Alors est-ce qu'ils l'ont mis en usage, ça je ne sais pas, mais en tout cas ils l'ont acheté.

On a essayé de trouver un mixte entre arguments. On a essayé de tirer au plus loin les arguments économiques. Et en étant toujours en tension entre la dimension malgré tout linguistique et culturelle en tout cas identitaire qu'il peut y avoir et puis, de convaincre les acteurs économiques pour aller sur le projet, j'allais dire faute de soutien politique suffisant malgré tout.

Depuis 2005, aucune nouvelle extension. Avec le calendrier sur 2008, le dispositif que l'on a imaginé, faute de soutien ou d'avoir une institution qui nous soutient, c'est le comité de candidature. Il porte le dossier, il représente la société civile, le comité de parrainage avec à la fois des personnalités et des entreprises pour récupérer des fonds pour le projet, une équipe opérationnelle à mettre en place. Et puis, tout le travail de lobbying auprès de l'ICANN sachant qu'un des billets sur une base culturelle, c'est la pétition qui existe, c'est un peu un des points où l'on veut une extension internet pour la Bretagne.

Et puis, l'autre argument est : « les autres en ont eu une et pas nous, ce qui est dégueulasse », pas dit comme ça, mais c'est un peu la tonalité. Mais évidemment dans la pratique, il faut que si on monte le dossier, c'est un peu du lobbying et du business à l'anglo-saxonne. C'est-à-dire on y va et on monte un dossier d'une manière partenariale avec l'ICANN pour créer une niche de marche. C'est plus quelque chose de très coopératif qu'il faut mettre en place. C'est un autre profil et un autre type de discours qui nécessitent aussi potentiellement de se déconstruire un petit peu par rapport à notre manière de faire.

Donc les éléments budgétaires globaux, et voilà les structures qu'on a contactées pour lancer un comité de candidature. On s'est dit, on fait une base un peu plus large que les

Catalans ou les Galiciens, donc on va chercher une dizaine ou une douzaine de structures qui vont représenter la société civile bretonne dans son ensemble. On ne veut pas rester cantonner simplement à la sphère culturelle ou identitaire même si elle est importante et si c'est un moyen de la promouvoir. On a visé plus large. On a rencontré et contacté différentes structures sauf « Bretagne Internationale ». On attend un petit peu avant de la faire. Et, globalement ce qui ressortait est que ce n'était pas trop mal perçu mais les gens du comité de candidature, on ne leur demande pas forcément autre chose que leur nom. Ceux, qui sont les plus proches de la sphère culturelle et identitaire, réagissaient sans trop se poser de question et le côté affectif faisait qu'ils disaient : « On y va ». « L'office de la langue bretonne » était d'accord, le « Festival Interceltique » aussi. « BzhNetwork », il y a eu une enquête en ligne pour faire valider la candidature. « An tour tan » était d'accord. La « Jeune chambre économique » a donné son accord de principe. « Produit en Bretagne » a donné son accord. La « Conférence des villes de Bretagne », on attend l'officialisation, mais il y a un soutien de principe.

Et là, où ça devient plus difficile, ce ont les autres, qui sont potentiellement les moins, les plus éloignés de la culture bretonne on va dire. Le Pôle de compétitivité « Images et Réseaux » accueille sympathique mais pour faire passer le projet auprès du conseil d'administration, il faut montrer les effets d'entraînement économique du « .bzh ». Donc on est un peu mal barré. Le « Club de la presse », accueil plutôt favorable du président qui a dû bosser dans les DOM-TOM, qui devait faire examiner ça par son conseil d'administration. Là, il ne m'a pas répondu donc je suis à la relance. L'Université de Bretagne Occidentale (UBO) accepte de nous héberger au sens de l'adresse postale du comité de candidature serait à l'antenne de l'UBO de Quimper. Par contre, on attend toujours la réponse pour savoir s'ils veulent bien en tant qu'université y aller. Au-delà de ça, on veut appeler les autres universités à nous rejoindre. Au point de départ, le plus logique aurait été l'Université européenne de Bretagne mais ce n'était pas structuré quand on a lancé nos contacts. Donc on s'est dit que l'on allait passer par une université. Ensuite, il y a la question, c'est quoi l'université la plus cohérente par rapport au projet. Et vu qu'il y a un laboratoire assez important, le « Centre de Recherche Bretonne et Celtique » (CRBC) à Brest, il y avait peut-être plus de chance. Le côté Basse-Bretagne, cela joue quand même. Mais, attente de réponse pour l'instant. La « Conférence Permanente des Coordinations associatives » (CPCA), je n'ai pas la réponse. Le « Football club de Lorient » (FC Lorient), c'est compliqué parce que le Président est chef d'entreprise donc il a été contacté à double titre pour le comité de candidature et comité de parrainage. Donc, réponse plutôt positive mais il faut un dossier investisseur détaillant de manière très précise tous les aspects techniques et financiers du projet, c'est-à-dire refaire un autre dossier beaucoup plus précis avant qu'il ne s'engage. Et le « Stade Rennais », on n'a pas réussi à les joindre. L'idée aussi d'avoir un côté sportif comme les Catalans avaient le « FC Barcelone » dans leur comité. On s'est dit que nous allions faire de la même manière. Et cela fait des relais de publicité assez importante parce que la médiatisation est demandée par l'ICANN.

Maintenant à la différence des Catalans, ce qui se passe aussi, c'est qu'eux marchaient aussi un petit peu sur des œufs quand ils ont déposé le dossier, avec cette opposition d'Aznar etc. Maintenant, je pense que le bilan du .cat a été bon, et ça a un peu dépassé les espérances qu'ils avaient y compris en termes d'achat de noms de domaines. Cela n'a pas été une extension problématique, d'un point de vue technique ou de contestations ou autres. Donc du coup, ça a un peu pacifié ou rassuré les administrateurs de l'ICANN qui voyaient le projet catalan d'un peu loin. Et pour eux, ils pensaient spontanément terrorisme, dans le genre, si les Catalans viennent après cela va être les Basques, et on va être embêté. C'était à peu près ça en tout cas le niveau moyen de réaction. Et comme cela s'est bien passé avec les Catalans, ils ont l'air, enfin ça a l'air d'aller. Et puis la thématique de la diversité culturelle, de la démocratisation des extensions a percé, elle a été au moins débattue. C'est un moyen supplémentaire qu'ils sont obligés d'inclure dans leur réflexion.

L'autre truc qui leur faisait peur, est qu'il y a six mille langues qui sont parlées aujourd'hui sur la planète. Si chaque langue ou communauté linguistique veut son extension à caractère générique, on ne va pas s'en sortir. Ils avaient peur d'être assailli. La pratique avec les Catalans, leur fait dire que, si on considère les niveaux de structuration et de développement technologique, ils n'auront pas plus d'une quinzaine de dossiers, ce qui est potentiellement acceptable pour eux. Ce qui fait aussi que les critères du dossier notamment en termes de rassemblement de la communauté ont l'air d'être potentiellement plus souples que cela a été avec les Catalans. Ils veulent trois grandes institutions du territoire, dont une grosse institution culturelle, c'est-à-dire fédératrice, une institution académique et une autre qui à mon avis est plus liée aux contenus et aux utilisateurs. On avait tablé sur « L'office de la langue bretonne », sachant qu'il y a d'autres structures mais qui sont plus en phase de restructuration, comme « l'Institut culturel de Bretagne », et l'UBO c'était bien. On tablait aussi sur le Pôle « Images et Réseaux », mais à mon avis, ça va être assez difficile. Globalement, un accueil plutôt sympathique mais pas toutes les réponses, ce qui n'empêche pas de lancer le comité de candidature.

Au niveau du comité de parrainage, c'est plus un truc qui fait bien parce que l'on couvre tous les acteurs de la vie économique, mais cela ne correspond pas exactement à tous les contacts. C'est-à-dire qu'en termes de contacts, on a eu le « Crédit Mutuel de Bretagne » (CMB) avec un accueil plutôt favorable sur le projet. Mais cela dépend des interlocuteurs que l'on a. Au sein même d'une institution économique, et bien finalement, selon que l'on rencontre le président ou le directeur général, on ne va pas forcément avoir la même approche ou la même sensibilité. Celui que l'on a vu, il était convaincu du truc. Il trouvait assez positif comme projet et il était prêt à faire engager le « CMB » là-dedans, sachant qu'une banque peut potentiellement avoir plus d'intérêts que d'autres structures. C'est-à-dire qu'une fois que l'extension existe, ce sont aussi des fournisseurs de services internet à leurs clients. Donc, il y aurait aussi des moyens de passer des accords, d'utiliser le .bzh comme outil de promotion clientèle. Donc d'offrir des emails en .bzh ou des adresses, ou, même aussi d'acheter, pourquoi pas, de créer certaines adresses en .bzh pour gérer certains services. Après, cela ne va peut-être pas générer les affaires du siècle mais il y en a quelques-unes qui ne sont pas inintéressantes. Donc on peut imaginer « petitesannonces.bzh » ou « résidencesecondaire.bzh », cela peut avoir son intérêt en tant que demande d'informations, il faut voir.

En termes économiques, on a vu les journaux, le « Crédit Agricole », le patron du « FC Lorient », une association des professionnels des TIC qui s'appelle « GRANIT », « GRoupe Armoricain en Informatique et Télécommunications [1019]», basée sur Rennes. Guillemot de « Ubisoft » que l'on présentait pour présider le comité de parrainage parce que là, il y a une logique d'images, un attachement à la Bretagne qui nous semblait relativement intéressant. Et puis, on a parlé au groupe « Glon » spécialisé dans l'alimentaire[1020], qui est aussi le président de « l'Institut Locarn », donc un réseau d'entreprises.

Et ce que l'on en retient pour l'instant des contacts économiques, est que les entreprises qui n'ont pas de vision des TIC ou qui n'ont pas de rapport au territoire, ou à l'image de la Bretagne et qu'elles sont plus dans un marché national ou mondial, la Bretagne, c'est plus anecdotique ou folklorique. Par contre, il a de structures où il y a des rapports au territoire plus fort, c'est le cas du « CMB » qui est aujourd'hui dans une guerre interne, soit d'absorption dans une logique nationale et européenne, soit réinventé son modèle pour réaffirmer son ancrage territorial. C'est un débat profond dans le secteur bancaire et ce genre de projet, ça nourrit aussi quelque part leur débat. Les entreprises d'alimentaire, en fait comme le président du « FC Lorient », à la base ce sont des gens qui ont une affinité locale ou

[1019] « GRoupe Armoricain en Informatique et Télécommunications », Rennes, site web disponibles à l'adresse suivante http://www.granit.org

[1020] « Groupe Glon », Pontivy, www.glon-sanders.com

régionale, peut-être pas pour des raisons économiques mais qui ont cette affinité. « Produit en Bretagne », ils m'ont répondu que c'était cohérent avec leur projet et avec leurs valeurs, donc ils étaient prêts à soutenir.

Par contre, on a testé la Région pour savoir s'il était prêt à aider un peu financièrement. On ne leur demandait pas grand-chose, 20 000 € pour lancer le comité de candidature et aller chercher les fonds nécessaires et pour l'instant, la réponse est négative. Du coup, il va peut-être falloir faire sans la Région ce qui va poser de véritables problèmes quand même. Là, où ça risque de poser problème s'il ne s'engage pas au moins un petit peu et symboliquement c'est qu'il y a beaucoup de structures, ou d'acteurs que l'on va rencontrer qui vont nous demander ce que fait le « conseil régional », parce que pour eux, c'est un projet du « conseil régional ». Et, si on doit répondre qu'il ne fait rien ou il ne s'engage pas financièrement sur le projet, il y en a plein qui vont dire : « s'il n'y va pas, on n'y va pas ».

Et c'est ce qu'il s'est passé sur un projet précédent. Je parlais tout à l'heure de fondation Bretagne. Il y a eu, il y a quelques années, un projet lancé par « l'Institut culturel de Bretagne » de créer une fondation culturelle pour la Bretagne. C'était sous la majorité Josselin De Rohan, donc l'ancienne majorité. La personne, qui faisait l'étude, a fait le tour des personnes pour savoir qui serait prêt à amorcer un fond de garantie, et potentiellement, ils les avaient en promesse d'investissement. Donc il y avait « Pinault ». Et comme c'était après la marée noire de l'Érika, « Total » était prêt aussi à mettre de l'argent pour racheter son image et mettre autant que Pinault. Les CCI étaient prêtes à mettre, le « CMB », les grandes villes et les départements également. Et, au bout du compte, c'est la Région qui finançait l'étude qui n'a pas voulu mettre une somme qui aurait été symbolique, et comme elle n'a pas voulu mettre la mise de départ qui permettait de déclencher le dispositif et qu'elle n'a pas dit clairement qu'elle s'engageait, personne n'a voulu y aller derrière.

Et, même si là, les sommes en jeu sont plus basses par rapport à une fondation, on a un peu peur du même phénomène. Pour l'instant, on ne sent pas la volonté de faire un tout petit pas, un peu plus fort. Donc c'est une des premières difficultés. Et l'autre, vis-à-vis des investisseurs privés qui pourraient y aller, va être de pousser davantage le dossier d'un point de vue technique et financier pour montrer à la fois une gestion sérieuse, et à la fois, leur contrôle à minima sur l'argent qu'ils pourraient mettre. Nous devons trouver des patrons suffisamment motivés pour faire jouer les réseaux. C'est-à-dire qu'au départ, on se disait aller on partage, on va essayer d'avoir 150 000€ par les collectivités et 150 000 € sur les entreprises, soit sept entreprises importantes qui mettaient 20 000 €. Cela ne paraissait pas évident mais pas insurmontable. Et là, on a plus l'impression qu'il faudra cent entreprises qui mettent beaucoup moins que sept. Donc cela veut dire une démarche différente et puis, du réseau. Ce sont des patrons donc il faudrait que l'on trouve des chefs d'entreprise suffisamment motivés par le projet pour le porter et le faire démultiplier en faisant jouer leur réseau. C'est plus la manière dont on imagine les choses mais quelque part on voit que c'est beaucoup plus lent et long à monter que ce que l'on espérait. En décembre, on se disait il faut qu'on aille dans un dispositif opérationnel. Mais on est en train de faire le deuil d'une candidature en octobre, parce que cela semble trop lourd, et on est face à un émiettement de structures et de soutiens. Mais cela reste à voir. On va monter le comité de candidature avant l'été et l'officialisait avec les gens qui auront bien voulu donner leur réponse, au moins marquer une étape supplémentaire. Et puis, partant de là, mais on va essayer de jouer l'effet médiatique de ça pour renforcer la crédibilité du projet, pour essayer de lever le financement et pour essayer de pousser un petit peu sur la Région. On sent que c'est un peu le déclencheur des autres financements qu'ils soient publics ou privés. On n'est pas crédible si la Région ne soutient pas au moins un tout petit peu le projet. Donc on est en train de faire le deuil du premier tour. On se dit qu'on va essayer de monter le projet plus sur la durée mais peut-être pas s'épuiser à viser octobre parce que ça risque de faire mal et de le desservir.

Quant à l'aspect plus marché et intérêt du .bzh, c'est difficile à jauger. Il faudrait des moyens, et les moyens de faire une étude de marché plus poussée. Et en même temps, ce que

l'on voit ce n'est pas tout à fait la manière dont on bâtit leur projet les Catalans, les Galiciens, ou les autres. Et, les Catalans, ils ont plus fait le truc inverse, c'est-à-dire qu'ils se sont dits, on bâtira le modèle économique en fonction des personnes qui veulent bien, qui voudront acheter un .cat. On ne va pas partir dans une logique d'avoir un seuil d'acheteurs du .cat pour monter ou non le projet. Ils tablaient initialement - en recoupant les statistiques d'achat d'autres extensions, ils ont fait un ratio - sur un nombre de domaines de 10 000. Or ils avaient une rentabilité à 5 000. Et au bout d'un an, ils en ont vendu 23000. Donc, ils étaient bien au-dessus de ce qu'ils avaient prévu. Et les Gallois, je leur ai demandé comment ils avaient raisonné, je crois qu'ils ont mis leur barre à 10 000. Il faut que je retrouve leur mail pour voir comment ils ont fait leur calcul. Ils n'ont pas un dossier plus avancé que le nôtre, mais là, où l'on a une lueur d'espoir c'est que les Gallois et les Galiciens ont lancé une pétition comme nous. Les Catalans, eux, ils ont fait leur pétition après avoir déposé leur dossier. C'est l'ICANN qui leur a demandé de prouver que la communauté linguistique et culturelle existait. Il ne fallait pas dire ça aux Catalans, en deux mois, ils ont réuni 60 000 signatures individuelles et 4 000 signatures d'institutions.

Au mois d'octobre, les Galiciens étaient autour de 7 000 signatures et les Gallois 6000, et nous autour de 15 000. Ensuite, c'est juste un petit signal, il ne faut pas en tirer des conclusions trop définitives. Surtout qu'il a été très médiatisé, ce qui peut l'avoir favorisé plus que les autres, mais c'est difficile à mesurer. Mais en même temps, il y a potentiellement un intérêt assez réel. Il faudrait creuser, mais j'imagine que trouver 5 000 personnes qui prennent un .bzh, c'est faisable. Ce se sera un des aspects du travail du comité de candidature. Là, on ne pouvait pas le faire de manière suffisamment poussée. C'est dans l'étude, mais aussi quand on voit des flops comme « TV Breizh » à ses débuts. Ce n'est pas parce que l'on dit BZH que l'adhésion est totale. Surtout que la difficulté est aussi économique. Les extensions génériques ça coûte de moins en moins cher, c'est-à-dire que maintenant, on peut en avoir une entre 10 et 20 euros et parfois plus près, ou moins, de 10 euros que de 20. Le .cat était quand même à près de 50 euros, et au début il était encore plus cher. Ils ont pu baisser les prix parce que cela a bien marché. Donc cela veut dire qu'un .bzh ce serait certainement beaucoup plus cher qu'une extension générique classique. Donc cela va être aussi des éléments à prendre en compte, à combien on pourrait le vendre et, à ce prix combien de personnes sont prêtes à l'acheter.

Aujourd'hui, on est en train de finir les entretiens pour le comité de parrainage et de candidature. On va remettre un premier rapport sur le bilan de cette première phase de pré-faisabilité. Et une fois qu'on aura proposé ça, on va quand même le présenter à la Région puisqu'ils sont venus nous chercher pour nous demander de le faire, et poser les difficultés, et l'intérêt du projet par rapport à d'autres configurations comme les Catalans et les Galiciens, par exemple. Idéalement, on essaie d'embrayer en lançant le comité de candidature au mois de juin, on aimerait bien les constituer avant l'été, et continuer les réseaux pour faire porter les projets notamment aux niveaux économiques. C'est vraiment un travail d'approche. Demain, on a rendez-vous à Quimper, à la CCI de Quimper pour parler de ce que l'on fait et donc parler du .bzh et être présentés aux responsables de la CCI, et aussi au patron d' « Armor Lux » qui est un des patrons un petit peu influent pour financer pas mal de choses à caractère culturel ou social. Et l'idée, c'est qu'à partir de cette présentation pouvoir établir le contact. On voit vraiment que c'est une toile à tisser, et on voit que cela va prendre quand même pas mal de temps de rentrer dans ces réseaux de financeurs. Ce n'est pas bouclé en tout cas. »

- Combien de personnes avez-vous contacter au niveau des entreprises ?

« Au niveau des entreprises, c'était plus une prise de température qu'on faisait quand même. Donc on en avait une dizaine. On a contacté aussi *Ouest-France* et *Le Télégramme* qui sont des opérateurs d'internet potentiellement. Donc *Ouest-France*, nous a envoyé promener,

poliment mais c'était ça. On ne s'engagera pas dans ce projet, et par contre on vous suivra, on fera une couverture presse, mais c'est ce que doivent faire des journaux, en principe. *Le Télégramme*, c'était pareil mais un peu plus ouvert. On n'a pas de sous à investir là-dedans mais bon, on souhaite être partenaire et être associé : faire de la promotion, mobiliser nos fichiers, nos journalistes sont intéressés, etc. Cela avait une dimension plus active et plus militante. S'ils veulent faire de la publicité, il y aura besoin. Il y a effectivement trois volets pour monter la candidature :

- se faire connaître, rassembler et populariser le .bzh au maximum (plus il aura été popularisé, plus il y aura de gens motivés pour l'acheter ou l'utiliser),
- rassembler l'argent (plus ce sera un sujet médiatique, plus cela intéressera aussi des sponsors potentiels),
- l'aspect technique du dossier auprès de l'ICANN.

Si ça avance, j'imagine quelques années de travail. Donc la dimension médiatique, elle est quand même importante. »

- Sur le dossier .cat, on voyait des organismes de divers pays…

« Oui, ça c'était un aspect, c'est que comme c'est générique, il faut montrer que ce n'est pas non plus promotion d'une collectivité territoriale ou d'un territoire précis. Donc, cette communauté, elle existe, on va dire dans l'espace. Et donc, c'est le pourquoi de la carte tout à l'heure, pour montrer que la communauté bretonne ou la communauté virtuelle est internationale, et que le .bzh peut remplir une fonction pour rassembler cette communauté. D'où, pour les Catalans, effectivement le rassemblement de différentes associations de la diaspora catalane. Il y a donc Argentine. En Catalogne, c'était des organismes fédérateurs. Et puis, ponctuellement, dans tel ou tel pays : l' « association des Catalans de Buenos Aires », ou par exemple, l' « Association italienne d'études catalanes », « la maison catalane de Californie ». Cela faisait partie du dispositif. Donc d'un point de vue générique, on a mis nous « An tour tan » et « BzhNetwork ». Aussi « BzhNetwork », cela semblait même si cela n'est pas très structuré, par définition, mais cela semblait intéressant justement en termes de mode de fonctionnement. Après, quand on se rend compte du nombre de gens qui ont répondu à la pétition, il ne faut pas en tirer de conclusions trop hâtives. »

- Vous construisez le busines plan actuellement pour la démarche. Mais si on se projette dans la mise en place du .bzh, sur quel critère un site web pourra avoir une extension .bzh ?

« On n'a pas encore défini les critères parce qu'on était très en amont de la candidature. La difficulté va être de définir ce qu'est la communauté des utilisateurs du .bzh, donc la communauté linguistique et culturelle bretonne. Difficulté parce que pour que ça marche et être crédible auprès de l'ICANN, on a intérêt à être le plus large possible. Or, en voulant être le plus large possible, on s'éloigne le plus possible de la culture bretonne un peu lourde ou tangible. Donc, il va falloir que l'on joue habillement avec les mots. Alors si on reste, parce que l'on ne coupera quand même pas à ça, au modèle des Catalans ou des Galiciens derrières, le critère est de promouvoir la langue ou la culture catalane. Alors après c'est ça le critère d'appréciation. Il doit aussi prévenir contre des utilisations sauvages ou abusives. Donc il y a un contrôle qui doit se faire *a priori ou a posteriori*, je ne sais plus. Les structures achètent auprès d'un registra qui sont des entreprises de distribution commerciale qui vendent plusieurs extensions dont le .cat. Et, après, le registra contacte la « « Fondation

point CAT » qui a le fichier des adresses en .cat, qui peut dire si cela a été prix ou si c'est disponible. Et, derrière ça, je crois que cela se fait de manière souple, je ne sais pas s'il y a un contrôle. Je pense que c'est plus s'il y a une alerte. Si quelqu'un dit que quelqu'un utilise le .cat mais qu'il n'est pas dans un usage qui correspond à la charte. En fait, il y a une charte qui régit le dispositif. Et là, cela peut faire l'objet d'une procédure d'arbitrage et éventuellement de retrait de l'autorisation. Le critère étant promotion de la langue ou de la culture. Alors promotion de la langue, c'est utilisé la langue dans la communication internet. Mais encore une fois, ce qui est possible pour le catalan par rapport au breton, c'est quand même plus complexe. Il faut que l'on trouve, je pense des méthodes plus souples et, en même temps, que le breton ne soit pas complètement dilué. Donc pour l'instant, on n'a pas la réponse.

J'avoue qu'on a plutôt laissé ça au comité de candidature qui devra faire le travail. Mais c'est aussi une question assez importante. L'idée, c'est de proposer quand on y réfléchit, de faire du .bzh, aussi un outil de promotion culturelle. Donc c'est aussi de proposer, (c'est une idée très *a priori*, très militante), aux gens qui voudraient utiliser le .bzh, partant du fait malgré tout que l'un des critères ce sera la promotion de la langue, de la culture bretonne ou de l'identité bretonne, de les encourager en leur disant qu'ils peuvent avoir un .bzh s'ils utilisent ou les encourager à mettre un petit truc en langue bretonne. Donc faire aussi quelque chose d'incitatif, pour que les entreprises et les organismes, qui voudraient l'utiliser, aillent un peu plus loin dans l'affichage de l'identité bretonne. Mais d'un autre côté, c'est un peu tautologique qu'ils veulent utiliser le .bzh, ce sera déjà une promotion de la culture ou de l'identité. Il y a un curseur à trouver. Et j'avoue que l'on n'a pas encore la réponse. »

mail suite questions le 5 mai 2008 :

- Le projet d'étude de préfiguration a été présenté en juillet 2007 et validé par le Conseil Régional au cours de l'été. L'étude a démarré en Octobre.

- Le "Comité de pilotage", s'est réuni pour la première fois en février 2007, à l'initiative du Conseil Régional qui avait invité M. Amadeu Abril à venir présenter le .cat. Ce dernier n'est jamais arrivé jusqu'à Rennes pour cause de divers incidents en cours de voyage, mais la réunion a quand même eu lieu. Au point de départ, il ne s'agissait pas vraiment d'un comité de pilotage mais tout simplement du rassemblement des acteurs qui s'étaient positionnés sur la création du point bzh. Au cours de la discussion qui a eu lieu ce jour-là, nous avons décidé collectivement de nous orienter vers un projet d'étude de pré-faisabilité, et du fait que « Bretagne Prospective » assurerait cette étude et que les membres présents seraient associés au suivi de la démarche sous la forme d'un comité de pilotage. Je ne sais plus si c'est le terme exact qui a été utilisé, mais l'idée s'est formée à ce moment-là.

- L'association pour accueillir le Comité de candidature: nous avons lancé l'idée en décembre dernier, afin d'essayer d'aller vite dans nos démarches. Toutefois entre la rédaction des statuts et les démarches administratives pour la constitution du bureau de l'association, les statuts n'ont dû être déposés en préfecture (Quimper) qu'en mars 2008. En l'état, le bureau et les statuts - même officiels - restent provisoires en attendant de réunir divers acteurs sollicités pour fonder le comité de candidature et d'officialiser (en termes de communication grand public) celui-ci.

8 - Entretien Jean-François Le Goff, Attaché parlementaire de Christian Ménard, député UMP

Nom : Jean-François Le Goff

Fonction : Attaché parlementaire de Christian Ménard, député UMP du Finistère et maire de Châteauneuf-du-Faou

Date : 7 et 22 avril 2008

Thème : « Point BZH, une extension à caractère culturel et linguistique pour la Bretagne »

Extraits :

« En fait, à la toute origine, c'était une proposition de loi que Christian Ménard avait déposée sur la protection des noms des collectivités sur internet. C'est vraiment l'origine. C'est-à-dire qu'en tant que maire, il avait été un des premiers à mettre en place un site de sa commune sur internet. Et, il y a eu, au début de l'hiver 2003, une libéralisation des noms des communes. Concrètement, il avait été sollicité par des entreprises privées qui lui proposaient moyennant finance de protéger le nom de sa commune par rapport à toutes possibilités d'appropriation par des tiers du nom de sa commune. Et, il a été tellement surpris qu'on a travaillé dessus. Et, on a été jusqu'à déposer une loi disant qu'il fallait protéger le nom des collectivités locales sur internet.

La loi n'a pas eu besoin d'être adoptée puisqu'entre temps le conseil d'administration de l'AFNIC est revenu sur sa proposition et a dit qu'il y a un certain nombre de situations où l'appropriation des noms ne peut pas être possible, style nom de la ville.fr ou le nom de la ville tout court. Par la suite, cela a aussi été étendu à des sites institutionnels par rapport aux noms d'élus par exemple. C'était la première idée.

Et puis, en creusant un peu, j'avais une idée depuis longtemps. Je me disais « Tiens, cela pourrait être rigolo de faire un .bzh ». On en a parlé et il m'a dit de creuser. Et effectivement, c'était possible. Alors c'était possible, pourquoi ? Parce que sur le site de l'AFNIC, on s'est aperçu que la Guadeloupe et la Réunion avaient déjà leur suffixe internet. Alors, on a commencé en 2004 à faire des courriers auprès du Ministère de l'Industrie puisqu'il était en charge de ça. Il nous a dit dès le départ, vous allez avoir un problème parce que .bzh, il y a trois lettres. Or pour la création de noms, enfin de suffixe pour des pays, c'est deux lettres. Donc, on basculait sur des noms génériques, et on était coincé. On a attendu car on savait que la Catalogne avait un dossier au niveau de l'ICANN. Et on a su, en 2006, qu'il avait obtenu une autorisation de l'ICANN. Et, du coup, on a lancé. Là, on a réactivé en disant : « Voilà, la Catalogne a pu l'avoir donc nous, il n'y a pas de raison qu'on ne l'ait pas ». Et, on a relancé le projet.

Par la suite, il y a d'autres personnes qui ont essayé de s'approprier l'idée. Au début, cela a été un peu compliqué car il y avait une personne qui avait lancé une pétition sur internet pour le point BZH. Et, puis, on s'est arrangé, on s'est rencontré. Maintenant, le « Conseil régional » pilote un peu le bébé, avec une association. « Bretagne Prospective » est chargée de mettre en place le mécanisme du point BZH. Normalement, l'idée est qu'au moins de juin prochain, il y a une grosse réunion de l'ICANN à Paris et comme ils ont relancé *a priori* une procédure de création de suffixe, que l'on ait vraiment une fenêtre de tir idéale.

Et, par rapport à ça, on a relancé un peu tout le monde. Donc là par exemple, c'est Nicolas Sarkozy quand il était ministre de l'intérieur. Il nous avait dit : « C'est une bonne idée

je vous soutiens ». Là, il y a François Fillon tout dernièrement qui nous a écrit. Donc, on relance à chaque fois. On a le ministère de la culture. Là, c'est Christine Lagarde donc la ministre de l'économie. Donc là pareil, on a des soutiens. En gros, tout le monde nous dit : « Votre idée est intéressante ». Au départ, c'était : « Votre idée est rigolote ». Maintenant, c'est : « Votre idée est intéressante ». On passe déjà à un stade plus intéressant. Au mois de novembre, il y a eu un forum sur internet. Et, les gens qui font parti du cabinet de prospective, ont lancé l'idée d'un comité de candidature avec un comité de parrainage.

L'idée serait de créer le point BZH sur le modèle du point CAT. Or le point CAT est une fondation culturelle, enfin sur le modèle espagnol. Je ne sais pas quelle forme juridique ce serait, une grosse association ou un groupement d'intérêt public. Mais, ça va au-delà du simple aspect bretonnant. Il y aura de ça, bien évidemment, mais ce n'est pas…

Et, surtout ce qui est important, ou les deux principaux problèmes que pose l'ICANN sont la faisabilité technique et surtout, la faisabilité économique. Pour l'ICANN, il faut que ce soit rentable.

Donc, pour la faisabilité technique, nous au départ, on avait pensé à l'AFNIC. On leur avait demandé : « Est-ce que techniquement vous pouvez prendre en charge la gestion de son usage ? ». Sur le principe, ils étaient d'accord. Mais, il semblerait qu'il existe d'autres formules, notamment une société suisse qui gère déjà un certain nombre de …

Ce sont les documents dont je vous parlais. Le 32ème sommet de l'ICANN se déroulera à Paris en juin. Et, l'ICANN pourrait ouvrir l'appel à candidature d'extension en octobre 2008. Donc, l'idée, ce que je vous disais, la fenêtre de tir idéale est soit en juin, et maximum à l'été 2008, être capable de présenter le dossier. On peut penser que pas forcément Nicolas Sarkozy, mais que les ministres concernés, voire que le Premier ministre, seront à ce sommet international. Et, c'est vrai que nous dans ce cas-là, on fera le forcing pour que le point BZH, au moins on en parle et qu'il puisse être défendu. Alors c'est vrai que l'on a un problème, c'est que l'on n'a pas de ministre breton au gouvernement parce que ça, ça aide aussi. C'est vrai qu'à l'époque avec François Goulard, sous le gouvernement Raffarin, cela a été un appui.

On en est au stade de l'argumentaire. Pour l'instant, on y va petit à petit, sachant que les Gallois s'y sont mis. Il va y avoir Berlin et Paris aussi, avec des dossiers .paris, ou .berlin.

Au départ, on a eu un gros travail pour savoir comment internet fonctionne concrètement. Donc, là, au départ, c'était un peu compliqué. Mais, là, ça va. On est à peu près au point. Donc, maintenant, c'est essayer de trouver, de monter un dossier, un business plan, et choisir la personne qui sera susceptible de nous aider et de gérer le .bzh techniquement, sachant que le budget est relativement important. Ensuite, il y a des problèmes, c'est-à-dire que plus on creuse, plus les syndications se posent. Car c'est un site qui se veut communautaire, mais qu'est-ce que c'est que la communauté ? Nous, on mise beaucoup sur la diaspora bretonne. On a déjà des retours de gens qui souhaitent en faire partie dès que ce sera créé. Alors vous voyez, il y a des points pour la Galice, pour les Gallois.

Donc, on n'est pas que culture. On a aussi l'aspect économique parce qu'il faut que ce soit rentable. Si ce n'est pas rentable, cela s'arrêtera tout seul. Maintenant, l'idée est que l'on ait avec un comité d'organisation, les membres fondateurs. On cherche des parrains. Donc, là, on a deux gros partenaires, Bolloré dont on attend la réponse, et Guillemot d' « Ubisoft ». Et eux, voilà, Bolloré ça va être tout ou rien. Il va nous dire, s'il sent que cela l'intéresse et s'il sent qu'il peut faire de l'argent, il peut mettre de l'argent dans le projet. Après, si cela ne l'intéresse pas, ça ne l'intéresse pas. Après, en interne, on a eu des questions sur les médias, la société, la diaspora et après cibler, économie, éducation.

C'est vrai que là, l'idée était que l'on soit associé sur les moteurs de recherche avec les .fr, c'est-à-dire que l'on puisse offrir aux gens le choix, c'est-à-dire vous tapez *chateaulin.fr* et vous avez le site de la ville. Mais ce serait bien d'avoir un *chateaulin.bzh*. Que ce soit un renvoi mais …

Je ne sais pas si cela convient »

- Oui, cela reprend les origines du projet…

« C'est vrai que c'est parti d'ici, d'une idée toute bête. Après, on a regardé les .bz et les .bh, parce ce qu'à un moment, l'AFNIC nous a dit d'accord mais dans ce cas-là vous faites .br. Nous cela ne nous intéressait pas. Si les initiales de la Région avaient été en deux lettres, le projet serait peut-être déjà fait, parce que là, c'était un suffixe. Enfin, cela aurait été plus rapide. Et, là, en plus, on est en train pas de se battre mais d'essayer de montrer que ce n'est pas simplement folklorique. Parfois, quand on a des conseillers… La semaine dernière, on avait une conseillère dans un ministère qui nous disait que cela ne servira qu'aux Bretons et que grosso modo, vous allez remettre en cause l'unité de l'État. Le discours classique des centralisateurs et qui disent voilà, il ne faut pas donner de puissance aux régions sinon cela va nous dépasser. Donc, il y a plusieurs aspects. Il y a l'aspect culturel, il y a l'aspect économique. »

[…]

1. Vous avez parlé d'une extension .bz, mais elle est attribuée à un pays.

« Oui, alors c'est le Bélize, je crois. Alors br, on en avait parcouru. C'est peut-être bh qui n'existe pas. Oui, on avait passé en revue toutes les déclinaisons avec le br, le be, b… Et puis, en fait, et puis, de toute façon, c'était BZH. Un nom de, comment dirai-je ? Une extension pour la Bretagne en deux lettres, ce n'est pas possible. Là, ça parle pour les gens de l'extérieur une extension BZH. Il y a aussi un côté identification très fort derrière, ils savent pour la Bretagne. On pourra dire après « Bienvenue chez les ch'tis », « Bienvenue sur point BZH » (rires) »

2. Auprès de qui avez-vous relayé cette demande ?

« Alors, on l'a fait au niveau du ministère. Au départ, on était parti dans l'idée que ce serait l'AFNIC qui s'occuperait de ça. Donc, on a fait des démarches auprès de l'AFNIC. Après, on a fait des démarches auprès des ministères. Le premier mandat, c'était à partir de 2004 jusqu'en avril 2007. Et, là, comme on est sur un aspect plus technique, c'est vrai que nous, il y a des données sur le mode de fonctionnement. Nous, on pensait que l'AFNIC était vraiment la seule à pouvoir gérer des sites, enfin la création d'adresses tout ça, en France mais en fait, non, il y a d'autres structures à l'étranger qui peuvent le faire. Donc, là, après, le montage du dossier technique, c'est plus le cabinet de prospective qui fait les démarches.

En fait, il y a déjà un budget qui a été lancé avec l'aide du « Conseil régional ». Nous, nos démarches étaient auprès du gouvernement pour l'accord de principe. Donc, là, en général, plutôt bon retour que mauvais. Et, là, les partenaires institutionnels, tous les Conseils généraux sont d'accord, y compris Loire-Atlantique. Et, le gros partenaire a été la « Région Bretagne ».

La Région Bretagne, au départ, c'était assez rigolo. Elle n'était pas très très enthousiasmée même elle avait voté contre. Christian Ménard avait fait par l'intermédiaire des conseillers régionaux voter une motion de soutien à l'idée de la création d'un point BZH qui a été refusée en 2004-2005. Et puis, par la suite, je ne sais pas, ça a dû faire tilt chez un conseiller régional ou dans une équipe technique, ou dans le cabinet du président Le Drian. Et, ils ont repris l'idée, je ne dirai pas à leur compte, mais ils nous ont porté, financé puisque cela a été présenté dans le cadre de la « Breizh Touch » en septembre dernier.

Maintenant, c'est une sorte de brainstorming entre le « Conseil régional », ce cabinet de prospective, un certain nombre d'élus et des associations comme celle dont Hervé Irvoas est président. Car le problème après était de qui était à l'origine du point BZH? Donc il y

avait une pétition de Mikael Bodlore. Plusieurs fois, on a été obligé de lui dire que ce serait bien de rappeler que Christian Ménard en était à l'origine. C'est vrai qu'au départ, que l'idée vienne de quelqu'un de droite. Maintenant, tout le monde est d'accord pour dire, il faut y aller. »

3. Comment un élu est amené à porter ce type de projet ?

« Alors, c'est soit sous forme de vœux qui peuvent être émis, soit financer. Là, je crois qu'il y a déjà 30 000 euros qui ont été débloqués notamment pour l'étude de faisabilité. Et c'est notamment le cabinet « Bretagne Prospective » qui est chargé de voir si effectivement c'est faisable. Je pense que oui, il n'y a pas de problème. Je pense qu'il faut être au clair sur l'aspect technique et après, sur l'aspect économique. Il faut que ce soit viable et fiable parce que si le business plan est refusé par l'ICANN, si cela ne tient pas la route devant l'ICANN, ce sera refusé. Mais, par contre ce qui est intéressant, c'est que le « Conseil régional » a organisé plusieurs vidéoconférences avec les responsables de la fondation « Point CAT ». Je sais qu'Hervé Irvoas y participe. La suppléante de Christian Ménard, Françoise Louarn qui est conseillère régionale également, participe à des réunions. Les élus sont vraiment impliqués. Ils sont tenus au courant. Là, pour le coup, tout le monde est d'accord pour créer. Dès lors, que l'on aura la garantie que c'est faisable économiquement. Techniquement, il n'y aura pas trop de difficulté, je pense. Mais après, il faudra voir le choix AFNIC ou pas AFNIC. Mais après, sur la faisabilité économique, il faudra bien bétonner le dossier parce que je crois que cela doit être de l'ordre de 40 000 à 50 000 euros de dépôt de dossier à l'ICANN avant d'avoir la réponse, ce qui leur permet aussi de filtrer les demandes. »

4. Et, tout le monde est d'accord ?

« Ah oui, droite, gauche. Politiquement, ce coup-ci il n'y a pas… Au départ, quand on écrivait aux ministres à chaque fois on mettait bien que ce n'était pas une lubie. Mars 2004, le lancement de l'idée. On mettait dans les courriers : « Il s'agit d'une démarche a-politique qui recueille l'assentiment de milliers d'hommes et de femmes de tous horizons ». Là, c'est la réponse du directeur de l'AFNIC sur le suffixe .bzh : « Il faut un soutien explicite du gouvernement français. » Je pensais que c'était un organisme public mais non, c'est une association. Donc, oui c'est un mode de fonctionnement, où cela doit être rentable, d'où l'idée à mon avis en 2004 de libérer un peu les noms des communes. Le soutien du gouvernement français, on l'a eu sous l'ancienne présidence. Là, ça se passe relativement bien. Par exemple c'est le courrier de Christine Albanel, la ministre de la culture : « Je souhaite donc le meilleur soutien … à votre projet … de mon soutien à l'ICANN qui est décisionnaire ». François Fillon, c'est plus un renvoi vers un autre ministère mais il nous a quand même répondu. L'idéal se serait d'avoir une réponse, on l'avait déjà eu à l'époque de Nicolas Sarkozy en tant que ministre. L'idéal serait de l'avoir en tant que président de la république. »

5. Quels sont les objectifs pour la Bretagne d'avoir ce type d'extension ?

« En fait, il y a déjà la faisabilité technique et économique. Il faut que ce soit rentable pour l'ICANN sinon ils n'accepteront pas le projet. Maintenant, il y a beaucoup d'entreprises qui *a priori* seraient favorables à s'enregistrer ou à avoir un .bzh. Alors soit seulement un .bzh ou un .bzh et un .fr. C'est pour ça qu'il y avait cette idée que quand on tape dans un moteur de recherche, on est le site en .fr et aussi en .bzh. Là, ce serait intéressant. Il y a cet aspect-là. Et puis, il y a, je dirai, l'aspect classique des adresses, et puis, il y a l'identité culturelle. Il y a un petit peu la même démarche qu'il y avait eu à une époque avec « Produit en Bretagne ». C'est vraiment la même logique économique, c'est-à-dire offrir une plus-value sur des produits qui sont faits en Bretagne. C'est le côté breton qui fait qu'on va peut-être y aller plus facilement ou on va être plus intéressé. C'est un des intérêts notamment économiques. »

6. Et pour le « Conseil régional de Bretagne » ?

« C'est une plus-value aussi en termes de lisibilité et d'accès. C'est vrai que dans toutes les strates administratives, c'est celle qui va se développer le plus dans les années qui viennent. Le rapport Attali parlait de supprimer les départements, ce sera difficile à mettre en œuvre. Mais l'idée est d'avoir parmi toutes les structures administratives, la commune, les structures intercommunales, les pays, les départements et les régions, une Région qui va se développer de plus en plus. Et, c'est vrai que pour la Région avoir un point BZH sur internet, cela permet aussi d'être mieux et plus connue par les internautes. Donc là, ce serait plus l'aspect pour attirer des internautes sur des sites bretons. Donc ça, il y a aussi cet aspect-là. Et puis, cela montre le dynamisme de la région, un peu comme la Catalogne. Qu'est-ce que le point CAT a apporté à la Catalogne dans l'absolu ? C'est difficile à définir. Mais, c'est vrai que la Catalogne, c'est une identité, et disons que cela passe aussi par une existence sur internet. Et là, ce serait la même chose. »

7. Et qu'entendez-vous par développement de la strate du « Conseil régional » ?

« On voit ça de plus en plus. La mise en œuvre de la politique européenne que ce soit au niveau de la politique agricole ou au niveau des fonds structurels européens. L'Europe ne donne plus à l'État mais va directement donner à la Région qui dispatche ces aides européennes. Très souvent, quand vous avez des projets avec plusieurs partenaires, comme des routes, vous avez un financement croisé des communes, départements, régions. Très souvent le maître d'œuvre du projet va être la Région. Là, on a un projet qui a dû mal à se mettre en place actuellement, qui est un établissement public foncier régional. Donc là, c'est une structure pour le foncier, pour éviter que le prix du terrain n'explose par rapport à ce qui peut se produire dans d'autres régions. Donc là, encore c'est la Région qui le met en place.

Et pareil, pour tout ce qui est investissement. Alors ça existe depuis pas mal d'années, ce sont les plans État-Région avec donc la Région qui est vraiment l'interlocuteur pour des financements et des investissements lourds. Cela peut être tout ce qui est infrastructures portuaires par exemple, ou la ligne TGV Rennes-Saint Malo. Ce sont des choses très concrètes décidées au niveau de la Région. Et, quand il y a eu la décentralisation. La première décentralisation en 1982, c'était surtout le département qui s'est vu transférer pas mal de compétences en matière sociale notamment. Et là, dans ce que l'on appelle l'acte II de la décentralisation, donc 2003-2004, c'est surtout la Région qui a tiré son épingle du jeu. Et c'est vrai, la Région administrativement, c'est une des structures les plus récentes. Elle apparaît dans les années 1960-1970. Elle est vraiment créée à partir de 1982. Elle a le même statut constitutionnel depuis 2003-2004. Et, en fait, c'est elle qui tend à devenir la plus importante. Et, une des thématiques les plus importantes, une de ses compétences importantes, c'est le développement économique. Donc cela couvre le point BZH. Enfin, on ne pouvait pas imaginer que ce soit un département. Cela paraît plus logique que ce soit au niveau régional que cela se mette en place, et que ce soit le « Conseil régional » qui gère le projet. »

8. Quel serait son rôle à terme dans ce dossier ?

« Là, cela dépend aussi de ce qu'ils veulent mettre en place. Au niveau de la Catalogne, c'est la fondation qui le gère. Pour l'instant l'idée, on est vraiment dans la toute première étape de la faisabilité. Il est vrai que dans le fonctionnement concret : est-ce que ce sera vraiment la Bretagne qui créera une structure *ad hoc* pour le point BZH ? On peut l'imaginer. Mais cela peut être une autre structure ou une association qui serait dans ce cas-là, pas dirigée, mais en grande partie financée par la Région. De toute façon, il faudra de l'argent,

à moins que la structure elle-même, avec l'enregistrement d'adresses, ce soit suffisamment rentable pour qu'elle fonctionne toute seule. Mais je pense qu'il faudra, à partir du moment où le .bzh sera créé, il faudra plusieurs mois ou plusieurs années avant que cela ne devienne rentable. Et donc, c'est vrai que là, le rôle d'appui au niveau de la Région, il est évident. C'est vraiment le pivot qui paraît le mieux adapté. C'est le niveau administratif, le niveau économique. Un .bzh, c'est la Région Bretagne. C'est le « Conseil régional » qui paraît le mieux à même de piloter ça. Après dans son fonctionnement au quotidien, c'est une des questions dont discute le comité de pilotage et de parrainage : comment ça va être par la suite ? Ce sont des choses qui sont à définir de façon très concrète. Ce n'est pas quand ça marchera bien ou ça ne marchera pas, qu'il faudra se poser la question. Il faudra se poser la question dans les mois qui viennent, avant la création. Et le bureau de prospective, il aura aussi ce rôle à jouer de déterminer le mode de fonctionnement au quotidien. Est-ce que l'on fait comme la fondation catalane ou est-ce que l'on colle plus sur une entité, une sorte d'antenne du « Conseil régional » ? Ce sera à déterminer. Pour l'instant, on ne sait pas trop comment. Je n'ai pas eu de retour pour l'instant. Qu'est-ce que l'on vous a dit ? »

9. De ce que j'en ai retenu, ils en étaient au montage du comité de parrainage.

« […] Le président d' « Ubisoft » était prêt à présider le comité de parrainage. Mais tout le monde n'a pas la même sensibilité. *Ouest-France*, pourtant ils ont un site. Les deux journaux ont un site, même *Le Télégramme* va plus loin puisqu'il a une télé sur internet. On aurait pu se dire qu'ils seraient intéressés. *A priori* pour l'instant, ce n'est pas… Financièrement, ils ne veulent pas le faire. Par contre, ce sera plus des encarts publicitaires, des choses comme ça qui seront éventuellement données ou avec des prix intéressants. Mais, pour l'instant, tout le monde tâtonne un petit peu. C'est un peu l'impression que cela donne. Mais, on est dans la phase intéressante qui est d'essayer de trouver le bon équilibre. Et là, pareil, vous verrez le montage financier. Est-ce qu'il vaut mieux avoir de gros sponsors ou plein de petits ? Ou un peu comme il y avait eu pour le scanner à Brest où chaque breton avait donné un petit peu. Donc cela peut-être aussi une forme d'organisation pour récolter de l'argent. »

10. En se projetant dans l'avenir, quels seraient les critères pour qu'un site web obtienne l'extension ?

« Qu'il le veuille déjà ! Ensuite, *a priori* il n'y a pas de tri. C'est une question qui s'est posée au départ qui était de savoir si le point BZH serait uniquement à connotation culturelle. Et en fait, non, il ne faut pas. Déjà, au niveau de l'ICANN, cela ne marchera pas. Et, il faut au contraire que ce soit le plus large possible. C'est comme cela que je le vois. C'est vrai qu'au départ, on peut supposer qu'il y aura peut-être tout ce qui est mouvement breton, tous les centres culturels, ou des choses comme l' « Office de la langue bretonne » par exemple, qui seront intéressés pour y figurer. Mais il ne faut pas se limiter à ça, il faut que ce soit le plus large possible. Sinon, ce ne sera pas viable économiquement et financièrement. Non il n'y a pas *a priori* pas de freins. Le seul frein qui pourrait y avoir, c'est par rapport au contenu. Mais c'est une contrainte que je dirai classique, qu'on rencontre chez tous les hébergeurs de sites, qu'il n'y ait pas de dérives ou de sites un peu tendancieux. Le fait que certains sites seront écrits en breton, il faudra peut-être des modérateurs ou des gens qui iront contrôler de temps en temps ce qui est dit, ou ce qui est accessible sur les sites. Mais ça, je dirai que c'est le classique de tous les hébergeurs d'aller voir quand même ce que l'on dit, la nature de l'information qui est diffusée et ce genre de chose. C'est à la fois l'intérêt et les limites d'internet. On peut avoir tout et n'importe quoi sur internet. Là, il faudra. Ce n'est pas une histoire de contrôler mais il faudra modérer éventuellement. C'est un petit peu la même chose sur la Catalogne. L'idée qu'il y ait des appels indépendantistes violents ou ce genre de plans ou de sites. »

11. Et sur la dimension, l'aspect culturel que l'on avait au départ, vous parliez des centres culturels, de l' « Office de la langue bretonne »?

« Cela peut être un moyen de diffuser la langue bretonne aussi. C'est vrai que pour les gens qui apprennent le breton, l'une des difficultés, ne serait-ce qu'à la télévision, c'est d'avoir des émissions en langue bretonne qui leur permettent d'enrichir leur vocabulaire. Là, c'est vrai qu'à partir du moment où on a sur le .bzh peut-être plus de sites bretons, bretonnants ou bilingues. Ou même ce sera aussi peut-être l'occasion pour les gens qui apprennent le breton de pouvoir échanger de chatter en breton, de faire des choses comme ça. Plus il y aura de supports médias avec la langue bretonne et mieux ce sera *a priori.* C'est ce qui se passe déjà avec la télévision. Les revendications, dès qu'il y a une menace de suppression d'émissions en breton, tout de suite on voit les gens dirent attention. Même s'il y a peu d'émissions, elles sont regardées. Aujourd'hui, la défense de langue bretonne, ce n'est pas… Il y a de moins en moins de gens qui la parlent. Plus on développera des médias et des supports, plus on aura de chances d'attirer des personnes pour apprendre le breton. Et pour ceux qui l'apprennent ou qui le maîtrisent, ils pourront déjà échanger. C'est vrai que les occasions de parler breton, il y en a peu en fait. Il y en avait avant dans la famille mais c'est rare. Cela reste de plus en plus exceptionnel que les gens en famille parlent breton. D'ailleurs, quand on regarde les bretonnants, les jeunes apprennent à l'école et plus en famille, enfin de plus en plus rarement. Moi je ne parle pas du tout mais j'aurai bien aimé. Mais c'est pareil à l'école par exemple, le problème, qui se pose, est que les cours sont inaccessibles ou ils sont en même temps que d'autres cours. Quand vous avez le choix entre apprendre le breton ou l'anglais. Moi c'était le cas dans l'école où j'étais. Donc le choix, il est vite fait, malheureusement. »

12. Quels sont les enjeux de développer internet en Bretagne ?

« Cela part du progrès en général. Il y a encore vingt ans le téléphone portable personne n'en parlait et puis, aujourd'hui tout le monde l'a. Internet, l'accès à internet, tout le monde peut y avoir accès. Maintenant, les communes se battent pour avoir le haut-débit. Là, c'est pareil, cela participe de ce mouvement-là. C'est dans le fil normal du développement d'internet et des médias. Et puis, après, on pourrait très bien imaginer sur ce qui se fait sur les sites en .fr, avoir des journaux spécialisés, des médias internet sur le .bzh, et donc, spécialisés sur la Bretagne. »

13. La réponse du « Conseil régional de Bretagne » a été négative sur le dernier financement ?

« Oui alors les conseillers régionaux qui sont Françoise Louarn et Naïg Le Gars vont relancer pour qu'il y ait absolument un financement. Donc là, c'est toujours pareil. Il suffit qu'il y ait quelques personnes qui ne voient pas l'intérêt de la création du .bzh, et tout de suite, cela traîne et ça débouche sur rien de concret. Dans un premier temps, le financement avait été refusé par le « Conseil régional » et puis, c'était en revenant à la charge en disant concrètement : « la Catalogne l'a eu et donc on peut avoir un .bzh ». Et, là, le financement avait été fait. Pour l'instant, c'est le « Conseil régional » qui finance le groupe de « Bretagne Prospective ». Alors c'est vrai que l'idée, qu'il n'y ait pas que la « Région Bretagne » qui paie, était d'avoir d'autres sponsors. Maintenant si ça peut se trouver. Peut-être que là, c'était aussi une façon de dire aux gens qui font partie de .bzh : « nous ne sommes pas une vache à lait, à vous de vous débrouiller pour trouver d'autres formes de financement ». Mais je ne pense pas que cela va se débloquer, c'est un petit accident de parcours. »

9 - Entretien Mikael Bodlore-Penlaez, initiateur pétition en ligne pour le .bzh

Nom : Mikael Bodlore-Penlaez

Fonction : webmaster de la pétition en ligne « .BZH, une extension Internet pour la Bretagne[1021]»

Date : 22 avril 2008

Thème : « Point BZH, une extension à caractère culturel et linguistique pour la Bretagne »

Extraits :

1. Vous avez lancé une pétition en ligne en 2006, pourriez-vous présenter votre démarche ?

« Au départ, moi je suis militant breton. Il n'y a pas de souci, c'est la base de tout et dans son appellation la plus large. Et, lorsque l'idée d'un point BZH a émergé, je pense que beaucoup de personnes l'avaient depuis très longtemps, au moins depuis qu'internet existe et que les extensions existent. Ça avait d'ailleurs été lancé par quelqu'un, alors qui le faisait de manière très artificielle, il avait pris un point BZ pour Belize et rajouter BZH devant. En fait, le nom de domaine qu'il a pris, était bzh.bz et derrière ce nom de domaine, il a fait des sous-domaines que les personnes pouvaient demander. Et, on pouvait avoir Geobreizh avec un nom de domaine *geobreizh.bzh.bz*. Donc déjà, c'était une idée qui était lancée de manière disons, assez informelle. Ensuite, il y a la création du point CAT par les Catalans. Et avant ça, Christian Ménard avait déjà lancé un appel pour la création d'un point BZH.

Donc, tous ces éléments concordants, et étant pas mal dans la partie internet, je me suis dit que l'idée serait intéressante de faire une pétition pour promouvoir l'idée d'un point BZH et pour inciter aussi les acteurs à se mobiliser sur le point BZH. J'avais déjà créé d'autres pétitions sur d'autres thématiques, par exemple, sur les langues minoritaires, une pétition qui avait recueilli quelques vingt mille signatures en très peu de temps, en quelques semaines. Donc, c'est vrai que la constitution d'une pétition sur internet ne me faisait pas particulièrement peur. Mais, j'aime bien les choses bien faites donc je voulais que ce soit très bien cadré même si au départ, au moins sur la pétition, c'est une initiative individuelle. Mais la création du projet point BZH s'est faite par beaucoup d'initiatives individuelles. Dans les entretiens, vous avez dû voir que cela partait d'un peu partout pour se rejoindre et concorder sur un objectif commun. »

2. Et sur le .bzh.bz, vous avez des informations ?

« Je ne sais pas qui il y a derrière. En fait, pour certains de mes sites, cela m'est arrivé de prendre l'extension, mais il y a de la publicité derrière, c'est-à-dire que la personne fait sa propre promotion. Donc, je ne sais pas du tout qui peut être derrière ça. Je pense que c'est quelqu'un qui est attaché à la Bretagne et qui veut faire son petit business derrière en plus. »

[1021] Le site web de la pétition en ligne est consultable à l'adresse url suivante < http://www.pointbzh.com>

3. Quand vous êtes-vous associés à d'autres personnes ?

« En fait, quand la pétition a été lancée, je l'ai lancé sur « Agence Bretagne Presse » qui est pas mal lu dans le milieu breton. Du coup, cela a généré beaucoup de contacts de presse au niveau régional comme *Ouest-France, Le Télégramme* ou, au niveau national comme *France Info, RTL* et d'autres médias. C'est à partir de là, que la pétition a vraiment bien fonctionné. Cela ne répond pas à la question. Mais comme cet impact médiatique a très bien fait fonctionner la pétition, au départ, donc du coup, les différents acteurs se sont mis autour de la pétition. C'était surtout Christian Ménard qui, auparavant avait cette action mais elle était peu médiatisée. Donc, c'était plus un appel pour créer cette extension. Cette initiative était en fait assez individuelle et la conséquence de cette initiative individuelle a été la prise de position politique sur le fait que cela pouvait être intéressant de créer ce point BZH. Donc, la Région [sous-entendu « Conseil régional de Bretagne »] s'est prononcée et certains départements se sont prononcés. Ça a fait que différents acteurs qui ne sont pas du même bord politique, puisque la Région est à gauche et Christian Ménard est député de droite, ont ou avaient un projet commun, et pouvaient faire en sorte que quelque chose se crée autour du projet. Et le fait que certaines personnes se mettent autour du projet, c'est que ce n'est pas un projet qui demande beaucoup de moyens.

L'idée pour moi, derrière la pétition était de dire aussi attention la création d'un point BZH, ce n'est pas uniquement crier qu'il nous faut notre point BZH. C'est mobilisé des moyens financiers pour pouvoir le faire. Le fait qu'il faille des moyens, et que les politiques se soient engagés, cela a permis de créer quelque chose de plus solide autour de plusieurs acteurs. Et, il fallait un chef de file. Le chef de file, en fait, il n'y en avait pas réellement, c'était vraiment des individualités. La solution qui a été trouvée, c'est que « Bretagne Prospective » puisse travailler sur ce sujet-là, étant donné que la Région voulait qu'un organisme puisse travailler sur ce projet. Et, « Bretagne Prospective » avait par ces travaux une légitimité à travailler là-dessus en étant en lien avec des personnes qui travaillent sur ce sujet. Donc, « Bretagne Prospective » a pour rôle de faire une étude de faisabilité. Et ensuite, elle s'est insérée dans une association qui fédère l'ensemble des acteurs sur le Point BZH. Alors il faut savoir qu'au départ, la pétition a été lancée sous l'appellation « association Point Bzh » mais que c'était une association de fait. Et qu'ensuite, Christian Ménard a déclaré une association en Préfecture. Donc tout cela a été un petit peu chaotique en termes de fonctionnement. Le fait qu'il y ait une association unique qui regroupe tout le monde était beaucoup plus simple. Donc voilà, la façon dont cela s'est construit. »

4. Vous parlez de nombreuses individualités, comment ces personnes se sont-elles entendues ?

« En fait, je pense que chacun a son marquage politique ou personnel. Moi je ne suis pas impliqué dans le monde politique, je suis militant breton. Il peut y avoir un marquage politique derrière mais ce n'est pas un marquage politique traditionnel gauche/droite. Cela a pu créer parfois des petits conflits, et encore, le mot est trop fort pour ce que c'était. C'était plus des façons de vouloir communiquer. Mais, l'objectif commun est la création du point BZH, et on sait que cela demande des moyens à mobiliser et on sait que cela demande un certain consensus sur le projet. Les différents acteurs ont une façon à peu près commune de voir la chose. Sachant que tout le monde est d'accord sur quelle extension pour la Bretagne. Pour la Bretagne, je résume, puisque dans le projet c'est beaucoup plus large. C'est la communauté bretonne, ou d'intérêt breton donc sans être breton ou sans habiter en Bretagne mais en faisant quelque chose pour la Bretagne. Donc la création du point BZH est quelque chose de très simple dans l'absolu. Le projet, l'objectif, il est d'une simplicité absolue. Par contre la manière d'y arriver est très compliquée. Fédérer les différents acteurs est quelque chose de relativement facile puisqu'il ne peut pas y avoir de visions différentes sur l'objectif. »

5. Et comment arrivez-vous à convaincre d'autres acteurs ?

« Christian Demeuré-Vallée a dû vous l'expliquer. C'est clair, pour demander cette extension, cela demande un consensus, mais un consensus qui est total, c'est-à-dire que tous les acteurs en Bretagne, ou qui défendent le fait ou l'idée d'une extension pour la communauté bretonne. Il faut qu'ils soient vraiment très, très solidaires. Et, quand les Catalans ont réussi à la faire, c'est en montrant vraiment quelle est cette solidarité entre les différents acteurs. Donc cela demande aussi de convaincre les acteurs économiques. C'est un des types d'acteurs qu'il faut convaincre en premier. Du point de vue, disons, de la Région Bretagne, ils souhaitent vraiment que les acteurs économiques soient vraiment impliqués pour aller plus loin dans le projet. Et en souhaitant avoir cette vision des acteurs économiques, cela veut dire les impliquer dans la création du projet et que financièrement, ils puissent participer à cette aventure. Sinon les autres acteurs, il y a certains acteurs qui sont déjà acquis à cet objectif. Les acteurs culturels ont tout de suite répondu favorablement et ont montré une bonne volonté là-dessus. « L'institut culturel de Bretagne » l'avait fait, « L'office de la langue bretonne » aussi. Elle avait déclaré qu'elle était tout à fait favorable à la création d'une extension point BZH. Là-dessus, il y a quand même un consensus entre les différents acteurs. Mais c'est vrai que cela n'est pas suffisant. Là, l'étude de faisabilité était de voir si la Bretagne peut avoir une extension du type point CAT en Catalogne. Mais ensuite, le projet est de fédérer des acteurs pour pouvoir déposer un dossier à l'ICANN. »

6. Quels sont selon vous les freins à une extension BZH ?

« Les freins, il y en a deux principaux.

Un premier en Bretagne, si on n'arrive pas à fédérer les acteurs autour du projet, comme je disais, les acteurs économiques, les clubs sportifs comme l'ont fait les Catalans, les acteurs politiques parce qu'ils ont leur part à prendre dans le projet. L'ensemble de la communauté bretonne doit vraiment être soudée autour du projet. Après, c'est peut-être beaucoup dire, mais cela demande au moins des déclarations et ensuite, peut-être une adhésion au parrainage du projet. C'est une cale. Après, il y a quelques marches à franchir.

La deuxième est au niveau du gouvernement et il y aussi une prise de position qui est attendue auprès de l'ICANN. Donc, le gouvernement *a priori* par la voix de la ministre de l'économie, est plutôt favorable à une extension spécifique à la Bretagne. Donc, là-dessus, cela paraît acquis mais cela demande quand même à être confirmé.

Et ensuite, il faut qu'au niveau de l'ICANN, ce projet soit présenté et accepté, en sachant qu'il y en a d'autres projets qui émergent un peu partout, surtout en Europe. »

7. Quels sont les objectifs ?

« Cela dépend du point de vue adopté. L'objectif est simple : doter la Bretagne, ce que l'on entend largement sur la Bretagne, d'une extension spécifique qui marque en gros son particularisme. C'est vrai que l'on est une région qui a une langue spécifique, une culture spécifique, et d'une certaine façon, peut-être des comportements qui lui sont propres. Et, le fait d'avoir une extension propre à la Bretagne, c'est un marqueur, un marqueur même supplémentaire d'identité. C'est comme cela que l'ont vu les Catalans, et c'est comme cela que je l'ai vu au départ.

Mais c'est vrai que dans la perception, disons, des différents acteurs, ce n'est pas uniquement la partie « marquage identitaire », entre guillemets, qui importe. C'est aussi d'avoir un marquage commercial, par exemple, pour des sociétés commerciales qui veulent vraiment marquer leur appartenance à la Bretagne.

Je pense que l'objectif principal est de se démarquer. On est dans une société mondialisée où tout le monde a du mal à retrouver des repères. On a des extensions nationales que certains utilisent parce qu'ils ont une communication qui implique l'usage d'une extension nationale. Mais il y a aussi une communication parfois qui est régionale et qui implique que parfois, on est besoin de pouvoir avoir ce propre marqueur par rapport à cette extension régionale.

Cela ne rentre pas vraiment en concurrence avec les autres, elles sont complémentaires, et cela répond à un besoin spécifique sur une forme de communication sur internet, ce qui n'est pas exclusif. Une personne peut avoir son site internet en extension .fr, souvent à son site en .com. Et si vraiment, il veut marquer aussi sa spécificité bretonne, il mettra aussi une extension en .bzh. Et, c'est un argument, qui a été pris à l'envers qui était de dire : « Oui, mais le fait de rajouter d'autres extensions, cela oblige les personnes qui ont des sites ou les sociétés qui ont des sites à prendre leur nom de domaine avec ces différentes extensions ». Et en général, ou c'est très rare, les personnes ne prennent pas le .org, le .net, le .com, plus le .fr, plus le .biz pour le business, plus le .info. Ces extensions, elles correspondent à des démarches de communication. Donc, je pense que ceux qui prendront .bzh, c'est que, vraiment, ils auront cette démarche de communication sur la Bretagne, n'excluant pas les autres mais pouvant parfois être exclusive, si les objectifs de communication répondent uniquement à cet objectif de marqueur de la Bretagne. Donc c'est vraiment à plusieurs niveaux. Cela permet d'avoir un marché de l'extension beaucoup plus large mais la concurrence n'est pas systématique. »

8. Quel en serait l'intérêt ?

« Franchement, l'intérêt principal que j'y vois, est un intérêt de communication. Une région, surtout que la Bretagne, en France, serait la première région à avoir une extension sur internet. C'est quelque chose qui est marquant pour une communauté, une communauté internet. C'est elle qui sera marquée par cette extension, bien que les personnes qui ne sont pas obligatoirement du monde de l'internet seront sûrement aussi, en fait sont impliquées aussi au projet et penseront que cela aura un impact positif pour leur région. Moi, c'est vraiment l'intérêt principal que j'y vois. C'est un marqueur d'image. La Bretagne qui a sa propre extension, ce sera nouveau. Le point BZH est quelque chose qui est assez connu même en dehors de la Bretagne. Enfin, pour certains c'est une manière un peu folkloriste, pour d'autres, c'est une manière un peu plus intérieure. Donc, pour moi, il y a derrière cet objectif de communication de l'image de la Bretagne. »

9. Quelle est cette image ?

« L'image de la Bretagne, elle passe par plusieurs vecteurs. Le point BZH, ce n'est pas, ça ne sera pas l'image de la Bretagne, mais cela communique l'image. Après, l'image, on a compris, elle est mentale. C'est vrai que l'on additionne plusieurs éléments qui peuvent être culturels, économiques, sociologiques, et qui font cette image-là. Je pense qu'un des gros marqueurs c'est quand même la langue, ou les langues puisqu'on n'est pas une région bilingue mais une région trilingue, parfois, je dis quadrilingue puisque l'on oublie le Poitevin saintongeais du pays de Retz, dans le pays de Nantes. (rires).

Enfin trilingue dans l'aspect français, breton, gallo et déjà ça, c'est un marqueur d'image qui est très fort. Et, je pense que ça, même les élus politiques aujourd'hui sont de plus en plus sensibles à ça. Donc ça fait partie de l'image. Après, il y a tout ce qui est de l'ordre du symbole. Le drapeau breton, on le voit partout. Cela véhicule une image après, ce n'est pas la Bretagne qui est derrière, mais c'est une façon de marquer l'image.

Quand je disais sociologique, on a des comportements qui sont typiques. D'autres régions peuvent avoir des comportements assez typiques, mais cela fait partie de l'image de la

Bretagne. Cette image-là, elle est mentale. Après, on a une histoire particulière qui marque aussi, enfin qui est très marquante et qui comparée à d'autres régions, si on doit comparer à d'autres régions, est beaucoup plus forte en termes d'attaches des Bretons vis-à-vis de leur passé. Mais l'image c'est une image mentale, donc le point BZH fait partie de ce package de l'image de la Bretagne. »

10. Qui pourra être en charge de la gestion du point BZH ?

« La délégation de l'extension sera faite à un organisme qui pourra être un organisme de droit privé ou un organisme de droit public comme l'AFNIC. Ou, cela pourrait être un organisme créé pour l'occasion. Après, cela peut même être un organisme en dehors de la Bretagne. Comme les Catalans ont créé leur propre organisme de gestion de l'extension, cela peut être délégué à des Catalans. Il n'y a pas de frontière nationale par rapport à la gestion des extensions. Donc là-dessus, c'est un point de vue personnel. L'étude actuellement en cours pourra chercher à définir aussi ce genre de choses mais ce n'est pas l'étude actuelle qui va le définir. L'étude a pour objectif surtout de montrer la faisabilité d'une extension. Et, c'est vrai, qu'elle va demander aussi de réfléchir à ce type de façon de s'organiser. Mais à mon niveau, je n'ai pas de préférence, la seule préférence que j'ai, le seul objectif, c'est que cela reste un objectif de création d'extension. Donc ensuite, au plus offrant et à celui qui gèrera le mieux l'extension de se positionner. Je n'ai pas de préférences, et le jour où cela existera que celui qui pourra le mieux le gérer puisse le faire. »

11. Quels sont les sites susceptibles d'obtenir une extension ?

« Si on se réfère aux Catalans, c'est tous les sites qu'ils soient en Bretagne, qu'ils soient au niveau national, qu'ils soient d'ailleurs et qui le veulent, dans la mesure où ils font référence à la Bretagne. Il n'y a pas de restriction en dehors de faire une référence quelconque à la Bretagne. Si c'est un site culturel, c'est de parler de la Bretagne, de la danse bretonne, de la langue bretonne, d'être en breton.

Si c'est un site économique, c'est d'avoir une attache bretonne, un site de production en Bretagne, un marché en Bretagne ou…

Tous types de sites qui fait référence à la Bretagne, il n'y a pas de fermeture. L'erreur que l'on fait, c'est de dire que cette extension point BZH est pour la Bretagne, alors que si elle est créée, cette extension point BZH est pour la communauté bretonne. La communauté bretonne est un terme assez large pour définir toute personne ayant un intérêt vis-à-vis de la Bretagne. »

12. Vous avez parlé de communauté bretonne, mais comment d'autres territoires rentrent dans le projet ?

« Pour moi, la Loire-Atlantique est bretonne. Il n'y a aucune ambiguïté là-dessus. En plus, les élus de la Loire-Atlantique ont voté un vœu pour le rattachement. Les élus de la Bretagne ont voté un vœu pour le rattachement, pour la réunification parce que ce n'est pas un rattachement, c'est une unification qui devrait être naturelle. Mais malheureusement, il faut mettre un re- devant puisque ce n'est plus le cas. Pour moi, il n'y a aucune ambiguïté. Mais cette problématique de la réunification n'entre même pas en compte dans le cadre de l'extension point BZH parce que le jour où une personne qui est à Nantes, qui est à Ancenis, qui est à Clisson ou qui est à Saint-Nazaire veut une extension point BZH, il pourra l'avoir dans la mesure où son site fait référence à la Bretagne, donc à son pays, ou si on le prend dans le sens administratif, à la région administrative bretonne, mais au moins, à la Bretagne. Et la Bretagne est définie, quand on parle de la Bretagne, au sens historique. Si une personne parle de traditions bretonnes de Loire-Atlantique et souhaite une extension .bzh, je vois mal lui

interdire de pouvoir avoir cette extension. Quoique cela puisse être très pernicieux. Mais c'est pareil, moi dans le système point BZH, j'ai cet ancrage, oui de militant breton au sens le plus large. Donc pour moi, il n'y a aucune ambiguïté là-dessus, sur ce que l'on appelle la Bretagne.

La communauté bretonne par contre, c'est quelque chose qui est beaucoup plus difficile à définir. Il n'y pas de nationalité bretonne, il y a une nationalité historique. Il y a aussi une citoyenneté bretonne, une personne qui naît en Bretagne est bretonne, il n'y a pas de distinction à faire. Une personne qui se sent bretonne, qui est bretonne qui est née en Bretagne, qui vit en Bretagne, elle est bretonne. Ou, une personne qui est née en Bretagne et qui va vivre ailleurs, elle est bretonne. Une personne qui a vécu en Bretagne, qui se sent bretonne, et qui va vivre ailleurs, elle est bretonne. Donc cette communauté bretonne est très large, et tant mieux ça permet d'avoir quelque chose, un mixe entre des personnes d'origine et avec des intérêts totalement différents. Et, si elles véhiculent une image de la Bretagne via leur passion pour la Bretagne, ou tout ce qui fait la Bretagne, tant mieux.

Donc voilà, entre la partie territoriale qui ne rentre pas dans le cadre de l'extension mais en même temps, quand on dit breton, il faut bien définir ce que c'est derrière. On sait que l'on a une région administrative, donc légalement la Bretagne ça existe, donc les Bretons existent. Mais c'est vrai qu'au sens historique, la Bretagne a une très longue histoire, donc ça se recoupe.»

13. Comment voyez-vous l'action du Conseil régional de Bretagne dans ce projet ?

« Le Conseil régional a réagi tout de suite lorsque l'idée de l'extension s'est mise en place. En plus de la pétition, il y a eu du lobbying auprès des élus régionaux avec des emails envoyés aux élus, dont certains ont même signé la pétition. Et, la rédaction presque immédiate d'un vœu qui a été présenté par les élus qui font partie de la majorité donc UDB - si je me souviens bien -, et qui a été très bien perçu par l'ensemble des élus. Sachant que déjà au niveau de l'assemblée, les élus de la majorité ou de l'opposition avaient déjà cet objectif-là. Donc, cela n'a pas posé de problème. Maintenant, la Région quand elle a voté ce vœu, elle a dit qu'elle soutiendrait aussi financièrement le projet en allouant 20 à 30 % du budget à dégager pour l'opération, sachant que le budget, on ne le connaissait pas non plus totalement.

Donc, c'est quand même aussi un engagement fort que lors de la signature de la diffusion d'un vœu par la Région, qui pourrait rester abstrait et être mis au placard, on est aussi un engagement financier pour montrer un souhait d'aller plus loin dans la création de cette extension. Pour moi, il y a eu, une implication de la Région qui est forte. Ensuite, ils ont accueilli les personnes qui travaillent autour de ce projet dans leurs locaux. Les réunions se font entre Rennes et Quimper en général, puisqu'en termes physiques, on est à peu près sur ces deux zones-là. Donc, le « Conseil régional » et le « Conseil général du Finistère » prêtent leurs locaux. Quand il y a eu la « Breizh Touch », on a eu un stand qui était prêté avec de la communication. C'est quelque chose qui, je trouve, se passe d'une manière assez impliquée de leur part. »

14. Lors de la dernière réunion, le « Conseil régional de Bretagne » a signalé qu'il ne participerait pas financièrement pour le parrainage.

« En fait, cela part plus d'un quiproquo. C'est ce que je disais, l'enveloppe globale on ne la connaît pas, disons, qu'ils se sont basés sur une enveloppe estimée pour l'étude. Et, c'est vrai que ce n'est pas le budget total. La discussion, entre les personnes impliquées dans le projet et la Région, est de voir sur quoi on se base quand on parle d'enveloppe et, de définir l'enveloppe vraiment aujourd'hui et ce qu'elle est par rapport au moment où elle a été faite disons, de manière un peu implicite et jamais vraiment discutée. Aujourd'hui, l'étape par rapport au financement est vraiment d'arriver à s'accorder sur ce que l'on appelle enveloppe

globale. À mon avis, ils vont se débloquer. C'est logique, ils ne peuvent pas faire autrement. C'est un projet trop important pour la Bretagne. »

15. Qui rencontrez-vous au « Conseil régional de Bretagne »?

« Les élus sont essentiellement Naïg Le Gars, donc élue UDB régionale et qui est sur Quimper. Lors des réunions techniques, on a pas mal de personnes de différents services. Cela peut être des personnes de service de communication quand c'est une partie communication. Il y a eu des personnes au niveau du service juridique aussi, sur ce qui est « nouvelles technologies », aussi. Et, le secrétaire général à la direction générale des services, Hervé Cornic qui est une des personnes membres de l'équipe de direction et qui suit le dossier de très près. Et, on a eu l'implication du Président, lorsque l'on s'est vu pour la première fois, il est venu. Donc ça montre l'implication forte de la Région. Et lorsqu'il y a eu la « Breizh Touch », il a pris un temps pour discuter avec les personnes qui étaient venues de Catalogne et une personne de Paris qui monte un projet sur point PARIS. Donc, il a discuté sur les différents projets et les différents acteurs, donc c'est quelque chose aussi que je trouve important. »

[…] « La pétition est toujours en ligne, les signataires arrivent au fur et à mesure. Elle n'a pas le même impact qu'elle a eu au départ. En fait, l'effet médiatique joue beaucoup. Et, le projet, il reste énormément à faire. »

16. Et, vous restez tout le long du projet ?

« Dans le cadre de l'association, chaque partie est représentée, donc « Bretagne Prospective », l'association « Point BZH » sur la pétition, l'association « Point BZH » avec Christian Ménard. Chacun est partie prenante et est membre du bureau. Je suis membre du bureau de l'association. C'est vrai que sur la partie technique, je n'ai pas non plus les compétences absolues. Moi, c'est surtout en termes de lobbying. Je joue mon rôle à ce niveau-là. En plus, chacun a un rôle à jouer avec des réseaux différents. Pour moi, c'est une association de personnes et une association de réseaux qui font que le projet peut aller plus loin. Mon investissement, il est, vu l'investissement de départ, je ne peux pas me désengager d'un projet pareil et surtout le projet est fabuleux. Donc ce serait vraiment trop bête. Cela demande du temps, mais cela demande moins de temps qu'au départ, donc c'est bon, c'est gérable. Voilà. »

10 - Entretien ANNA JAOUEN, chargée de communication à l'association « DASTUM »

Nom : Anna Jaouenn

Fonction : Chargée de communication à l'association « DASTUM »

Date : 2 novembre 2006

Thème : site web *dastum.net*

« Un cahier des charges a été fait en octobre l'année dernière, suite au départ d'Aurélie, qui était emploi jeune, animatrice multimédia. Donc suite à son départ, et comme elle n'était pas remplacée, faute de budget, l'idée était de refaire le site qui datait un petit peu. Même si le site de Dastum était un petit peu dans les sites avant-gardistes en 1999, quand il a été ouvert, on s'est fait largement rattraper entre temps. Donc d'une part, relooké au niveau esthétique, il y avait beaucoup trop d'informations sur le site qui n'étaient pas remises à jour parce que c'était tellement ambitieux au départ et l'écriture en ligne n'avait pas forcément été prise en comptepar l'entreprise. Quand on changeait une virgule cela nous coûtait des sous et il fallait faire une lettre. C'était un petit peu lourd à gérer. Et d'autre part, c'était aussi pour l'agenda, que les gens puissent auto-saisir leurs informations avec juste une validation par Caroline, qui s'occupe de la revue *Musique Bretonne,* puisque l'agenda tous les deux mois, il paraît dans la revue.

Il y avait deux activités, sachant que le cœur du site est la base d'archives, enfin les bases d'archives puisque l'on a maintenant la base d'archives sonores, et là on vient de les augmenter avec l'index de la revue *Musique Bretonne*, que l'on est en train de tester. Donc, c'est 200 numéros puisque l'on est en train de fêter le 200ème aujourd'hui. Il a en plus la photothèque. Mais pour l'instant, on n'a pas de salarié pour la valoriser. Quand les gens veulent des photographies, ils doivent se déplacer quand même parce que l'on a pas assez de scanners. C'est un service que l'on aura de disponible, le catalogue d'interrogations et voilà.

Le cahier des charges octobre l'année dernière, et puis au vu des évolutions, et notamment le nouveau projet culturel du début d'année, je l'ai modifié et là, je vois que la dernière version elle date du 20 septembre. Au départ, chaque antenne (Dastum) avait aussi dans le site ses propres pages identifiées avec un accès direct. Ce n'était pas la peine de taper Dastum, ni d'avoir des hiéroglyphes, on arrivait directement en tapant Dastum Bro Dreger sur la page de Dastum Bro Dreger sans passer par la page d'accueil. Mais comme il n'y a plus d'antennes mais que des pôles associés et bien, du coup, nous c'est à nous de modifier aussi. »

1. Combien de pôles sont associés ?

« Alors justement. Il y a Paris qui vient d'ouvrir, la Mission Bretonne, et là, je ne sais plus à combien on est, puisqu'entre temps, à Dastum Kreiz-Breizh, il n'y a plus personne, et on ne sait pas si on doit encore les compter parmi nous. On n'a plus de nouvelles.

C'est une question politique, on va dire. Donc on est 10, 11 dans le réseau. Sachant que là, on est en train de travailler avec des écoles de musique par exemple, celles qui sont agréées pour l'instant. Il faut d'abord que l'on se concentre sur des écoles qui sont bien

identifiées et avec des départements de musique traditionnelle pour avoir des points de consultation dans toutes les écoles de musique de Bretagne qui ont un département de musique traditionnelle.

Maintenant, comme on a pratiquement fini la sauvegarde technique et technologique des archives, le but du jeu est de travailler maintenant davantage sur la valorisation et donc d'ouvrir, puisque techniquement, c'est possible de donner un code secret. Là, il a Yfig Troadec qui est parti avec dix musiciens au Kurdistan. Et bien, il est parti avec son code secret et là-bas, il pourra avoir accès simplement au son. C'est techniquement possible, après c'est pour des raisons déontologiques et politiques. Cela peut changer demain. Cela dépend des gens qui dirigent l'association puisque le son est accessible de partout. Mais il faut un mot de passe.

Le but du jeu est d'ouvrir. On va commencer par les écoles de musique. On a déjà eu une première rencontre avec les enseignants des départements de musique traditionnelle et cela avance. Parce que les antennes Dastum, on se rend compte que les trois-quarts se sont fermées avec la fin des emploi-jeunes. Donc on commence par les écoles de musiques et après l'enjeu, c'est d'ouvrir dans les bibliothèques, les archives départementales. Il faut qu'il y ait des conventions de passer. »

2. Donc il y a un mot de passe pour accéder aux archives sonores…

« Donc toutes les bases de données, les catalogues sont consultables en ligne, ça il n'y a pas de souci. C'est un choix, donc avant de regarder, il faut quand même être adhérent. Nous on a fait le choix de tout mettre à disposition… En fait il faut juste s'identifier ici.

Là, je suis identifiée. J'ai la même chose qu'avant sauf qu'en plus il y a le son. Parfois, il y a aussi le karaoké avec les chansons qui sont projetées et traduites. Sinon, quand on n'a pas le code d'identification, on n'a pas cette partie-là. Mais on a quand même les fiches documentaires. Donc ça va plus vite pour eux quand ils se déplacent dans un point du réseau. Voilà le principe. Ce serait bien d'en trouver une qui soit transcrite.

Alors ne sont dans la base que les fonds qui sont accrochés, c'est-à-dire que tous les noms qui sont là, c'est que l'on a forcément la fiche documentaire et le son derrière. Si ce n'est pas accroché, c'est que c'est en attente. En fait, on a le double de ce qu'il y a actuellement de disponible en ligne. Mais là, on attend une subvention pour changer de serveur parce que cela sature.

Et là aussi, on est en train de tester autre chose. On est en train de tester avec un module biographie pour les collecteurs, enquêteurs, informateurs et des documents que l'on a ici. Donc tu tapes « Erik Marchand », et on pourra avoir tous les documents, photographies, archives sonores et les articles de *Musique Bretonne* qui concernent « Erik Marchand ».

[…] »

3. On peut peut-être revenir sur la genèse du site…

« Cela tombe bien c'est dans mon préambule. Alors Dastum est présente sur internet depuis décembre 1999, avec une première version de son site web réalisée par TC Multimédia pour l'architecture générale et adaptée par Ronan, donc le technicien informaticien, qui au départ était technicien sur la numérisation et qui de part ses compétences et ses envies aussi s'est formé tout seul, et maintenant, il fait de la programmation. C'est lui d'ailleurs qui est en train de refaire le site. Donc Ronan adaptait des bases de données dynamiques.

Donc la première version du site ouvrait vers onze rubriques, disponibles en français, en anglais et en breton pour les présentations fixes. Donc déjà dès 1999, on prévoyait les

rubriques adresses : l'annuaire Réseau Musique et Danse[1022], de la revue *Musiques et Danses*, géré par Musiques et Danses en Bretagne. On l'a en ligne depuis le printemps 2004. C'était Aurélie qui s'en occupait donc depuis qu'elle est partie, on est toujours partenaire du projet mais on ne fait plus de mises à jour.

Le site a fait l'objet régulièrement de modifications notamment par rapport à la création des pôles associés et des antennes et la nouvelle base documentaire qui a été mise en ligne en juin 2004. Puisque là, on est avec la version Alexandrie qui est le logiciel interne documentaire. Il y avait une version web mais qui n'était pas du tout satisfaisante. Ça plantait toujours, ça mettait trois plombes à charger. Ronan s'est enfermé trois mois dans son bureau et au bout de trois mois, il est ressorti avec une base que tous les autres centres de musique traditionnelle nous envient puisqu'en fait, c'est de la programmation maison, adaptée à nos besoins. Donc les fichiers son quand on les écoute, ils sont en streaming, c'est-à-dire qu'ils sont en mémoire tampon, on ne peut pas les télécharger, les graver. Si on les enregistre, c'est que des petits malins avec leur mini-disc dévient directement les enceintes dessus, comme la copie cassette avant. Le but du jeu, ce n'est pas, entre guillemets, que les gens « pillent » toute la base qu'ils enregistrent. C'est vrai que maintenant avec les MP3, on peut en cinq minutes enregistrer des centaines et des centaines de fichiers. Ce n'est pas le but et la philosophie de la maison. On a toujours été contre la copie au kilomètre puisque l'on favorise quand même un contact avec un documentaliste. Les gens quand ils viennent ici, on essaie de les accueillir, de les guider dans leur recherche, parce que c'est toujours une discussion. Ils cherchent un truc et puis souvent ils repartent avec autre chose, ça c'est rigolo.

Alors oui, c'est quand même une particularité du site depuis sa mise en ligne, c'est de s'être simplifié parce qu'en général, c'est plutôt l'inverse. Le site de Dastum a été simplifié avec le temps parce que l'arborescence au départ était très très ambitieuse. C'était impossible à tenir, à mettre à jour. **[…]**

Au niveau des statistiques, j'espère que là, on pourra mettre en place un truc où il ne faudra pas avoir bac +5 pour pouvoir lire les statistiques. Les statistiques, c'est très compliqué à lire. Je sais que l'on arrivait autour de 8 000 visiteurs par mois. Ce n'est pas extraordinaire mais ce n'est pas non plus …

Pour le nouveau site, ce sera un site portail qui ouvrira sur pas mal de choses. Et après on attaque le cahier des charges avec carrément les programmations. L'idée étant aussi d'avoir une partie intranet puisque l'on est géré par un conseil d'administration qui change tous les ans. Comme on est une grosse association, comme une PME et que pour suivre les projets, notamment quand on parle de numérisation, c'est vrai que ce sont des termes techniques et que personne n'y comprend rien. Mais ce n'est pas de leur faute aux bénévoles, parce que même si parfois ils travaillent à Dastum cela peut être très très technique. Et puis pour suivre les différents comités de travail, c'est vrai que sur intranet on pourra faire un espace administrateur où il y aurait les compte-rendus des conseils d'administration, des bureaux, des assemblées générales mais qui seraient gardés en archives pour éviter à chaque nouvelle assemblée générale et à chaque nouvelles élections de tout reprendre à zéro. Certains projets mettent beaucoup de temps à aboutir parce que les gens viennent avec des niveaux d'informations très très différents. »

4. Mais la vocation de Dastum est de présenter l'ensemble des terroirs de la Bretagne, donc il y a des pôles à Paris, à Nantes, comment vous transcrivez…

« Alors justement, depuis le début d'année, il y a un nouveau projet culturel que je pourrai te donner, donc une charte Dastum qui a été validée par le conseil d'administration, il n'y a pas très très longtemps et un audit qui a été réalisé et qui est consultable sur place,

[1022] Site web http://www.resonances-bretagne.org/spip/, le 15 novembre 2006, l'annuaire régional répertoriait 5088 organismes.

effectivement pour redéfinir le rôle de Dastum Bretagne par rapport d'une part à ses antennes et d'autre part, par rapport au milieu culturel breton en général.

Donc ça exige un nouveau positionnement de l'association, et là l'objectif maintenant, c'est de constituer les archives du patrimoine oral et musical de Bretagne, de devenir un centre d'archives de référence qui soit dans l'entête de réseau. On oublie les antennes, cela n'existe plus puisqu'en fait ça provoquait une confusion terrible parce que entre Dastum Bro Gerne et Dastum 44. En fait, ce sont des associations qui sont complètement indépendantes. Elles ont leur propre président, leur propre conseil d'administration (CA), leurs propres salariés. Et il y a uniquement une convention déontologique de travail qui est signé avec Dastum Bretagne - en fait quand je dis Bretagne, ça ne devrait pas exister puisque c'est Dastum – pour harmoniser le traitement documentaire et faire en sorte que les archives soient d'une part dans la déontologie du collectage et mises à disposition du public et d'autre part, qu'elles soient traitées sur un plan technique de la même manière pour qu'elles puissent sillonner dans la base régionale commune.

Mais c'est un truc à éclaircir parce que les financeurs ne comprenaient pas ou ne voulaient pas comprendre les liens qui existaient entre les différentes antennes, ce qui posaient des conflits inextricables par rapport aux demandes de subventions, parce qu'ils disaient : « Oui mais on a déjà donné à l'antenne machin » ou « Mais à telle antenne, vous n'avez pas donné ? Oui mais on a déjà donné une subvention… » **[…]**

Mais maintenant, il y aura deux types de conventions :

- une convention pôle associé, donc les antennes vont re-signer une convention pour avoir une convention qui sera la même pour tout le monde puisque l'on ne fera pas de conventions particulières,

- une convention point de consultation, avec les écoles de musique qui deviendront des points de consultation.

C'est-à-dire que pour devenir pôle associé, il faudra remplir les trois missions : collecter, sauvegarder, transmettre, et pour devenir point de consultation, ce sera juste la mise à disposition des archives via internet et intranet.

Et pareil au niveau régional, par rapport aux autres associations qui oeuvrent sur le même domaine, Dastum va essayer de se positionner pour être référent en terme de qualité de sauvegarde technique et de mise à disposition des archives pour éviter d'avoir des bases de données différentes et éclatées. Si l'association a des archives ou fait du collectage, on pourra étudier le traitement technique des archives ici et la mise à disposition après, ce n'est pas forcément via notre base à nous mais que les archives, elles subissent un traitement documentaire qui soit initié ici pour faciliter la sauvegarde. Dastum a depuis quelques années acquis une expérience et une reconnaissance dans ce domaine-là, donc autant valoriser cet aspect. Et pour le collectage, là par contre, le patrimoine oral, ça se partage, donc on sera là pour accompagner des projets mais on n'est pas les seuls non plus à faire ça, en Bretagne. On fonctionne avec des bénévoles, on n'a pas de collecteurs salariés à Dastum. On ne fait que fédérer les énergies et depuis le début, ce sont des bénévoles qui font l'association. Même si depuis la numérisation on se rend compte, que comme c'est tellement technique, que Dastum essuie aussi des critiques comme quoi, on est devenu quelque part trop professionnel, que l'on se fonctionnarise etc. Mais c'est vrai qu'au départ c'est quand même… Notre cœur de métier, ce sont les archives, et ces archives, elles sont là grâce à des gens qui les ont déposées bénévolement et de façon désintéressée à l'association, parce qu'ils adhéraient à l'idée que cela appartenait à tout le monde et qu'il était indispensable de rendre au peuple breton ce qui lui appartenait.

D'ailleurs, je te rappelle qu'au tout début Dastum s'appelait la Magnétothèque Nationale Bretonne. C'était une association militante, qui faisait partie de l'Emsav[1023] avant. Alors qu'aujourd'hui, on est, oui, on a moins cette couleur d'association militante. Moi je pense que Dastum n'a pas de couleur politique, en tout cas pas celle que l'on avait en …, oui il y a plus de trente ans quand cela a été créé. »

5. Le but de Dastum est un principe de sauvegarde, de constituer des archives, est-ce que derrière il y a une mission de viser un public plus large ?

« À la base, c'est tout le monde. Après, c'est sûr qu'on a un gros gros boulot de valorisation. Là, on se rend compte que l'on touche essentiellement le milieu des musiciens, d'un côté tant mieux. C'est vrai que les bagadoù, ils viennent piocher dans la base d'archives et nous, on est là pour ça.

Mais on se rend compte que (on n'a pas fait de statistiques, mais je pense qu'effectivement) les trois-quarts des consultants, puisqu'on les appelle comme ça, les consultants sont des musiciens en quête de répertoire puisque l'on a plus de 70 fichiers sonores et thèmes.

Après, on a des chercheurs aussi sur des thèmes divers et variés. Mais c'est sûr qu'il faut élargir parce que là, par exemple où on n'est pas bon, c'est qu'au niveau de la faculté. Il faudrait que l'on crée davantage de lien parce qu'il y a plein plein de sujets intéressants pour les étudiants en breton, en gallo ou même en littérature, sur la littérature orale. Et on sent bien que là, il y a une passerelle à créer, pour que nos archives, elles servent davantage comme documents sources pour des travaux universitaires. Parce qu'un étudiant, il va forcément aux archives départementales ou à la bibliothèque municipale, mais il ne pensera pas forcément que le document sonore est une source au même titre qu'un bouquin ou une pièce d'archives. Il y a vraiment un travail à faire pour développer un intérêt des étudiants pour le patrimoine immatériel et le statut de l'archive sonore.

Et puis, les enfants aussi. Et là, ce serait super intéressant que Dastum fasse davantage d'actions envers un public scolaire ou pendant les vacances, ou en temps péri-scolaire. Le souci est que nous n'avons pas des locaux adaptés pour l'accueil des enfants. Donc c'est déjà arrivé que des enfants viennent. Il y a deux ans, justement à la Toussaint parce qu'il y avait des ateliers autour d'Halloween, donc on a travaillé sur le conte. Mais au niveau sécurité, ça ne le fait pas. On n'a même pas de sortie de secours. On n'a pas des locaux adaptés pour l'accueil de groupes et encore moins d'enfants.

Malheureusement aussi pas de salle d'expositions, de conférences. Dès que l'on veut faire une conférence ou quelque chose, c'est sur réservation. On en fait quelques-unes ici dans l'année. Pour Mill Góll[1024], il y avait une soirée nocturne à Dastum avec une découverte des archives et une visite en gallo. La visite était en gallo, parce que le documentaliste principal, Jean-Luc, il parle gallo. Tous les ans, dans le cadre de Sevenadur ar Vro[1025], sur la thématique de ces rencontres organisées par le Cercle Celtique de Rennes, on invite un collecteur et on fait découvrir ses archives. Mais à vingt-cinq personnes, on s'arrête. En même temps, pour l'instant, on ne refuse pas encore du monde ! Mais si on faisait venir des collecteurs plus connus, je prends l'exemple de Denez Prigent etc., c'est même pas la peine, on n'a pas les locaux pour. Sinon quand on fait des veillées, pour la Fête de la Musique, par exemple, on a dû aller dans le bistrot d'à côté. Donc c'est un peu dommage. Et pour le 200ème numéro de la revue *Musique Bretonne*, on voudrait le faire aux Champs Libres. Ils nous ont donné leur

[1023] Littéralement mouvement breton.

[1024] Festival de l'association Bertaeyn Galeizz qui se déroule généralement en septembre tous les ans. Site web http://www.bertaeyn-galeizz.com/

[1025] Littéralement la culture du pays, site web : http://www.sevenadurarvro.org/

accord pour le 13 janvier 2007 et ce n'est plus possible. Du coup, on est début novembre et on n'a toujours pas de réponse, et on ne peut pas le faire ici. Nos locaux ont l'air peut-être très agréables comme ça, mais ils ne sont pas fonctionnels.

Pareil au niveau des postes de consultation, on a que deux postes de consultation. On conseille donc aux gens de réserver. Ils peuvent venir de très loin, donc c'est dommage s'il y a un bagad parce qu'ils viennent tout de suite à deux ou trois personnes, les penn-sonneurs, enfin les chefs de pupitres. En plus, il y a un seul casque par poste et s'il enlève le casque, tout le monde en profite. Donc il faudrait que ce soit comme aux Champs libres, que l'on ait une rangée d'ordinateurs avec des casques en série. »

6. Vous redéfinissez votre site, quels sont les objectifs ?

« C'est vrai que pour l'agenda, et la revue *Musique Bretonne*, la personne qui s'en occupe sera ici en tiers temps. L'idée est de simplifier l'agenda en auto-saisie, parce qu'à Dastum ce n'est pas notre vocation. C'est vrai que quand il y a avait des emplois jeunes, Aurélie s'en occupait. C'était intéressant de faire le lien entre le patrimoine d'aujourd'hui et l'actualité de la musique bretonne. Après, il y a d'autres associations qui le font très bien et mieux que nous. On ne va pas non plus aller dépenser du temps, de l'énergie et de l'argent parce que c'est de l'argent public, donc il faut faire attention. Par exemple, il a des sites comme Tamm-Kreiz[1026] où ils sont bien plus avancés que nous. Il n'a pas de besoin là-dessus. Nous, on estime que le travail est rempli par d'autres associations, et tant mieux. Après justement, j'aimerai créer des liens vers ces sites-là, entre la revue et l'agenda de Tamm-Kreiz par exemple.

[…] Et puis, il faut aller voir ce qui se fait ailleurs. C'est important d'aller voir ce que font les autres et de se rendre compte que certains le font et mieux que toi. Cela ne sert à rien non plus. On n'est pas en train de faire un concours du meilleur site internet ! Nous on est les seuls à faire de l'archive. On va essayer de faire ça et d'être irréprochable, en tout cas d'être une référence sur l'archive sonore. Après, on ne va pas faire le concours du meilleur agenda, du meilleur site de festoù-noz.

Par contre, ce serait super si les sites pointaient vers le site de Dastum et la revue *Musique Bretonne*, notamment des sites de groupes. Ce serait intéressant pour le dynamiser aussi et vers les archives sonores. Mais alors là, c'est un autre niveau communication. Je n'ai pas encore réfléchi comment on allait référencer et créer des liens. Et justement, vu que l'agenda, l'annuaire RMD existe, c'était le grand dilemme par rapport aux rubriques de liens. On est sans cesse sollicité pour mettre des liens en échange et ceci cela. Mais nous, en fait on va mettre, mais ça aussi c'est un truc à ne pas se faire que des copains, on ne met à la fin du site que des liens sélectionnés sur des critères objectifs. Ce sont les points du réseau, ce sont les financeurs, ça va être les associations auxquelles Dastum est adhérente au niveau national ou régional, les guides de référence en matière documentaire en Bretagne et en France, donc ça va être - de toute façon, il n'y en a pas beaucoup - , ça va être la Bibliothèque Nationale de France, le Musée des Arts et des Traditions populaires. Pour la Bretagne, ça va être le Cartopole de Baud. On n'est pas adhérent, ils ne sont pas adhérents, mais ils font de l'archive et ils ont une structure publique. La Cinémathèque de Bretagne, l'Institut National de l'Audiovisuel Atlantique. Et tout ce qui actualité, groupes de fest-noz etc., on renvoie à l'annuaire RMD Musique et Danse, en disant que toutes les adresses sont là-dedans et il est actualisé en permanence. Après, j'espère que malgré ça, les gens vont quand même référencer le site de Dastum et les archives sur leur site. Sinon la rubrique de liens, on en a 3000 liens et ça ne sert plus à rien. »

[1026] http://www.tamm-kreiz.com. Renseignements sur les groupes, leurs membres et leur discographie. Dates de fest-noz, extraits d'album, fiches sur les danses bretonnes.

7. Et au niveau de l'histoire de l'association ?

« Justement quand tu arrivais, j'étais avec ma collègue car il y a un DEA, un travail de mémoire de Mélanie Thomas qui a été fait en 2001 où il y a plein d'archives. Je trouvais très intéressant les anciens documents des premiers dépliants de Dastum ; parce que justement sur le site l'historique n'est pas en ligne. Alors justement, l'historique au départ, c'était notre président qui devait le faire parce que c'est hautement politique. Écrire un historique, d'abord les gens ne sont pas d'accord. Certains disent qu'ils étaient là au tout début de l'association, parmi les membres fondateurs, d'autres disent que ce n'est pas vrai. Donc ce n'est pas à moi en tant que salariée, de décider si oui ou non, je raye tel ou tel nom. Donc, justement, je suis en train de réfléchir depuis deux ou trois jours à la forme. Car le président, Charles Quimbert est parti avec tout un tas de documents et quinze jours après, il est revenu en disant qu'il n'avait pas le temps et qu'il n'y arriverait pas. En même temps, s'il pouvait juste faire un petit édito, pourquoi pas. Mais sinon moi salariée, je ne suis pas journaliste en plus, donc ce n'est pas à moi de le faire.

Donc, ce que je pense faire pour l'historique, ce serait l'histoire de Dastum à travers les différents dépliants de présentation depuis les origines. Cela peut déjà montrer un aspect des choses, ou alors, à travers deux dossiers d'*Armen*[1027], un pour les 20 ans et un pour les 30 ans. Et puis dans *Musique Bretonne*, pour les 30 ans, les fondateurs de l'association, enfin ceux qui sont toujours en vie, ils ont fait chacun un article. Ils étaient libres de rédiger comme ils voulaient par rapport à l'esprit des premières années de création de l'association. Je pense que je vais me débrouiller comme ça pour l'historique, parce que c'est politique. Chacun avait à l'époque des raisons diverses et variées, qui ne sont certainement plus les motivations des gens aujourd'hui qui dirigent l'association. Mais voilà, il faut quand même écrire un historique. Pareil pour les éditions, pourquoi Dastum a édité tel ou tel vinyle à l'époque, ou telle ou telle casette. Ce n'est pas non plus anodin comme choix. Et pourquoi Dastum pendant pas mal d'années, elle a eu un président qui a duré pendant vingt-cinq ans, un règne de vingt-cinq ans, son président fondateur. Ce se sont des questions qui sont politiques. Et pourquoi Dastum s'est concentrée sur la Basse-Bretagne à ses débuts et ne prenait pas en compte forcément la culture de Haute-Bretagne. Ce sont les bénévoles, adeptes de l'association qui ont donné cette orientation-là. Et après, on se rend compte que l'histoire, elle est faite aussi avec des personnalités, soient des bénévoles, soient des salariés de l'association. »

8. Et d'après toi, cette vision est-elle dépassée dans le site web ?

« Alors pour l'instant, je te dirai que très franchement, le cahier des charges, moi je l'ai transmis au Président, au bureau, et aucun retour. Non, pour l'instant c'est un travail purement technique. C'est une question que les gens ne se posent même plus maintenant parce que cela paraît naturel. On a un président, Charles Quimbert du pays gallo. Avant c'était Yann Bertrand qui était plutôt bas-bretonnant, chants de Basse-Bretagne malgré qu'il habite à Rennes et que c'est un breton de Paris. Non, non ces clivages-là sont complètement dépassés. Alors c'est vrai que maintenant, c'est dû aux gens qui y travaillent. Moi, je ne suis pas gallésante. Évidemment, *Musique Bretonne*, je vais plutôt écrire en breton, même si les rubriques elles sont bilingues français-breton. L'édito, par contre, il est trilingue, parce que le documentaliste ici peut le faire. Mais moi, je parle breton donc je vais faire plus de trucs bilingues français-breton. Si j'étais gallésante, je pense que je le ferai, ce n'est même pas je pense, je le ferai en gallo. Et si j'étais trilingue, je le ferai dans les trois langues. C'est vrai que c'est un défaut de compétences, en tout cas au niveau de l'envie, je serai super contente si demain on nous proposait des articles en gallo. La soirée découverte, nocturne, il n'y a pas très longtemps à Dastum, c'est moi qui l'ai proposée à Bertaeyn Galeizz. Mais je ne suis pas compétente pour le faire. Mais moi je ne demanderai que ça, qu'à Dastum, il y ait un bon équilibre entre les deux langues régionales. Après, c'est une histoire de personne, de temps.

[1027] Armen "La Bretagne, un monde à découvrir". Site web : http://www.armen.net/

Régulièrement, je me fais insulter par mail parce que mes mails ne sont pas traduits en breton. Mais c'est une question de temps. Déjà, les 35 heures dans la semaine sont bien dépassées, donc c'est une question de temps. Je veux bien être militante, mais des fois le soir, mon communiqué de presse, j'ai un peu la flemme. Tant pis, ce ne sera qu'en français avec une formule de politesse en breton. Mais on a des réflexions des gens qui voudraient que ce soit bilingue systématiquement ou voir le breton en premier parce que l'on s'appelle Dastum. Mais on ne s'adresse pas non plus qu'à ces gens-là. »

9. Quel est la place des langues régionales et autres sur le site ?

« Il est prévu de le traduire en plusieurs langues, comme le premier qui était en français, breton, anglais. Et là, c'est prévu dans plein de langues. En tout cas dans le développement c'est prévu dès le cahier des charges que le site sera traduit, alors pour les pages fixes, car pour les pages dynamiques et qui changent tout le temps, si je les mets à jour, je mettrai autant que faire ce peu en breton. Mais alors tu vois, c'est très compliqué.

Après c'est prévu d'avoir plein de langues, c'est autant que l'on veut. Après il faut juste des gens parce que voilà, c'est pareil, ce sont des budgets, on n'a pas de budgets. Je pense que, si je demandais, j'aurais le budget pour le faire en breton et en gallo aussi, parce que du coup je n'aurais pas le choix, je le ferais faire par des professionnels comme l'Ofis ar Brezhoneg[1028] et Bertaeyn Galeizz. Ou alors ce serait encore moi qui m'y collerais et ce serait corrigé par des professionnels, mais c'est déjà énorme pour le faire en français. Et après pour d'autres langues, ce sera sur du bénévolat, les gens qui voudront le faire.

Mais déjà le dépliant de Dastum est en quatre langues, breton, gallo, anglais et français. Ce n'est pas facile car faire un document en quatre langues, cela coûte quatre fois plus cher. Donc après, il faut aussi une volonté politique. C'est vrai que tu me demandais la place du breton. On n'a pas forcément des gens qui sont militants, pas forcément même pas du tout au sein du conseil d'administration. Et du coup, si je ne le propose pas, ils ne vont pas me demander de le faire. Ce sera plutôt l'inverse, ce sera à nous salariés d'aller défendre, si on veut le faire, on le fait. Mais personne ne va nous obliger à le faire, au contraire. Parce qu'à chaque fois, il faut trouver, là si on a pu publier le document en quatre langues, c'est parce que derrière au niveau des devis, il a fallu trouver des devis défiants toute concurrence pour qu'ils ne puissent pas refuser sur l'argument financier.

Là, je viens de terminer ce matin une petite feuille du catalogue de vente par correspondance. Il est en français parce que le faire en breton et en gallo, ou même en anglais, là ça sort du militantisme. Il faudrait que ce soit des professionnels qui fassent de la traduction en plus parce que l'on ne peut pas tout faire, malheureusement. »

10. le site va être redéfini plus sur le cœur de métier de Dastum…

« D'ailleurs ce cœur de métier de Dastum, je l'ai repassé en premier, parce qu'il y a un an dans le site portail, il n'était pas en première position. Il n'était pas en première position parce que justement on avait gardé « Informations et actualités » en premier. Et donc il y a eu un travail de réflexion sur l'ordre. Dans le cahier des charges, il a fallu faire une charte graphique. Donc l'ordre était : revue *Musique Bretonne*, médiathèque, annuaire, l'association Dastum, boutique, liens. Et là, l'association est en premier, en deuxième la médiathèque, le panorama, informations/actualités qui a changé puisque ce sera de Dastum, et non plus Information/actualités générales, la revue *Musique Bretonne*, la boutique, l'annuaire et les liens. Donc il n'y aura plus que les informations de la maison, justement pour ne pas se disperser et faire des choses que d'autres font très bien et mieux que nous. Ce sera auto-promotion gros sabots. **[…]** »

[1028] littéralement Office de la Langue Bretonne, site web : http://www.ofis-bzh.org/index.php

11 - Entretien Mikael Bodlore-Penlaez, éditeur de *geobreizh.com*

Nom : Mikael Bodlore-Penlaez

Fonction : éditeur http://bzh.geobreizh.com/www/bzh/, www.geobreizh.com, www.eurominority.org et www.compositeursbreton.com

Date : 22 avril 2008

Thème : site web *geobreizh.com*

Extraits :

« Déjà la première chose, c'est un site sur lequel on arrive en premier lieu en breton quand on tape l'adresse. C'est voulu. »

1. Pourquoi ?

« En fait parce que la langue bretonne a autant de légitimer à être affichée sur internet que les autres. Et, Geobreizh est un site en breton et en français. Il n'est pas en gallo, j'expliquerai peut-être pourquoi. C'est vrai que systématiquement on a tendance à afficher un site dans une langue qui est comprise par tout le monde et de se dire que la langue régionale, la langue minoritaire, on la met en second lieu en se disant que ce sont les personnes vraiment intéressées qui iront. Et en fait, ce que l'on remarque, c'est que les gens qui arrivent sur le site en tapant uniquement l'adresse, sont assez peu nombreux par rapport à la totalité des gens qui arrivent sur le site. Et, il n'y a pas de frein à arriver sur un site en breton sachant que celui qui ne parle pas breton va cliquer sur le lien pour aller en français ensuite. C'est vraiment une mise en avant de la langue qui, malheureusement, est souvent peu mise en avant.

Il y a d'autres sites qui réagissent de manière différente par rapport au bilinguisme. Ils mettent les deux langues à égalité. Pour moi, c'est un choix de mettre vraiment le breton en avant, en premier lieu. Ensuite, les francophones qui arrivent sur le site iront de toute façon vers la version en français.

Et ce que je disais c'est que les personnes qui arrivent sur le site uniquement en tapant l'adresse sont peu nombreuses. La grosse part des personnes qui arrivent sur le site, c'est en allant sur des moteurs de recherche. Du coup, ils arrivent par leur mot clé sur le site. Donc souvent ils arrivent sur la page en français. La plus grosse partie des internautes arrivera de toute manière sur le site en français. C'est plus de façon symbolique que l'on arrive sur le site en breton que de façon pratique. Mais je ne me coupe pas des internautes en le faisant. Au contraire, j'incite les personnes qui parlent breton à y aller et les autres de toute façon iront. Voilà. »

2. Et les versions dans d'autres langues ?

« Le thème de la géographie de la Bretagne intéresse, je pense en priorité les Bretons. Le fait de ne pas le faire en anglais, c'est m'éviter beaucoup de travail qui est fait de manière totalement bénévole. C'est éviter à une autre personne du travail parce que mon niveau d'anglais étant assez faible, j'aurai été obligé de solliciter les conseils avisés d'autres personnes comme cela a été fait pour le breton. J'ai travaillé sur une partie du breton qui a été corrigée par une personne qui elle parle parfaitement breton et qui, parfois, a fait les

traductions sans que moi je les fasse. Ma contribution, elle n'est pas faible, mais elle n'est pas totale sur la partie en breton. Donc le fait de ne pas le mettre dans d'autres langues, était un choix pratique. Effectivement le fait de ne pas le mettre en gallo, - c'est une réponse que j'ai faite aussi aux personnes qui m'ont parfois un peu interpellé là-dessus - , je ne parle pas gallo. Il n'y a pas d'hostilité vis-à-vis du gallo, au contraire, je trouve cela intéressant de pouvoir le mettre en avant, mais le travail qui aurait dû être fait derrière est énorme par rapport à l'investissement que je peux donner.

Mais, sur le site, on voit qu'il y a pas mal de projet de posters etc., qui sont mis en avant. Je pense qu'un des prochains projets par rapport à la Bretagne, ce sera une carte de la Bretagne en gallo et en breton. Disons que je me rattrape par rapport à mon investissement sur le gallo dans le site. Mais, il y a une partie en gallo sur le nom des communes. C'est vrai que le site n'a pas une vocation à être dans trente langues comme cela a pu être sur eurominority.org. Mais là, il y a un message et un contenu qui intéressent des personnes qui parlent d'autres langues. Là, on est vraiment sur un contenu spécifique. Je pense qu'il faut aussi adapter ce contenu aux différents locuteurs. »

3. Dans quel cadre, vous êtes-vous fait « interpeller » sur le gallo ?

« Sur le fait que le site n'était pas en gallo, tout simplement. Donc quand on va sur les pages par exemple Loudéac. On trouve le nom de la ville en français et en breton. Et quand on va sur la fiche, on trouve le nom en breton et en français, et pas en gallo. C'est vrai que cela a gêné certaines personnes. Mais bon, c'est une critique qui est largement recevable. Après d'un point de vue technique. Il est vrai que l'argument technique tient très peu la route. On a tendance à donner des arguments techniques pour se dire « occultons la chose ». Mais il y a un aspect technique que je ne maîtrise pas pour le faire donc cela est déjà assez gênant. J'aurai pu le mettre en trilingue, mais le choix a été de le mettre en bilingue pour vraiment avoir la partie breton français. Par contre c'est vrai que dans le plan du site, on trouve le nom des communes en gallo donc toutes les communes qui disposent de nom en gallo, on les trouve sans aucun souci. »

4. Qui vous interpellent ?

« Ce sont les internautes. De toute façon la plupart des contacts qu'il y a sur le site, c'est uniquement par les internautes. Ce ne sont pas des personnes. On ne me téléphone pas ou très rarement pour me demander des choses. Tout se fait par email. C'est vraiment un monde, un petit monde l'internet. »

5. Dans quel contexte avez-vous décidé de mettre en ligne ce site web ?

« J'avais déjà créé un site sur les minorités européennes donc *eurominority.org* qui est un site, disons, international. Il y a une foule de contacts avec l'extérieur. Dans ce domaine, il est vrai que j'aimais bien faire et créer des choses tout simplement. Et, je n'avais rien fait sur la Bretagne. Je me suis dit « Tiens, pourquoi ne pas faire quelque chose sur la Bretagne ? ». En recherchant, par rapport à mes centres d'intérêt, je me suis dit « Tiens, il n'y a rien là-dessus donc pourquoi ne pas le créer. » En fait, c'est parti d'une idée assez simple. Souvent cela part d'une simple idée. Ensuite, ça arrive à la création d'un site réel. En fait, j'en ai pas mal de sites, les deux gros étant Eurominority et Geobreizh. Ce sont des sites qui demandent beaucoup d'investissement au départ et qui ensuite fonctionnent tout seul. Et là, j'étais un peu en manque de création et donc j'en ai créé un très spécifique sur les compositeurs de musique classique bretons de la fin du 19^{e} et du 20^{e} siècle[1029]. Et là, c'est très anonyme. C'est marrant de voir la façon dont fonctionnent différemment les deux sites. Geobreizh n'est pas un site

[1029] Site web consultable à l'adresse URL suivante < www.compositeursbreton.com>

anonyme sur la toile, c'est-à-dire qu'il correspond vraiment à une demande d'informations des internautes. Du coup, il a pris sa place dans un monde qui est énorme. C'est vraiment une toute petite place au sein d'une petite communauté de personnes qui ne font pas partie de cette communauté et qui viennent chercher des informations sur le site. Donc je pense que la première idée de créer le site était bonne parce que cela correspondait aujourd'hui à un besoin d'informations et de communication sur la Bretagne, avec des informations qui sont assez compilées. On ne les trouve pas compilées de cette manière que ce soit dans des livres ou des sites internet. Donc c'est une valeur ajoutée par rapport aux choses existantes. C'est aussi un peu là l'un des objectifs premiers de la création d'un site, créer du contenu sur internet, créer du contenu sur internet qui mette en avant la Bretagne. »

6. Donc vous êtes à l'origine de la création de ce site… ?

« Oui effectivement je travaille souvent en binôme avec une autre personne qui est Divi Kervella sur de nombreux projets. Sur les sites, il participe aux traductions, aux recherches. Quand on fait des livres, pareil, on travaille en binôme. Sur la création, sur le souhait de créer le site, c'était vraiment une démarche individuelle. Et, Divi Kervella a accepté de travailler là-dessus parce que cela l'intéresse, parce que c'est un sujet qui le passionne aussi. Il a des compétences et des connaissances qui, pour beaucoup domaines, sont supérieures aux miennes. Il y a une bonne complémentarité entre lui et moi pour mettre en place ce type d'outil.

7. Quelles sont les autres personnes?

« Il y a une autre personne. Les deux principaux : c'est moi et Divi Kervella. On est passionnés d'héraldique et de vexillologie, ce qui explique ces deux petites fioritures[1030]. Et, sinon, il y a une personne qui a fourni tous les écus des communes. Il avait travaillé sur ce domaine-là. En fait, on le connaît via une association dans laquelle on est membre Divi Kervella et moi-même, qui est une association de collectionneurs de blasons, de drapeaux. Lui a bien voulu fournir ces éléments-là. Il y a une autre personne qui a bien voulu fournir toutes les photographies des églises. En fait, il fait un site de son côté qui est un site technique sur un langage internet qui est DBscript et dans lequel il a une partie sur la Bretagne. Dans ce cadre-là, il a une base de données de toutes les communes avec toutes les églises et toutes les chapelles. Et, il a souhaité et moi, je lui ai demandé « est-ce que cela vous gênerez de participer ? ». Il m'a dit « pas de problèmes ». Du coup, on a lié connaissance par internet. Cela fait trois ou quatre ans qu'on échange uniquement sur ce sujet. C'est assez marrant parce que ce sont des liens internet qui se créent souvent de cette manière-là. Il a beaucoup d'autres contributions qui sont un peu plus ponctuelles de personnes qui amènent des informations, qui amènent des corrections. Cela se fait de manière assez empirique sur la manière de compiler les données, de compiler les informations. C'est un réseau informel d'échanges, ce qui est souvent assez intéressant. Mais disons, qu'il y a un tronc commun de deux personnes principales sur le site, et après, d'autres personnes qui gravitent soit très régulièrement, soit ponctuellement. »

8. Quels étaient les objectifs de ce site?

« L'objectif s'est de créer une information sur la Bretagne, sa géographie tout simplement. Cela a toujours été. C'est pour me faire plaisir aussi. »

[…]

[1030] Mickael Bodlore-Penlaez indique à l'écran les deux blasons. Cf. Analyse Gille d'analyse geobreizh.com.

9. À qui destinez-vous ce site ?

« En fait, il n'est destiné à personne en particulier. Au départ, on peut dire qu'il est destiné aux personnes qui recherchent des informations sur la Bretagne. Mais souvent, la façon dont les personnes visitent les sites internet donc, en tant qu'internautes, tout le monde réagit de la même manière : on tape quelque chose sur un moteur de recherche, on a l'impression que cela nous intéresse, on y va. Cela ne nous intéresse pas, on zappe. Cela nous intéresse, on va plus loin. Donc pour moi, ce sont les personnes qui vont plus loin. La personne initiale qui recherche l'information, elle recherche son information, elle ne recherche pas mon information, elle recherche son information. Et si mon information correspond à l'information qu'elle recherche, c'est bon, c'est gagné. Mais, ce n'est pas gagné à tous les coups. On le voit dans les statistiques, certaines personnes ne lisent qu'une page et partent tout de suite. D'autres personnes, on voit qu'elles visitent sept, huit pages, cela veut dire qu'elles ont cherché à aller beaucoup plus loin dans la recherche d'informations. Mais le site est destiné en gros à des personnes qui recherchent de l'information sur la Bretagne, parce que même, si on recherche de l'information sur la Bretagne, on tombe sur un site de géographie sur la Bretagne. Donc si cela l'intéresse, il ira plus loin. Si cela ne l'intéresse pas, il n'ira pas.

[…]

10. Par qui et où est hébergé votre site?

« C'est une société à Bordeaux qui est spécialisée dans le type d'hébergement pour la technologie que j'utilise. C'est assez spécifique vu que ce sont des bases de données derrière qui sont assez difficiles à gérer, disons, en termes de stabilité du site. Il faut un hébergeur qui soit assez, même très solide derrière. Donc là, c'est le cas. »

[…]

11. Comment constituez-vous cette base de liens?

« Quand cela me prend je fais des nettoyages ou des mises à jour. En fait, quoique le site soit très imposant, derrière il y a une base de données dans laquelle il a toutes, enfin presque toutes les données du site qui sont dans une seule base de données. Donc quand on dit un site avec une fiche par commune. Quand on prend une commune avec un nombre de données qui est quand même assez important, derrière il n'y a pas beaucoup de choses à faire. Par exemple, quand les données du recensement sont actualisées, je prends toutes les données de l'INSEE. Je les remets en un seul bloc avec des logiques de codes INSEE, etc. Donc la mise à jour est relativement simple. Donc ce n'est pas quelque chose qui prend du temps et qui est difficile à faire. »

12. Et les liens vers d'autres sites web ?

« Les liens vers d'autres sites web. Au départ j'ai sélectionné des sites qui me paraissaient intéressants. Et maintenant pour ceux qui souhaitent rajouter leur lien dans le site, c'est eux qui le font directement. Et ensuite je valide, c'est-à-dire que je corrige éventuellement les fautes de frappe, les choses comme ça. Et, je valide. Donc la personne, - c'est fait d'une manière simplissime -, elle donne le nom du site, l'URL, son mail. Et moi je corrige et je valide. Cela rentre dans une catégorie dans le site. Et moi, je lui envoie un email « votre site est référencé dans Geobreizh, veuillez d'en faire de même dans le vôtre ». Cela est fait de manière simple. Le but est d'optimiser, de faire des choses simples.

Par exemple la rubrique, le mail n'est pas très apparente dans le site. Le but était aussi de ne pas être inondé d'e-mail. Il y a un contenu, il est existant. Maintenant si les internautes n'y vont pas, tant pis. Étant donné que c'est une initiative individuelle, ce n'est pas pour entrer dans une mise à jour qui rentre dans un besoin particulier. Évidemment, si quelqu'un m'écrit qu'il y a des erreurs ou que l'on peut améliorer ça, j'essaie d'écouter un minimum

parce que c'est toujours intéressant. Mais le but, ce n'est pas d'être inondé par le site. C'est de créer du contenu et que cela convienne au maximum aux personnes. »

13. Comment avez-vous sélectionné les visuels ?

« Je crée de A à Z tous les visuels. C'est totalement au feeling. Je m'inspire de jolis sites, de Suède ou ailleurs. J'aime bien le design de certains sites ailleurs. Et, après je reprends des éléments, je les retravaille. Je consulte des personnes que je connais pour savoir si cela leur plaît ou non. Et, après avec des photographies d'amis ou mes propres photographies. Cela se fait plus au feeling. »

14. Et, plus précisément les photographies du site vous les choisissez ?

« Au feeling. Je prends des belles photographies, c'est tout, qui ne sont pas de moi obligatoirement. »

15. Et, les cartes ?

« Toutes les cartes en ligne, elles ont été produites une par une. En fait, j'ai un fond de carte sous Illustrator, donc un logiciel de dessin vectoriel, sur lequel il y a les 1500 communes de Bretagne. Donc ça, c'est retravaillé. C'est totalement libre de droit. Je peux travailler ce fichier sans rendre de compte à personne. Et, ensuite je situe mes différents territoires dessus selon les données que j'ai. C'est du fait maison, mais cela fonctionne bien, c'est le principal. En fait, quand on crée ce genre d'outil, comme ce n'est pas de l'outil professionnel, on est obligé de faire beaucoup avec de la débrouille mais cela marche quand même. »

16. Quel est l'intérêt pour vous de présenter des cartes des pays historiques ou traditionnels ?

« Il y a deux choses. Il y a deux types de cartes, des cartes historiques et des cartes administratives. Donc déjà, dans le fait de présenter mes cartes sur le site et, cela rejoint sur ce que je disais sur le point BZH. Là, c'est encore plus marqué parce que j'ai la totale liberté de le faire. C'est que le site véhicule aussi des messages. Il n'y a pas que le contenu géographique sur la Bretagne. Il y a deux messages essentiels derrière :

- La langue bretonne a toute sa place en Bretagne,
- La Bretagne est un territoire qui a toujours était un territoire à cinq départements, à neuf pays, c'est-à-dire incluant tout le temps le pays de Nantes et toute la région environnante, c'est-à-dire ce qui correspond à la Loire-Atlantique. Donc dans le site, il y a exclusivement des cartes présentant le territoire intégral de la Bretagne. Donc, dans la manière de présenter les cartes historiques, c'est de dire « voilà la Bretagne, telle qu'elle était hier, qui garde quand même garde une réalité dans la vie des gens. »

Quand on parle de Cornouaille, de Léon, de Trégor, ça reste quelque chose que les gens véhiculent encore aujourd'hui. C'est souvent très subjectif, mais cela reste dans la culture des gens. Et, à l'est de la Bretagne, on parlera plus de Clos Poulet, de Clos Ratel que même ici, en Basse-Bretagne, souvent on ne connaît pas mais qui qui reste aussi dans la culture des gens. Et, du Poudouvre aussi, les pays autour de la région de Saint-Malo restent encore marqués au niveau du territoire.

Donc le fait de présenter ces cartes historiques, c'est d'avoir cet attachement qui reste réel encore dans le vécu des gens.

Et, le fait de présenter les cartes contemporaines administratives mais en incluant la Loire-Atlantique c'est pour aussi véhiculer l'image d'une Bretagne qui est toujours intégrale. Du coup, quand une personne recherche une carte de Bretagne, dans Google Images pour ne

prendre qu'un seul exemple et tape Bretagne, le but - et c'est un but que je n'ai aucun scrupule à dire et à afficher - est que la personne trouve la Bretagne dans sa dimension historique et non amputée de la Loire-Atlantique. Donc, il y a aussi, même si je disais tout à l'heure qu'il y a un objectif général, il y a aussi un objectif militant qui est clair et qui est subtile car derrière la personne qui va aller voir le site ne va pas le percevoir d'une manière insistante et un peu lourde. Mais elle va le voir d'une manière qui est totalement transparente. Par contre, c'est vrai que cela peut créer de la tromperie. La personne qui va chercher des informations sur les Pays (loi Voynet) ou les communautés de commune, ce ne sera pas la Bretagne administrative. Et en même temps, d'un point de vue de certains cela peut-être de la tromperie, pour moi, non, parce que la Bretagne de toute façon, elle a cinq départements. C'est une vision peut-être obtuse de la Bretagne mais c'est une vision qui est en plus partagée par beaucoup, donc là-dessus, il n'y a pas d'ambiguïté. Donc, quand une personne va chercher les communautés de communes de Bretagne, elle va les trouver sur les cinq départements bretons, tout simplement. »

17. Et comment avez-vous dessiner les pays historiques, vous parlez du Léon, du Trégor ?

« Ah là, cela correspond à un travail sur les sources historiques. Sur certains territoires, surtout pour les Pays historiques, sachant qu'en plus avec les neuf pays historiques mariés avec les broioù, on confond souvent l'entité « bro » avec l'entité « évêché », qui ne sont pas les mêmes territoires en plus. Ils correspondent presque mais pas totalement. Mais les sources sont historiques. On retrouve les cartes, on sait à quelle commune cela correspondait et l'on peut faire des recherches sur les communes. Il y a une seule carte sur laquelle c'est plus difficile, c'est la carte des pays « traditionnels », des 60 pays « traditionnels » de Bretagne où, en fait on mélange des notions qui sont du domaine de la culture, de l'histoire et, qui parfois ne correspondent pas, selon que l'on parle du costume breton de tel pays, de la danse de tel paysou d'autres traditions. C'est souvent par exemple, d'une tradition linguistique mais un peu plus faiblement. Et entre costume et danse, on n'aura pas obligatoirement des pays identiques. Tel ou tel pays va se retrouver avec une commune supplémentaire ou pas. Donc dans le choix des pays, il y a eu un choix arbitraire mais avec une explication sur le fait que cette notion de « pajou », « paier » est une notion très fluctuante. Donc cela est expliqué, donc il n'y a pas maldonne sur la chose. Et, sinon toutes les autres cartes sont de source historique, donc dans la recherche dans des atlas, dans différents ouvrages. »

18. Comment avez-vous choisi le Gwenn ha du ?

« Sur la page de garde, c'est un dessin. Comment ou pourquoi ? Parce que pour moi, le pourquoi est plus évident. Pourquoi ? Parce que pour moi, le Gwenn ha du est le drapeau breton et qu'il représente… On parlait d'images tout à l'heure sur le .bzh. La Bretagne a une image qui se construit autour de beaucoup de symboles même si après cela se construit sur d'autres éléments. Mais les symboles ont quand même un fort impact en termes d'image. Et le Gwenn ha du aujourd'hui, il est pour moi, c'est un des véhicules de la Bretagne, de l'image de la Bretagne. En plus, étant vexillologue et collectionneur de drapeaux, cela tombait de soi. Et en plus, c'est une image forte. Quand on met le Gwenn ha du, c'est fort. Mais en même temps, aujourd'hui, il n'a pas la connotation qu'il pouvait avoir il y a quelques dizaines d'années. Aujourd'hui, sur le Gwenn ha du, il y a un consensus total. C'est vrai que quand on parle des années 1950, le Gwenn ha du, c'était un peu plus dur. Mettre le Gwenn ha du c'est une évidence pour parler de la Bretagne mais, en même temps, c'est un symbole fort qui identifie la Bretagne. Donc le fait de l'avoir mis là c'est ça … »

(Un problème d'enregistrement nous a obligé à reprendre l'entretien quelques jours plus tard)

19. Pouvez-vous me commenter les photographies de la page de présentation du Gwenn Ha du ?

« Le Gwenn ha du est utilisé sur le site parce que c'est une façon très simple de représenter la Bretagne, et d'identifier par la même occasion que le site Geobreizh est un site breton.

Aujourd'hui, c'est un symbole qui est quand même reconnu par tous comme étant le symbole breton. À une certaine époque, surtout dans les années 1950, c'était plus ou moins interdit, ou moins ce n'était pas un symbole accepté par tous. Et aujourd'hui, ces couleurs noires et blanches représentent vraiment la diversité. Et les Bretons l'ont vraiment intégré comme leur symbole. D'ailleurs la Région Bretagne dans le choix qu'elle a fait pour les nouvelles plaques d'immatriculation s'est porté sur le Gwenn ha du. Au départ, il n'était pas prêt à le mettre comme le logo institutionnel de la Région et c'est vrai que ce n'était pas obligatoirement représentatif des Bretons. Finalement, le Conseil régional a fait le choix institutionnel de le mettre sur les nouvelles plaques d'immatriculation dès 2009. Il n'est peut-être pas parfait mais cela veut dire que c'est un symbole universel pour les Bretons. »

« Ce sont toutes des photographies historiques du Gwenn ha du. C'est un drapeau de création assez récente, de 1923 et, quelques photographies actuelles, de détournements également du Gwenn ha du. Le conseil général du Finistère l'avait utilisé sous une forme multi-couleurs pour ses voeux en 2007, en remplaçant le noir et le blanc par des couleurs arc-en-ciel. Je trouve que c'est assez amusant. Cela montre que c'est aussi un symbole qui peut être détourné. Vous avez également une image forte, et celle-là je l'aime beaucoup. C'est celle de Ben Harper lors des « Vieilles Charrues » qui s'était enroulé dans un Gwenn ha du. C'est un symbole fort car Ben Harper est quand même un chanteur internationalement connu, qui représente aussi la diversité. Et prendre ce symbole de la Bretagne devant son public, c'est quelque chose de fort. C'est vrai que le choix des photographies était fait de manière à avoir une partie de l'histoire assez marquée, pour voir la façon dont le Gwenn ha du a été créé, à partir des mouchetures d'hermine ducale jusqu'à aujourd'hui où c'est un symbole qui représente la diversité bretonne. »

24.Vous avez une partie sur la signalétique en Bretagne, quel est l'intérêt de présenter cette rubrique?

« Geobreizh est un site de géographie. Et quand on parle de géographie, on parle aussi de lieux, de lieux de vie, de communes. Et, il est vrai que les panneaux font partie de cette thématique en général. On a la particularité en Bretagne, comme dans d'autres régions en Europe, d'avoir la signalétique bilingue qui se développe de plus en plus, et c'est intéressant à montrer sur internet. On commence à le voir un petit peu sur d'autres sites web également, comment la façon dont la signalétique est gérée par les communes. Les bons et les mauvais exemples. Donc sur le site web, il y a les bons et les mauvais exemples de signalétique bilingue. Donc, les bons exemples sont ceux dont les deux noms sont mis à égalité, ce qui est logique dans le cadre du bilinguisme, tel que le préconise même « l'Office de la langue bretonne ». Et, les mauvais exemples se sont plus des façons de voir le français en très gros (taille de la police de caractères) et le breton en petits (taille de la police de caractères), ou carrément l'absence du français mais là, il n'y a pas de panneaux dans le site sur ce type d'exemples. Donc ce sont des présentations d'utilisation de panneaux bilingues.

C'est quelque chose qui s'est mis en place petit à petit. Il y a eu vraiment, voire un mouvement assez radicale pour demander à avoir le bilinguisme en Bretagne, avec le mouvement « Strourm ar Brezhoneg » dans les années 1960-1970. Ce mouvement gribouillait les panneaux, les panneaux unilingues en Bretagne pour essayer d'inciter les élus à mettre la langue bretonne en avant. Aujourd'hui c'est quelque chose qui est intégré par les élus mais c'est venu très lentement. C'est bien aujourd'hui de mettre en avant ces mouvements pour que

la Bretagne devienne bilingue mais il reste encore pas mal de choses à faire. Voilà pourquoi le choix de mettre ces panneaux bilingues sur le site web a été fait. »

[…]

29.Comment êtes-vous entrés en collaboration avec « l'Office de la Langue Bretonne » ?

« Lors de la sortie du site web, premièrement, j'ai utilisé le nom des communes donc je leur ai demandé si cela ne les gênait pas. Évidemment, cela ne les gênait pas étant donné que le but c'est que le nom des communes soit le plus largement diffusé dans la version bilingue. Donc le premier contact a été de cette manière-là.

Eux, ce qu'ils demandaient aussi, qu'on utilise, enfin c'est que soient utilisées sur le site web les formes normalisées des toponymes bretons étant donné que parfois sur certaines communes, il y a des utilisations de versions très locales de noms. Par exemple, sur la région de Quimper, la commune de Fouesnant utilise le nom « Fouen » qui est l'abréviation en fait de « Fouenant » même si on entend peu le « -ant » en breton, il existe quand même en breton. Donc la forme orale, c'est sans le « -ant », et la forme normalisée avec le « -ant » à la fin. Ils souhaitaient donc que ce soit la forme normalisée qui soit utilisée pour que l'on ne se retrouve pas avec des formes orales dans le site web. Donc, c'est quelque chose qui a été fait de manière concertée avec « l'Office de la langue bretonne ».

Et puis, pour « l'Office de la langue bretonne », il était intéressant de trouver site web de diffusion de l'information géographique bilingue, qui permette de diffuser la langue bretonne tout d'abord, et beaucoup d'autres sites le font, le breton est connu. Ensuite quand d'autres produits ont été réalisés comme les posters, ils ont été associés, ils ont participé aux corrections. C'est donc autant un contact humain qu'un contact technique qui a permis cette coopération avec « l'Office de la langue bretonne ».

30. Vous avez également reçu un prix pour « l'avenir de la langue bretonne »

« En fait, c'était le second prix. C'est vrai que le prix est décerné par la Région Bretagne et « l'Office de la langue bretonne ». Donc j'ai reçu le second prix dans la catégorie particulière. J'avais concouru entre guillements sur le fait de mettre en place différents sites web bilingues en essayant de mettre le plus en avant la langue bretonne, avec le site web Geobreizh et le site web de Radio Kerne qui a été réalisé à peu près à la même époque. Et c'est pour ce site web que j'ai réalisé que j'ai eu un second prix. »

31. Sur la page de présentation des villes, vous utilisez des cartes Google maps, quel est l'intérêt de ces cartes?

« C'est vrai qu'aujourd'hui, Google propose différents outils qui sont quand même très intéressants en termes cartographiques. C'est parmi les acteurs qui sont allés le plus loin dans ce domaine-là. Et ils proposent des modules pour intégrer leurs cartes dans différents sites web. Donc du moment que les données dans un site web sont géolocalisées, il y a la possibilité de pointer sur une ville via la longitude et la latitude. Donc, sur une carte on peut intégrer ce type de modules. Pour Geobreizh, c'est un contenu complémentaire intéressant pour les internautes qui visitent le site web. Ils peuvent aller directement sur les cartes Google ou directement les voir au format satellite. Ce sont donc des modules intéressants à intégrer dans ce type d'outils. Cela répond en quelque sorte aux cartes mentales des internautes par rapport aux lieux. »

[…]

12 - Entretien Régis Le Guennec, directeur de l'agence de communication MBA Multimédia

Nom : Régis Le Guennec

Fonction : Directeur de l'agence de communication MBA Multimédia, éditeur www.breizhat.com

Date : 3 avril 2007

Thème : site web *breizhat.com*

1. Pourriez-vous m'évoquer votre formation et vos fonctions actuelles ?

« J'ai une formation en électronique, un BTS en électronique, et là, je suis PDG de l'agence MBA qui a été créée, il y a dix ans demain. »

2. Quelle est sa vocation ?

« La création de sites internet principalement et de tout support de communication multimédia. »

3. Depuis quand le site web Breizhat est-il mis en ligne ?

« Alors Breizhat fait suite à un premier moteur de recherche que l'on a mis en place en 1997, qui s'appelait *breizhoo.com*. Il y a encore un *breizhoo.fr* mais ce n'est plus à nous. Et Breizhat a été lancé juste derrière en 1998. »

4. Pourquoi avez-vous décidé de mettre en ligne ce site ?

« Historiquement, parce que l'on a participé un petit peu au développement de l'internet breton. Justement parce que moi en fait, j'ai créé une association à Rennes, qui s'appelait Bug, en 1995, dont j'étais le président. Et le but était de vulgariser internet à Rennes, et de façon un petit peu plus large en Bretagne. À l'époque, il n'y avait pas grand chose au niveau des sites. Et justement, c'était pour faire connaître un petit peu la Bretagne sur le réseau internet. Donc c'était à titre complètement bénévole, et maintenant ça nous sert un peu de vitrine technologique pour l'agence MBA qui est identifié beaucoup pour le design, le graphique mais très peu pour l'ingénierie informatique. Donc dès que l'on parle moteur de recherche à un prospecteur, il voit tout de suite *Google*, *Yahoo* etc. ce qui permet de montrer nos compétences, on va dire, en tout cas de les valoriser. »

5. Le site a-t-il été modifié, a-t-il connu différentes versions ?

« Très peu, non, très peu. L'idée étant d'y consacrer économiquement le moins de temps possible, puisqu'en fait la régie publicité, ce n'est pas ça qui le fait vivre, bien au contraire. En gros, aujourd'hui ça nous coûte de l'argent plus que cela nous en rapporte. Donc l'idée était de le rendre le plus autonome possible, c'est-à-dire que l'idée, est vraiment le train que l'on met sur des rails et après, il roule tout seul. »

6. Dans quel(s) objectif(s) ce site a-t-il été créé(s) ?

« L'idée principale est vraiment l'idée du moteur pour rendre accessible tous les sites, rapidement avec un petit peu l'idée genre *Guide du Routard*, où justement on a une validation manuelle ce qui peut prendre du temps. Du coup, c'est un petit peu le maillon faible du moteur puisque l'on a beaucoup de sites en attente de validation, faute de temps justement, puisque pour sélectionner - un petit peu comme le *Guide du Routard* - les meilleurs sites, ou en tout cas ne pas mettre n'importe quoi. C'est un petit peu « Avant d'y aller, vous internautes, on y est passé nous et on a vu que c'était plutôt pas mal, c'est-à-dire qu'on le juge. On lui attribue des étoiles etc. On préfère le côté qualitatif. Quand je dis : « Qualitatif », c'est-à-dire que l'on met un responsable derrière. C'est-à-dire qu'en fait, pour déposer un site internet, puisque ce n'est pas nous qui allons les chercher aujourd'hui, ce sont les gens qui s'inscrivent d'eux-mêmes. Et pour inscrire un site, il faut inscrire un compte, et qui dit compte dit un e-mail. Cela veut dire que derrière chaque site, il y a une personne. S'il n'y a plus personne derrière, le site est enlevé. Donc ça c'est important. Donc ça c'est le côté qualitatif, plus que quantitatif, parce que nous mettre des sites pour mettre des sites, on pourrait en mettre des centaines de milliers. Maintenant je préfère en avoir moins mais d'avoir derrière un contact que justement, on peut contacter plutôt que d'en avoir énormément et que ça n'est pas de valeur. En plus, ce qu'il y a de bien, c'est que c'est eux qui le mettent à jour. Quand je dis que c'est eux qui le mettent à jour, c'est-à-dire que c'est eux qui mettent leur enregistrement à jour. Donc je préfère en avoir moins mais qui soient à jour, que d'en avoir plein mais qui ne soient pas à jour. »

7. Pour les étoiles, sur le site c'est indiqué huit critères… ?

« Oui. C'est qualité, qualité entre guillemets.

C'est qualité en termes d'attractivité, de lisibilité, après, tout ce qui va être sur le fond. C'est-à-dire est-ce que moi j'ai l'information, en dehors du fait qu'il ne soit pas très beau parce que ça, c'est un jugement artistique en plus, mais est-ce que j'ai du fond ? C'est vraiment de l'information pour l'internaute donc une valeur ajoutée pour l'internaute. Après est-ce que je peux avoir une notion de langue, de format un petit peu tendance ? Est-ce que c'est un site d'une page ou est-ce que c'est un site de trois cent pages, ce qui n'a pas le même intérêt.

De tête comme ça, parce que cela fait longtemps que je n'ai pas mis la tête dedans mais voilà à peu près les grandes lignes. Donc, c'est le côté présentation, le côté fond. Donc le fond, la forme. Donc ça c'est important. Et après ça va être tout ce qui va tourner autour, c'est-à-dire la mise à disposition de langues, de bon de commandes pour un site un peu marchand, etc. Tous, ce que je dirai : « les petits services en plus ». »

8. Et par rapport à ce classement, vous avez des réactions des concepteurs de sites ?

« Oui, c'est arrivé mais ça n'arrive pas de trop. Mais c'est arrivé bien sûr, pas très souvent, ça va. »

9. Dans votre annuaire, vous avez un certain nombre de rubriques, comment les avez-vous déterminées ?

« On a travaillé avec une bibliothécaire, il y a quelque temps, enfin au tout début pratiquement. Et, elle s'est chargée de mettre en place l'arborescence et tout ce rayonnage… Et, en gros voilà, ça n'a pas trop bougé depuis. Et l'idée en fait, c'est que l'on a un outil qui nous permet de …, - même s'il l'on ne s'en sert pas énormément -, de l'adapter à la demande. En fait, on sauvegarde tout ce qui est tapé dans le moteur et on sauvegarde également tous les

« clics » sur les rubriques dans l'annuaire, ce qui fait que l'on est capable aujourd'hui de connaître les centres d'intérêts de l'internaute, pas forcément bretons d'ailleurs, d'internautes qui s'intéressent à la Bretagne via Breizhat.

Donc l'idée étant, mais ça, c'est un peu une idée théorique parce qu'après il faut mettre en place des actions derrière, mais c'est intéressant quand même dans le principe. C'est qu'en fait, comme on garde tous les mot clés, les centres d'intérêts, plus les rubriques de l'annuaire qui sont les plus consultées, nous on a un tableau qui met l'intérêt, donc la demande avec l'offre (le nombre de sites), que l'on a dans la catégorie et c'est là, justement que l'on peut faire des alertes en disant :

« _ Attention ! Cette catégorie-là est beaucoup demandée. Il y a un intérêt pour cette catégorie-là, par contre j'ai deux sites en face. A l'inverse, j'ai une catégorie qui est très peu visitée ou j'ai trois cent sites. »

Donc l'idée étant d'aller à la pêche sur les rubriques beaucoup demandées pour aller cette fois-ci trouver des sites et de dire aux webmasters de s'inscrire parce que l'on en a besoin dans le but de l'internaute qui va consulter. »

10. Et rapidement, les catégories les plus demandées ?

« Tourisme.

On peut aller voir si vous voulez mais … En fait on a une grosse partie administration derrière pour gérer le site.

Donc vous voyez les mot clés sont là[1031], ça a très peu bougé depuis le début, comme quoi… On voit bien que « location » au singulier et au pluriel, c'est vraiment quelque chose d'important.

Et pour les rubriques les plus visitées, le premier mot clés s'est « langue bretonne », pardon.

C'est intéressant parce que l'on a pratiquement dix ans de suivi d'intérêts, et je pourrai par exemple vous les donner. Ce n'est pas trop confidentiel et puis, pour vous cela a un intérêt majeur, car ce sont vraiment les intérêts des internautes surtout sur des longues périodes. Statistiquement, je pense que c'est fiable.»

11. Vous parlez des langues, quelle place vous accordez aux langues bretonnes ? J'ai vu que vous aviez un dictionnaire.

« Oui. On n'est pas très au point là-dessus. Cela fait des années que c'est marqué « en travaux ».

En fait, l'idée, au début, c'était de travailler avec l'Office de la Langue Bretonne, pour qui on travaille, qui a un site. En fait, le gros problème que l'on a sur cet outil-là, sur Breizhat en tout cas, c'est le côté vraiment dictionnaire pur. Pour faire vraiment un vrai dictionnaire, c'est vraiment un gros boulot, et en plus ce n'est pas moi qui pourra l'inventer, techniquement peut-être mais pas au niveau du contenu. Donc, il faut s'appuyer sur un organisme, comme l'Office de la Langue Bretonne, surtout qu'ils sont bien placés pour ça, pour nous donner la matière. Sauf qu'eux, c'est pareil, ils font bien attention à ce qu'ils font. C'est-à-dire que le

[1031] Les mot clés sont disponibles sur la page d'accueil de Breizhat à l'adresse suivante [http://www.breizhat.com]

dictionnaire pur, vraiment, ils n'ont pas très envie de se mouiller là-dessus. Le seul truc, que l'on a mis en place pour l'instant, c'est la banque de données au niveau de la terminologie[1032].

En fait, l'idée était de mettre ce genre d'outils, de dupliquer ce genre d'outils sur Breizhat, pour pouvoir… sauf, que l'on a pas encore pris le temps aujourd'hui, de le faire. Et surtout que ça[1033], ce n'est pas en ligne depuis très très longtemps. Donc, on ne l'a pas encore aujourd'hui finalisé sur Breizhat.

En plus, nous somme en train de lancer un autre projet avec eux qui est tout ce qui est nom de lieux, tout ce qui est toponymie. Donc en fait, plus on va multiplier ces outils-là, plus il y aura à terme un intérêt à reproduire ces outils-là sur Breizhat. Donc pour l'instant, on va dire … que c'est … un peu tôt pour ça.

Et autrement, en dehors du dictionnaire que vous avez vu mais qui est vraiment, c'est un peu honteux, on peut avoir en effet tous les sites, par contre le problème, comme on ne peut pas nous pomper la base trop facilement, c'est-à-dire que l'on ne peut pas ne rien tapé et avoir tous les sites web, ce qui serait trop facile pour nous piquer notre annuaire. Du coup, il faut entrer un mot. Donc là, on va retrouver tous les sites qui ont au moins une version en langue bretonne, normalement, enfin à quelque chose près. Donc en fait, il y en a quand même cent cinquante et un sites web avec une version en langue bretonne qui sont référencés, en tout cas connus dans Breizhat.

Donc l'idée vous voyez, c'est qu'en fait il n'y pas beaucoup de moteurs de recherche qui permettent sans aller sur le site et de passer un quart d'heure à trouver un e-mail, et en plus on a toujours pas le nom, d'avoir l'adresse mail et de trouver le contact. C'est très important dans l'idée un petit peu du *Guide du Routard*, de dire voilà, là on est allé voir, le contact il s'appelle Michel Martin. Donc ça cela a un intérêt dans la principe même du *Guide du Routard*, dans le sens où l'on a quelqu'un qui va avant sur le site. Et, si je veux le contacter pour éviter le spam, et d'afficher son adresse électronique sur notre site et que du coup, il se fasse spamer, on passe par un formulaire et c'est le formulaire qui envoie le mail. C'est-à-dire que son adresse électronique, on ne l'affiche pas, on ne la voit pas.

Autrement, on a une idée qui est pas mal qui celle du multi-métrage, c'est-à-dire qu'en fait je peux consulter les sites web en gardant en haut de ma page… bon apparemment, il y a plus de sites qui ne veulent pas que de sites qui veulent bien… en fait je consulte les sites en bas de ma page, et je garde toujours les résultats de ma recherche dans l'annuaire en haut de la page. »

12. Pourquoi avoir mis les catégories comme Breizhmail ou généalogie ?

« Alors l'idée était, comme cela fait longtemps, l'idée était de faire vraiment un *Hotmail Breton*, sauf que cela impliquait un serveur spécialisé etc., beaucoup de frais donc sur cette idée on s'est vite calmé. C'est un petit peu parti en vrille au départ, et puis on est revenu un peu sur terre. Cela ne fait pas très sérieux.

Après le forum généalogique, parce que en effet, c'est quelque chose qui est pas mal demandé. Les petites annonces, cela fait du trafic dessus et cela fait revenir les gens en plus du moteur.

Après on a fait des partenariats au niveau de la musique avec différentes structures en Bretagne pour développer cette rubrique-là. En fait l'idée ici, c'est pareil, ce n'est pas d'avoir tous les artistes bretons mais de travailler sur la qualité avec derrière, ou plutôt des gens derrière.

[1032] Voir le site de l'Office de la Langue Bretonne, page web à l'adresse suivante [http://www.ofis-bzh.org/fr/ressources_linguistiques/index.php]

[1033] TermOfis, base de données terminologiques développé sur le site web de l'Office de la Langue Bretonne

Et puis, les webcams, parce que l'on a été les premiers, à mettre des webcams en Bretagne, du coup on a décidé de s'amuser un peu avec ça. »

13. Quels sont les intérêts des partenariats, j'ai vu que vous mentionnez avec Coop Breizh[1034] ?

« En fait, pour faire court, ce sont des clients.

L'idée, c'est qu'à la fois, ils puissent nous amener du contenu et l'idée, c'est aussi de valoriser un petit peu nos clients via un outil de promotion breton. Donc on va dire que ça, c'est un petit peu le côté commercial.

En effet si je prends les Vieilles Charrues[1035], à l'époque où l'on a travaillé avec eux, cela faisait… là, on avait un lien[1036] de leur site vers Breizhat donc ça augmenté la notoriété du portail. En gros, voilà le but principal. Et le Jardin Moderne[1037], c'était eux, ils faisaient la diffusion de cet outil de promotion d'artistes pour faire en sorte que justement l'annuaire se remplisse tout seul, puisqu'en fait, on ne fait pas promotion. On n'a pas de moyens, on a rien là-dessus en fait, c'est tout à la main, avec nos petits doigts. »

14. Pourquoi avez-vous mis sur le site des images satellites, des webcams etc. ?

« Pourquoi ? Tout d'abord, on a été dans les tous premiers à mettre des webcams en Bretagne. Ensuite c'est quelque chose de très demandé. Il y a une petit peu l'idée de la lorgnette pour savoir ce qui se passe en Bretagne, en direct. En tout cas, ça marche pas mal. L'idée ici de la Bretagne d'un coup d'œil, c'était vraiment de plonger à partir de l'espace sur la Bretagne est de pouvoir en effet trouver des images panoramiques du même endroit. C'est-à-dire que je plonge sur Saint-Malo, j'ai une vue aérienne, une vue satellite, des photographies au sol, une image panoramique à 360 degrés et des webcams qui filment en direct. Ce qui fait que très rapidement, à différents niveaux d'altitude et donc avec différentes vues, j'ai une idée rapide du lieu. Et ça, ça marche à fond. Les webcams par exemple, ça marche chez les expatriés. La diaspora bretonne à l'étranger, c'est clair que eux. Un mec de Concarneau qui est au Brésil, il va aller voir la webcam de Concarneau tous les trois jours.

_ Vous avez des retours là-dessus ?

_ Oui, les webcams pour les diasporas, cela marche à fond. »

15. Combien d'inscrits avez-vous sur la diaspora ?

« Dans l'annuaire, on doit avoir quatre ou cinq mille comptes à peu près. Mais alors ce n'est pas forcément que des membres de la diaspora mais l'on a à peu près quatre ou cinq mille comptes. »

16. Votre annuaire s'intitule « Le guide du web breton », qu'entendez-vous par web Breton ?

[1034] Coop Breizh, entreprise du disque et du livre en Bretagne, site web à l'adresse suivante [http://www.coop-breizh.com/]

[1035] Associations Vieilles Charrues, festival de musique organisé le troisième week-end de juillet, site web à l'adresse suivante [http://www.vieillescharrues.asso.fr/festival/index.php]

[1036] hypertexte

[1037] Association Le Collectif, le Jardin Moderne est un espace de création pour les musiques actuelles, site web à l'adresse suivante [http://www.jardinmoderne.org/presentation.htm]

« Oui. C'est une bonne question. En fait c'est le web, en gros c'est le web des Bretons mais pas forcément en Bretagne. C'est-à-dire que là, on référence à la fois des sites de non-Bretons qui vivent en Bretagne et parlant de la Bretagne mais également de Bretons à l'étranger parlant d'un sujet hors Bretagne.

Donc quand on parle de web Breton, on parle de la Bretagne et du web des Bretons.

_ Donc des expatriés y compris ?

_ Oui mais qui ne parlent pas forcément de la Bretagne. On peut très bien avoir, je ne sais pas moi, un expatrié de la diaspora bretonne qui lui parle de son coin et qui a un nom bien breton. Il a un intérêt d'être là-dedans. »

17. Et au niveau de la couverture géographique, quand vous parlez de la Bretagne ?

« Alors ça, ça a fait causer un petit peu. (rires). Cela a fait causer un petit peu parce qu'à l'époque on n'avait pas dû mettre Nantes, j'espère qu'on l'a mis depuis, je ne sais même pas. Oui. Mais au début, on ne l'avait pas mis. Et en plus, au début on avait mis une carte dans Breizhcam, je crois, où justement, on avait coupé Nantes aussi, donc ça a causé pas mal. Mais enfin, (rires) on a élargi un petit peu ça. »

18. Quels sont les contenus selon vous qui sont ou qui seraient à valoriser sur votre site ?

« … Je ne sais pas de trop, je pense qu'en effet. Tout d'abord, nous, on en fait plus une priorité chez MBA Multimédia parce que l'on a d'autre chose à faire. En plus, il y a tellement d'autres sites qui sont arrivés depuis qui apportent une information soit pertinente, soit plus ou moins pertinente, donc on ne va pas s'amuser à réinventer la roue. Entre guillemets, on s'est fait un peu doublé depuis le lancement, parce que l'on n'a pas, on ne s'est pas forcément impliqué faute de moyens dans le portail.

Non je ne sais pas de trop, mais en effet tout ce qui est prénoms bretons par exemple. On avait commencé à recueillir des choses là-dedans mais le côté prénoms bretons est quelque chose de très demandée donc on pourrait faire une base de données pour trouver un prénom breton. Ce n'est pas très dur, en plus, on a déjà plus ou moins la base, notamment dans le dictionnaire. Car même si l'on a pas la base, on a quand même quelques mots qui sortent à chaque chargement de la page. Donc en fait, on a déjà une base de données derrière.

Après au niveau de l'annuaire, non l'annuaire, c'est plutôt l'inverse en essayant de le rentabiliser, en faisant payer l'inscription. Donc là, si on veut aller plus loin nous, on va essayer de faire payer l'inscription pour justement se donner les moyens et mettre des ressources qui s'en occupent tous les jours. Et là, on est plutôt à la rue parce que l'on a pas de moyens. La preuve est qu'il a pratiquement un quart des sites qui sont en attente[1038]. Donc ça, c'est un peu dommage, et ça, ça braille. Car certains sites sont en attente depuis un an ou un an et demi. Je n'ai pas les moyens parce que cela prend énormément de temp. Il faut aller sur les sites, il faut les noter. Alors on l'a fait sur nos deniers mais cela m'a coûté de l'argent.

Donc je ne sais pas, en terme d'évolution, il faudrait creuser un peu plus le sujet mais aujourd'hui ce n'est pas d'actualité. Et en plus, au niveau graphique, ça va, ça tient pas trop mal la route pour un site qui est de 1998, il n'est pas dépassé. Donc il va continuer à rouler. »

[1038] Sur la page d'acceuil du portail Breizhat, en dessous du logo, il est indiqué « 3803 sites et 972 sites en attente »

13 - Champ thématique de la Bretagne

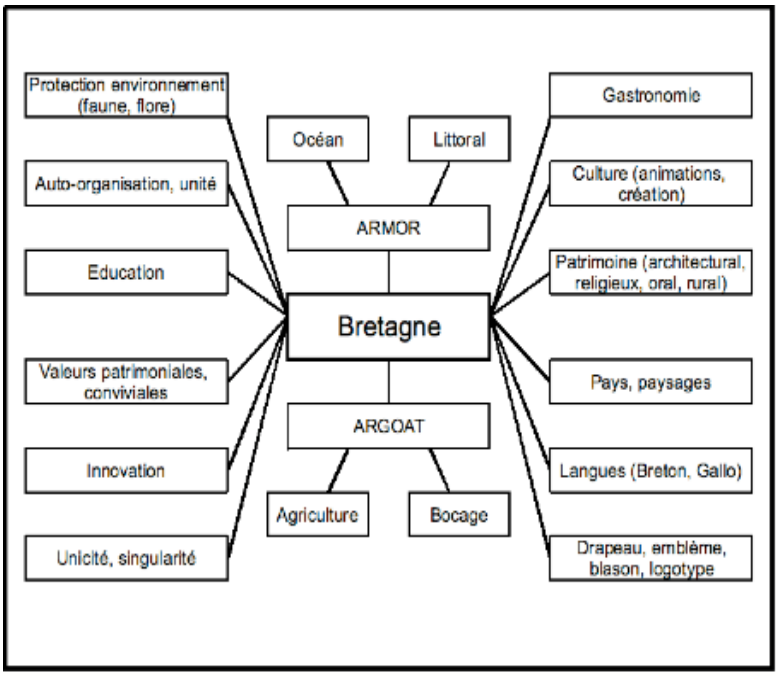


Figure 42 Représentation schématique de la thématique Bretagne

- ARMOR/ARGOAT : Il convient d'expliquer un fait géographique mais aussi cette antinomie pleine d'imaginaires entre l'Armor et l'Argoat, littéralement "contre la mer" et "contre le bois", *grosso modo*, le littoral et la terre. Cette Bretagne centrale, argoat, La Borderie la voyait occupée "par un énorme bloc sylvestre, muraille de Chine, arborescente[1039]". Avec 2730 kilomètres de côtes, la Bretagne possède une "Ceinture Dorée[1040]" regroupant les villes du littoral, considérées comme plus riche et une Bretagne intérieure, déjà considérée comme "pauvre" et "déclinante" au 18ème siècle[1041]. Cet emboîtement devient opposition suite à l'urbanisation de la Bretagne. "Le mouvement d'urbanisation, en Bretagne, est tardif (les ruraux y sont majoritaires jusqu'en 1962) mais vigoureux entre 1960 et 1975, au profit surtout des villes de Haute-Bretagne (Nantes et Rennes) et du littoral, mais au détriment de la Basse-Bretagne intérieure, qui évolue vers un "désert breton" analogue au Limousin[1042]". Dans le cadre des images usitées sur les sites web, l'armor et l'argoat sont deux grandes catégories qui ont été chacune subdivisée. L'armor se décline au niveau de l'océan, au sein duquel sont regroupés la pêche, la plaisance, le trafic maritime, les îles et le littoral, redécouvert par les loisirs nautiques, le tourisme, la plage. L'argoat a été marqué au cours du 20ème siècle par une agriculture performante et une modification des paysages plus particulièrement le bocage. Ces deux catégories armor et argoat se rapprochement de thèmes que sont la protection de l'environnement et des paysages.

[1039] Jean-Jacques Monnier, Jean-Christophe Cassard, *Toute l'histoire de la Bretagne, Des origines à la fin du XXème siècle*. Morlaix: Skol Vreizh, 1999. p. 118

[10401040] Jean-Jacques Monnier, Jean-Christophe Cassard, *Toute l'histoire de la Bretagne, Des origines à la fin du XXème siècle*. Morlaix: Skol Vreizh, 1999. p. 353

[1041] Ibid.

[1042] Jean-Jacques Monnier, Jean-Christophe Cassard, *Op. cit.,* p. 764.

La thématique de l'océan se décline selon des champs d'activités comme la pêche, la plaisance, le trafic maritime ou les îles.

Le littoral prend en compte les loisirs nautiques, le bord de mer et le tourisme.

L'agriculture se retrouve dans les écrits sur le processus de mécanisation au cours des années 1950, de la « révolution agricole [1043]» et aujourd'hui, du secteur de l'agro-alimentaire. Face à cette mécanisation de l'agriculture, le remembrement a conduit à une modification du bocage, dont la protection se retrouve autour de la reconstruction des talus, ou le plan « Breizh Bocage » soutenu par le Conseil Régional.

- Protection environnement (faune, flore) : La première société de la protection de la nature date de 1912 autour de défense du macareux moine face à une chasse excessive. La qualité de l'eau, les marées noires sont des exemples de cette protection de l'environnement qui se retrouvent dans des actions associatives et politiques, et régulièrement dans l'actualité régionale.

- Auto-organisation, unité : La quête d'institutions régionales est présente depuis les années 1950 avec l'action du CELIB. Jean Ollivro parle de « bouillonnement et [d']inorganisation »[1044], une inorganisation complexe et non désorganisée. « C'est même souvent quand elle joue sur l'informel et le partenariat peu structuré que la Bretagne apparaît gagnante. [1045]» Derrière ces structures souples, autonomes, les acteurs se sont unis temporairement sur certains projets, comme l'exemple des quatre-voies en 1968 ou des lignes à grande vitesse TGV en 2006.

- Éducation **:** Le bon taux de réussite au baccalauréat en région Bretagne s'oppose à l'illettrisme et à l'analphabétisme de la fin du 19ème siècle. L'éducation, la transmission des valeurs et des métiers étaient alors en breton en Basse-Bretagne, opérées sur le mode de l'oralité. Aujourd'hui, l'action de la Région Bretagne se décline entre éducation et formation professionnelle. Parallèlement, l'enseignement supérieur est un enjeu dans la dite « société de la connaissance ».

- Valeurs patrimoniales et/ou conviviales : Valeurs qualifiées de « traditionnelles » ou « judéo-chrétienne » comme le travail, la volonté ou l'ambition par Ronan Le Coadic[1046], ou valeurs dépassant le modèle mercantile pour Jean Ollivro[1047], il est difficile de les définir de prime abord sans tomber dans la stéréotype psychologique voire idéologique. Le breton est têtu nous dit René Pleven alors que pour Philippe Modol[1048], ce « penn kalet », littéralement « tête dure » provient d'un mythe celtique repris dans la tradition bretonne et galvaudé par la francisation du terme. Matriarcat psychologique des bretons pour Philippe Carreer, la famille, la fidélité en amitié, la justice, l'honnêteté, la modération dans les choix politiques

[1043] Jean-Jacques Monnier, Jean-Christophe Cassard, *Op. cit.*

[1044] Jean Ollivro, *Les paradoxes de la Bretagne*, pp. 73-91

[1045] Jean Ollivro, *Les paradoxes de la Bretagne*, p. 78

[1046] Ronan Le Coadic, *L'identité bretonne*, pp. 408-409

[1047] Jean Ollivro, *Les paradoxes de la Bretagne*, p. 60

[1048] Philippe Modol, Télévision et culture régionale : recherche d'une corrélation entre un modèle culturel et un programme régional: France 3 Ouest. Thèse de doctorat en sciences d'information et de communication, Paris IV, 1998

notamment, le lien social lors de rassemblements, la solidarité forment en apparence cette cohésion sociale autour de ce que nous nommerons des valeurs patrimoniales et conviviales.

- Innovation : La région Bretagne a développé des expériences multiples en matière de télématique, de réseaux câblés et de nouveaux services, mais elle a surtout réalisé des infrastructures de télécommunications innovantes comme le montre le réseau internet haut débit Mégalis ou antérieurement le réseau téléphonique numérisé. La mise en place de ces réseaux, souvent pilotée en collaboration avec le CNET devenu France Télécom R&D, s'est accompagnée d'un imaginaire entourant les technologies, sur la modernisation, la croissance économique, le changement social, etc. Cette innovation technique a aussi un double, celle de l'innovation sociale dont l'internet apparaîtrait comme un outil.

- Unicité et multiplicité dans la singularité : Difficilement définissable par les acteurs, mais toujours présente dans les discours, « la Bretagne » personnage à part entière est l'élément qui fait sens pour l'action. Cette singularité englobe toutes les autres catégories présentes dans ce champ sémantique mais malgré l'unicité de sa convocation, son usage et sa convocation sous toutes ses formes ne fait pas l'unanimité. La Bretagne conforte l'unité identitaire tout en n'étant pas un élément communautaire.

- Gastronomie : Les mets dits « bretons » inondent les présentoirs de cartes postales, les chefs cuisiniers bretons ornent les couvertures des magazines. Crêpes bretonnes, galettes bretonnes, langoustines sauce armoricaine, cidre fermier, pâté Hénaff etc. participent à ce champ sémantique et sémiotique de la Bretagne.

- Culture (jeux et fêtes traditionnels, création) : Animée par ces festivals, la région Bretagne passe du folklore, de la tradition (pardon) aux musiques actuelles (festival « Transmusicales » de Rennes). Il est impossible de mentionner tous les festivals bretons, quelques uns allient sport(traditionnel), musique et création comme le « Festival Interceltique » de Lorient ou « Les Vieilles Charrues » de Carhaix.

- Drapeau, emblème, héraldique et blason, logotype : Créé par Morvan Marchal, le Gwenn ha Du (blanc et noir) est le drapeau breton, qui représente par ces bandes les anciens évêchés, et reprend la moucheture de l'hermine porté par les armoireries des Ducs de Bretagne. L'emblème herminé se retrouve pour de nombreuses institutions (par exemple la ville de Vannes, l' « Institut culturel de Bretagne »), avec mention parfois de la devise ducale dans les trois langues : *Kentoc'h mervel eget bezañ saotret* (breton) ou *potius mori quam fœdari* (latin), ou « plutôt la mort que la souillure » (expression traduite en français). L'hermine a de même fait réapparition sur le logotype de la Région Bretagne, son retrait sur l'ancien logotype était controversé. La mention BZH (signifiant *Breizh*, littéralement Bretagne) ou le triskell (triade terre, eau, air) issus de la culture celtique intègrent cette catégorie.

- Langues (Breton, Gallo) : Le breton pour la Basse-Bretagne, le Gallo, « la langue romane de la Bretagne [1049]» pour la Haute-Bretagne sont les deux langues en Bretagne en sus du français. Sans retracer l'histoire de ces langues au cours du 20ème siècle, il est à noter que 250000 locuteurs de breton, dénommé bretonnant selon le sondage TMO ouest de 1991 ou de

[1049] Francis Favereau, *op. cit*., p. 36

l'INSEE de 2003, et environ deux fois plus de personnes qui le comprennent. Environ dix milles écoliers fréquentent l'enseignement bilingue, et le Conseil régional de Bretagne souhaite doubler ce chiffre. L'enseignement bilingue à l'école revient régulièrement dans le débat sociétal. Associées au militantisme, les langues bretonnes prennent peu à peu place sur les panneaux de signalisation routière ou de transport en commun, peu dans les médias (télévision et radio) avant l'arrivée de l'internet[1050]. Aujourd'hui des sites web institutionnels sont traduits en breton (par exemple la ville de Vannes).

- Pays et paysages : Le paysage, de la peinture du 18ème au romantisme poétique du 19ème siècle, est souvent associé à l'identité selon une question du regard et non de l'écriture institutionnelle. Ce paysage s'associe généralement à un pays, dénommé bro (nom commun de genre féminin) dont la notion est complexe en Bretagne, et assez « galvaudé » aujourd'hui[1051]. Outre les pays « de solidarité » présents dans le Livre Blanc du CELIB qui n'ont aucune structure formelle, ni effective, nous en distinguons quatre types :

- le pays issu de la loi Voynet,
- le pays issu des neufs diocèses ayant une pertinence touristique, voire économique autour des villes de Quimper (Cornouaille), Léon, Tréguier, Vannes, St-Brieuc, St-Malo, Dol, Nantes et Rennes,
- le pays issu des pagi, avec parfois des danses associées à ces pays, comme par exemple, Trégor, Pagan, Poulet, etc.,
- le pays issu de terroirs (danses et costumes) en référence aux couleurs des costumes avec par exemple les pays Glazik, Rouzik, Melenik etc.

- Patrimoine (architectural, religieux, oral, rural) : Le patrimoine entre le domaine de la sauvegarde. Il se décline dans le domaine de l'architecture et du religieux, mais aussi du patrimoine oral et rural de Bretagne.

[1050]Stéphane Moal, Les émissions en breton à la radio-télévision. Évolution depuis 1960 et étude d'un cas : le journal télévisé An Taol Lagad, Thèse en Celtique. Janvier 2004

[1051] Revue Bretagne[s]. Bretons d'aujourd'hui et de demain. *La question des territoires en Bretagne*. Rennes : PUR, avril-juin 2007, n°6

14 - Grille d'analyse du site web *antourtan.org*

14 - 1 - Étape 1 : Les procédés de nomination et de visualisation

Dans un document téléchargeable sur le site web et intitulé « Association An Tour Tan, 1998-2008, Cyber Fest Noz, 10e édition 20 septembre 2008 », les informations suivantes sont fournies :

« Quelques dates :

1998	Création de "An Tour Tan"
1999	Retransmission en direct du 1er Cyber Fest Noz
1999	Création d'une rédaction d'actualités sur internet
2000	Diffusion de reportages vidéos sur internet
2000	Création du pôle de couverture évènementielle
2001	Diffusion en différé des radios en Breton
2003	Réalisation et sortie du Cyber Fest Noz en DVD
2003	Création de l'émission de web-tv mensuelle "Skinwel-web"
2004	Diffusion en direct de Radio Kerne
2005	Réalisation et diffusion live du concert "Skoazell Asia"
2007	Création de la télévision sur internet "tv.antourtan.com"

Quelques chiffres (au 1er janvier 20087) :

- Visiteurs mensuels (moyenne) :	165.000
- Articles archivés depuis novembre 1999 :	1.836
- Photos archivées depuis novembre 1999 :	46.267
- Nombre de vidéos archivées :	6.641
- Durée totale des vidéos réalisées & archivées :	625 h
- Nombre d'inscrits dans la liste de diffusion par mail :	28.229
- Nombre d'inscrits dans l'annuaire :	4.381
- Nombre de liens et adresses :	853 »

Ces quelques données montrent la forte présence de la vidéo et des archives sur *antourtan.org*.

antourtan.org est défini par ses éditeurs-concepteurs comme un portail. Il a été réalisé en collaboration avec l'agence de communication « i comme », installée à Quimper.

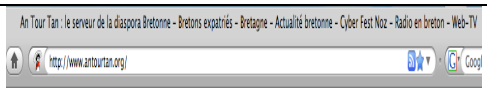
Catégories	Repères	Expression textuelle	Expression visuelle
Nom et contexte « nomination »	**Identification du site web**	www.antourtan.org	 *Figure 43. antourtan.org, nomination dans la barre d'adressage du navigateur, avec flux RSS et description*
	Identité particulière	« An tour tan serveur de la diaspora bretonne, actualité bretonne, cyber fest-noz, radio en breton, web-tv… »	Logotype : un phare *Figure 44. antourtan.org, le logotype phare* Slogan : diaspora et prestation

			 Figure 45. antourtan.org, identification de la fonction du site web
	Adverbiaux		Fenêtre pop-up et bandeau présents sur tous les bas de page pour mentionner les marques déposées : - An Tour Tan© - Cyber Fest Noz© - Skinwel-web© - Bagadoo© « An Tour Tan©, Cyber Fest Noz©, Skinwel-web© et Bagadoo© sont des marques déposées. Reproduction ou utilisation soit forme papier ou autre interdite Hébergement : i comme à Quimper (contact@icomme.fr) »
	Production/gestion	Association « An Tour Tan »	Fenêtre pop-up
	Type de sites web	Vitrine culturelle, site d'organisme social et communautaire,	*antourtan.org* se qualifie de « portail »
Organisation globale de la page d'accueil	**Localisation (adresse postale)**	An Tour Tan web Média 4 rue de Kérogan 29000 QUIMPER Tél. 02.98.10.21.16, contact@antourtan.com	Fenêtre pop-up
	Identification du territoire physique de référence	« En Bretagne, nous sommes… » « Quimper »	
	Information pratique sur le « lieu » physique	/	/
	Temporalité	« et il est… Nous fêtons aujourd'hui les …» « Dernière mise à jour du 13/11/2008 à 20h59 » « Quoi de neuf sur An Tour Tan ? »	Fenêtre Pop-up présentant un « journal des mises à jour » avec mentions des « mises à jour récentes depuis le 05/08/2005 ».

Interprétation :

La nomination d'*antourtan.org* repose sur le nom en breton, littéralement « phare » en français. Cette nomination est appuyée par un élément graphique, le dessin d'un phare qui correspond au logotype à la fois de l'association, du site web et de l'entreprise média. Cette nomination composée du nom, du logotype, du slogan et des outils disponibles est présente

dès la barre d'adressage du navigateur. La syndication au contenu du site web est disponible dès ce lieu.

Sur toutes les pages, il fait mention dans le bandeau inférieur, qu'« An Tour Tan », « Cyber Fest Noz », « Skinwel-web » et « Bagadoo » sont des marques déposées.

La pratique d'un lieu du territoire physique n'est pas présente. L'élément qui attache cette page d'accueil dans le territoire physique est donc la temporalité présente autour de trois éléments :

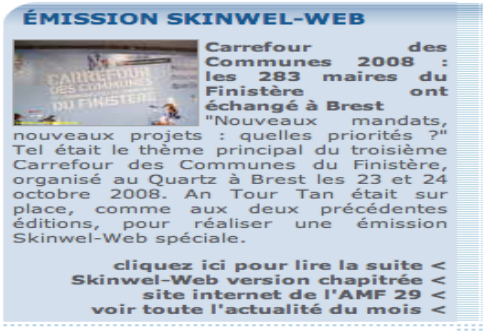
- la mention de la dernière mise à jour avec la date et l'heure (bandeau supérieur de page),
- la mention de la date, de l'heure et du saint du jour en français et en breton (bandeau supérieur de page),
- les « actualités » (partie centrale de la page d'accueil) avec la date des articles.

Parallèlement à cette temporalité du temps présent, un temps plus long apparaît, celui des archives. Ces archives sont accessibles par le menu d'accès aux prestations du site web avec une rubrique « archives » mais également dès le bandeau du haut de la page avec un lien vers une fenêtre pop-up « Quoi de neuf sur An Tour Tan ? », qui reprend toutes les mises à jour depuis trois ans. La temporalité participe à la nomination en présentant le saint du jour dans une version bilingue, en précisant le lieu général d'environnement du site web « la Bretagne » et en intégrant un temps long, qui est celui des archives qui datent du lancement d'*antourtan.org* en 2003.

Au niveau de la typologie, *antourtan.org* se situe entre la vitrine culturelle, du fait de sa propre qualification de « serveur de la diaspora bretonne », mais également comme un site d'organisme social et communautaire en présentant ses activités (« actualité bretonne, cyber fest-noz, radio en breton, web-tv…») et comme un portail, en se qualifiant par ce terme.

14 - 2 - Étape 2 : Composants ou « lieux de… » de la page d'accueil web

Lieux de la page d'accueil (positionnement)	**Lieu**	**Expression textuelle et/ou visuelle (exemple)**
Bandeau du haut de la page	**Nomination**	*Figure 46.* antourtan.org*, nomination à partir du bandeau du haut de la page d'accueil du site web*
Bandeau du haut de la page	**Autopublicité**	Publicités et « Evènement » (« Cyber fest noz » et « skinwellweb ») Figure 47. *antourtan.org*, zone de promotion de publicités sur le site web
Colonne de gauche colonne centrale	**Passages pour accéder aux prestations**	Menu de navigation vertical composé de dix rubriques « actualités », « Dernières vidéos » et « Dernières photos » dans la partie centrale. « événement »

Colonne de droite		
Bandeau du haut de la page	**d'accueil**	Cf. figures 4 à 7
Rubrique « forums »	**Expression (forum, espaces de commentaires)**	« forums de discussion »> « forum tous sujets », « forum généalogie », « forum cyber fest noz », « forum débutants en breton », « forum témoignages », « forums radios en breton », « recherche dans les forums »
Colonne centrale : zone de mise à disposition des prestations 1. Colonne de droite 2. Colonne de gauche	**« visualisation » (multimédia)**	Dans des cadres au fond gris, des images au format JPEG et aux dimensions 100px × 75px renvoient par lien hypertextes internes aux contenus correspondants - Premier cadre : « Dernières photos » - Deuxième cadre : « Dernières vidéos » *Figure 48*. antourtan.org, *lieu de visualisation par des vidéos, page d'accueil du site web* « Actualité » : deux cadres bleu clair qui se détache du fond à trame transparente. Titre en Bleu et écriture en gris foncé. Premier cadre : actualité bretonne sans reportage vidéo Deuxième cadre : « ÉMISSION SKINWELL WEB »  *Figure 49*. antourtan.org, *lieu de visualisation par des émissions "skinwellweb", page d'accueil du site web* En dessous de la description de l'émission, possibilité d'accès à des sites web externes ou au contenu développé

		par lien hypertexte textuel interne.
Rubrique « Cyber fest-noz » et « actualité »	**« visualisation» (cartographie et plan dynamiques)**	Carte en format PDF et lien hypertexte vers *Google maps* pour situer le Pavillon Penvillers à Quimper (lieu de l'édition 2008 du « Cyber Fest-noz ») et lien hypertexte vers le service de transport de Quimper www.qub.fr pour se rendre au Fest-noz
Rubrique « actualité » Barre de navigation	**Syndication**	« actualité sous flux rss » icône flux RSS à la fin de l'URL
Sur toute la page, par touche	**Langue usitée**	Français avec des termes en breton tels que « bagadoù », « skinwellweb », « festnoz », le nom « An tour tan » et le saint du jour mentionné en français et breton.

Interprétation :

- Lieu de nomination: Le bandeau supérieur de nomination d'*antourtan.org* est présent sur l'ensemble des pages du site web. La trame de fond verte composée de dessins celtiques y est plus prononcée que sur le reste de la page d'accueil. Dans ce lieu d'accueil et de nomination, l'identité propre du site web passe par le genre slogan mais convoque explicitement une autre entité, un autre objet, la « Bretagne ». Les signes verbaux /en Bretagne/, /bretonne/ (présent deux fois), /breton/, /an tour tan/ (présent trois fois) et la présence du saint du jour en breton montrent un attachement territorial sous des signes verbaux.

- Lieu d'autopublicité : La singularité est exprimée à travers le genre du slogan appuyé par un logotype et une structure rhétorique, « le serveur de la diaspora bretonne ». Parallèlement, *antourtan.org* dispose de trois espaces de publicités externes dans cette zone de nomination.

- Lieu de passages pour accéder aux prestations : menu de navigation vertical avec dessins celtiques en vers pâle en arrière-fond qui propose dix rubriques sur l'ensemble du contenu d'*antourtan.org*, y compris les archives et les sites web externes.

- Lieu d'accueil : Les parties centrales et de droite donnent accès au contenu le plus récent mis à disposition par l'association et en même temps, met en scène une entreprise.

- Lieu d'expression : rubrique « forum »

- Lieu de syndication : rubrique « actualité sous flux RSS », présence de l'icône de couleur bleue dans la barre d'adressage du navigateur.

- Lieu de visualisation (cartographie) : Les plans d'accès au format PDF sont pour le lieu de déroulement du cyber fest-noz dans le territoire « physique », littéralement une « fête de nuit dans le cyberespace ». Cette page d'accueil se tourne donc vers la mise en avant de cet événement qui se déroule dans une salle à Quimper pour l'édition 2008, et qui est retransmis en direct sur le web avec des duplex en Europe.

- Lieu de visualisation (multimédia) : Le « cyber fest-noz » excepté, la visualisation du territoire « physique » de référence se fait sous forme de photographies, de vidéos, d'émissions de web-tv. Toutefois, *An Tour Tan* montre dès la page d'accueil la multiplicité des formats et des contenus proposés, vidéos, photographies, émissions de web-tv, radio « Kerne », forums de discussion. Ces prestations sur la page d'accueil se distinguent par des fonds de couleurs différentes, bleu pour les émissions de web-tv et gris pour les photographies et les vidéos.

- Le lieu de la langue usitée : français pour les signes verbaux avec des emprunts en breton pour le nom des marques déposées. Pour les signes sonores, la langue utilisée dans les vidéos peut être le breton. La radio « radio Kerne » est diffusée en breton.

En Résumé, la nomination et la visualisation d'*antourtan.org* reposent sur un ensemble de signes verbaux que sont les slogans, les termes bretons et la temporalité, mais également par les signes iconiques qu'est le logotype (un phare rappelant le nom du site web) et les signes sonores des actualités ou des archives (vidéos et photographies). L'association qui met en ligne ce site web a pour activité le « cyberfest-noz », la télévision sur le web et une coopération avec une radio en breton « Radio Kerne ». Parallèlement, *antourtan.org* est défini comme un serveur de la diaspora bretonne, c'est-à-dire que derrière sa nomination propre dans le web, il invite à une visualisation plus large. La présence de la publicité, et la volonté d'inciter à proposer des bannières sur le site web le situe dans un milieu, qui pourrait finalement définir la position d'*antourtan.org* dans le web. Ce milieu se reflète par exemple par les intitulés des forums de discussion : « forum tous sujets », « forum généalogie », « forum cyber fest noz », « forum débutants en breton », « forum témoignages », « forums radios en breton ». Ces intitulés se situent entre les activités propres de l'association « cyber fest-noz » et des sujets hors de ces activités comme la généalogie (catégorie présente également sur le moteur de recherche *Breizhat*), les forums en breton débutant (présent également sur d'autres sites web), ou les radios en breton. Les procédés de visualisation cartographiques servent à gérer en ligne les déplacements dans le territoire « physique », tandis que le multimédia correspond à une mise en son et en image du territoire de référence, la Bretagne. L'accueil sur *antourtan.org* oscille comme association à destination de la diaspora et une entreprise de communication.

14 - 3 - Étape 3 : Les scènes et leurs formes discursives

a) Description de l'univers sémantique de l'ensemble du site web

Le site web comporte 62 pages web réparties en 10 rubriques.

Un sous-site est dédié à la web radio « Radio Kerne », projet monté en collaboration avec le Conseil général du Finistère. Le sous-site, disponible en bilingue, a été réalisé en collaboration également avec Mickael Bodlore-Penlaez, qui dans ce corpus est à l'origine du site web « Géobreizh » et de la pétition en ligne « Point Bzh ».

Le site web propose également un navigateur nommé « Navig », disponible à partir de « Bagadoo », site web mis à jour depuis 2003 par « An tour tan ».

Une rubrique intitulée « les sites An tour tan » renvoie vers huit sites web. Ces sites web sont en fait des URL qui renvoient à des pages web d'*antourtan.org*, le site web racine.

Thèmes	**Sous-sites**	**Equivalents aux pages web d'*antourtan.org***
émissions de web-tv	http://tv.antourtan.com http://www.skinwell-web.com	http://www.antourtan.com/tv/emission/archives.asp
Radio Kerne	http://radiokerne.antourtan.org/	http://radio.antourtan.org
Bagad	http://bagadoo.tm.fr	
Cyber fest-noz	http://www.cyberfestnoz.com	http://www.antourtan.org/cyber2008/
Actualités		http://actu.antourtan.org http://www.antourtan.org/actualite/archives/#

Figure 50. antourtan.org, tableau déquivalence entre sous-site web et adresse URL des pages web d'antourtan.org

Il existe également deux sites web « extérieurs » :

- sur la même charte graphique : http://www.festival-cornouaille.com,
- sans la même charte graphique : http://www.semaines-musicales-quimper.org.

Ces deux sites web correspondent à deux festivals qui se déroulent dans la ville de l'association « An tour tan », Quimper.

N°	Appellation « rubriques »	visuel (contenu)	Structure chromatique	Titre en breton	Qualification sous le nom de scènes
1	Actualités	Page d'accueil (Cf. Figure 4)	Page d'accueil (fond blanc) et bandeau d'accueil avec dessins celtiques vert foncé et logotype noir et rouge)	N	Scène *d'accueil et de nomination*
2	/	dessins celtiques	Fond blanc avec dessins vert pâle	/	Scène *d'accès aux prestations et de parcours de la Bretagne*
3	Émissions skinwellweb	Photographies des émissions	Fond blanc, cadre gris, écriture en bleu (titre) et gris (texte)	O	Scène *des émissions et du projet*
4	Radio en breton	Logotypes partenaires	Fond blanc, écriture en bleu (titre) et gris (texte)	N	Scène *d'accès en direct et aux archives de radio Kerne*
5	Forums	/	Fond blanc, cadre orange, écriture en bleu (titre et texte)	N	Scène du lieu *d'expression*
6	Services	/	Fond blanc, écriture en bleu (titre) et gris (texte)	N	Scène du lieu de *mise en relation, d'orientation sur le web et d'adhésion*
7	Archives	/	idem	N	Scène d'accès aux *archives d'An tour tan (vidéos, photos, presse)*
8	Rechercher	/	idem	N	Scène *du moteur de recherche du site web*
9	Les sites web An tour tan	/	idem	O	Scène *d'accès aux sous-sites et sites web extérieurs*
10	Aide vidéo	/	idem	N	Scène de *l'assistant aide*
11	Cyber fest-noz	Affiche, logotypes partenaires	idem	O	Scène d'accès *aux vidéos, archives, aide technique et contact du cyber fest-noz*
12	/	/	idem	/	Scène de *la propriété du site web*

Interprétation : La rubrique « Actualités » correspond à la page de la scène d'accueil et de nomination, avec des dessins celtiques en vert pâle en arrière-plan. La structure chromatique et visuelle du site web est assez simple et répétitive sur l'ensemble des pages, avec un fond de trame transparente, une écriture en bleu pour les titres et en gris pour le corps de texte. Les scènes de présentation des vidéos et des photographies se font dans des cadres avec des fonds gris avec des images au format JPEG et aux dimensions 100px × 75px qui renvoient par liens hypertextes internes aux contenus correspondants. Tous les cadres de cette scène d'accueil ont un bord droit strié horizontalement. Les titres des scènes 3, 9 et 11 sont en

breton et sont des marques déposées. La différence entre chaque scène se situe au niveau des contenus proposés sous forme de photographies, de vidéos et d'émissions de radio.

Si les destinataires semblent être la diaspora bretonne selon la nomination et la visualisation présentée précédemment, dans le cadre de ces scènes, les destinataires sont différents.

b) **Recherche des unités de sens (script général du site web et architecture du site web**

N°	Différenciation sémantique	Intégration sémantique	Dimension discursive	Commentaire	Exemplification
1	De l'identité du site web et de la propriété		Descriptive	à destination de l'internaute et du partenaire	
	La publicité Partenaires (logotypes)		Argumenta-tive	à destination du partenaire (encart publicitaire proposé) et de l'internaute (cible de la publicité)	Cf. Figure 5
1, 2, 11	Les actualités et les quatre dernières émissions, à l'affiche du cyber fest-noz	Culture traditionnelle bretonne	Descriptive et évaluative	Le destinataire est un internaute de Bretagne ou expatrié, mais ciblé par rapport au choix du sujet du reportage. Dans l'exemple, le discours sur le bagad Briec recourt à des termes élogieux. Ce discours s'apparente à une promotion du groupe.	Extrait de la présentation de l'émission n°76 « Bagad Brieg et Bagad Glazik » : « Considéré depuis sa création par Michel Droual, le 6 octobre 1978 exactement, comme le "rebelle", l'incontrôlable du milieu des sonneurs, le Bagad Brieg n'en est pas moins devenu Champion de Bretagne en 2007 ! La qualité, l'expérience et le sérieux l'ont mené à une performance qui a eu raison de bien des détracteurs. Moderne et toujours à l'affût de nouvelles expériences, ce bagad est unique en son genre. (…)»
3, 4, 5, 7, 8, 11	Les archives, rechercher dans les archives, dans les forums, dans les vidéos, de radio Kerne, archives depuis 1999, les extraits vidéos et les photos du cyber 2008	Les archives du site web	Descriptive et évaluative	Identique au commentaire précédent car ce sont les mêmes documents. Le discours oriente l'internaute dans sa recherche.	« Que recherchez-vous ? »
10 ,11,	aide		Injonctive	Aider l'internaute pour le visionnement	Téléchargement et installation de Real-player, « aide nouveau lecteur vidéo »,

4				des vidéos, l'écoute	« Comment faire pour écouter le live ? »
7, 11		Revue de presse	Évaluative et narrative		Renvoyer l'image perçue dans les journaux régionaux d'*antourtan.org* et se positionner dans le territoire « physique » comme la cité de l'opinion[1052] ou une recherche de reconnaissance hors du web.
6, 8	Liens et adresses, annuaire des Bretons du monde,	Moteur de recherche	Injonctive	Le contenu n'est obtenu qu'après sélection de l'internaute	« rechercher »
5, 11	Forums de discussion « tous sujets », « généalogie », « cyber fest noz », « débutants en breton », « vos témoignages », « radios en breton », « forum de discussion cyber »		Évaluative et argumenta-tive	Si les internautes pouvaient discuter librement, au sujet du « cyber 2007 » et de son déroulement à Paris, une controverse s'est développée entre les internautes et les organisateurs qui ont eu un discours de justification.	**Cf. Extrait d'un échange entre l'administrateur du site web et un internaute au sujet du « Cyber2007 »** Messages échangés entre un « Cyberdeçu- non-membre » (internaute) et « attadminadmin » (Nicolas Gonidec administrateur du site web)
6, 11	Adhésion, « commandez votre autocollant », « le DVD vidéo »	Financer *An tour tan*	Injonctive	La demande d'adhésion, la vente d'autocollant et la vente de DVD du cyber fest-noz viennent financer les projets d'*An tour tan*, ou plus exactement « votre site web ». L'internaute est donc pris comme actant, propriétaire par sa consultation du site web, à qui l'on demande de faire un acte de « solidarité ».	
9, 4, 6	« Institut Locarn », « Liens et adresses », « les sites web An tour tan »	Description des sites web	Descriptive et évaluative	Comme pour les vidéos, les commentaires dépassent la description pour prendre un jugement de valeur sur l'organisme ou son site web.	Exemple de la présentation du site web de l'Institut Locarn sur la page des « services interactifs » : « site de l'Institut de Locarn L'Institut de Locarn est une association de chefs d'entreprise ayant pour objectif de contribuer au développement de la Bretagne dans toutes ses dimensions, et d'animer le réseau de la Diaspora Economique Bretonne. »

[1052] La cité de l'opinion est présentée par L. Boltanski et L. Thévenot dans l'ouvrage, *De la justification. Les économies de la grandeur*, Gallimard, 19991, p. 126.

Intervention d'un internaute sur le prix d'entrée au « Cyberfest-noz à Paris en 2007

No.1,« Cyberdeçu-non-membre- 03-09-07, 11h25 (Heure de: Quimper) : sujet "Cyber2007". Et vous acceptez les cyber euros ? 25 € l'entrée vous trouvez pas que ca fait un peu cher l'entrée du fest noz. Cyber Fest noz le fest noz le plus cher au monde ca c'est sur !!!! »

No.4, RE: Cyber2007 Posté par: Cyberdeçu, le 15-09-07 à 16h08 : En réponse au message 1 si c trop cher à organiser pas besoin d'aller à Paris / et les 26500€ pour la diffusion internet qui est-ce-qui les empoche? / et la subvention de la region?

Réponse de N. Gonidec (extraits)

« attadminadmin- 15-09-07, 16h18 (Heure de: Quimper)

(…) " si c trop cher à organiser pas besoin d'aller à Paris" : c'est bien pour ça qu'on en organise un aussi en Bretagne, à Briec... Pour satisfaire tout le monde ! »

"et les 26500€ pour la diffusion internet qui est-ce-qui les empoche?"

Alors, il y a le prestataire qui assure la captation vidéo multicaméras, il y a Akamaï qui fournit les 13.600 serveurs de diffusion dans le monde, il y a Real, pour les licences de diffusion, il y a les entreprises auprès desquelles nous louons pas mal de matériel (encodeurs notamment). Et enfin, 5 salariés (intermittents du spectacle) pour s'occuper de cette partie sur place, + 1 personne d'astreinte sur les serveurs. Je rappelle également qu'en matière de diffusion streaming sur le web, plus il y a d'internautes, plus ça coûte cher... Et le Cyber est l'événement français qui rassemble le plus d'internautes simultanément, avec des flux diffusés sur un débit assez élevé... Oui, 150.000 internautes, ça coûte cher... Et estimons-nous heureux du partenariat avec France Telecom, sans quoi nous pourrions ajouter 45.000 Euros de plus à la facture (coût des fibres optiques, des lignes SDSL, ADSL, du personnel d'installation, du matériel fourni...).

Subvention Région : je vous l'avais indiquée dans mon précédent message... Le Cyber coûte au total 170.000 Euros HT, nous récupérons ce que donne la Région Bretagne, soit 83.500 Euros HT, et il nous reste donc 86.500 Euros HT à notre charge.

Ce budget nous l'avons réduit de tous les côtés, trituré dans tous les sens... Si on pouvait faire mieux, on ferait mieux !!! »

Extrait d'un échange entre l'administrateur du site web et un internaute au sujet du « Cyber2007 »

Interprétation :

La thématique fédératrice de toutes les scènes d'*antourtan.org* est la culture en Bretagne, et plus particulière la culture et la musique traditionnelles. Les discours qui accompagnent ces scènes sont le plus souvent à dimension évaluative, c'est-à-dire que le narrateur y intègre des commentaires, qui ont pu être relevé en des termes élogieux. Parallèlement, les scènes viennent appuyer les différents projets ou services proposés sur le site web, que sont la web-tv, le cyber fest-noz, et le projet de partenariat autour de « Radio Kerne ». Le discours se situe entre la dimension territoriale bretonne où se déroulent ces projets, et leur mise à disposition sur le web à des internautes appartenant à la diaspora bretonne. De même, dans le cadre de la « culture numérique », les discours tendent à une dimension injonctive à travers des consignes pour l'usage du logiciel « Real Player » ou pour l'usage du moteur de recherche propre au site web. La forme argumentative est repérée dans un forum où le sujet de discussion porte sur le déroulement du cyber fest-noz à Paris et le prix de l'entrée. L'échange entre l'internaute et l'administrateur du forum prend alors une forme argumentative autour d'une controverse sur le financement du projet dans la réponse de l'administrateur.

Le discours rapporté dans *antourtan.org* vient de la presse quotidienne régionale. Nous avons souligné que la présence de ces articles pouvait se rapprocher de la cité de l'opinion de Luc Boltanski et Laurent Thévenot. En effet, dans cette cité de l'opinion, le regard de l'autre offre le renom, la grandeur est supportée par l'opinion des autres. Le renom est donc porté dans ce cas par la presse quotidienne régionale (PQR), principalement *Le Télégramme.* En ce sens, la PQR, présente dans le territoire « physique » vient valider les projets menés par « An tour tan » à la fois dans le territoire « physique » mais également dans le web, puisque ces articles sont présents en ligne.

La scène principale d'*antourtan.org* est celle des archives, présentes dans de nombreuses rubriques du site web. Une partie de ces archives appartiennent à l'ancienne version du site web dont la charte graphique est à dominante bleue et non verte.

En résumé, les objectifs d'*antourtan.org* apparaissent multiples du fait de la multiplication des formats des fichiers, entre signes verbaux et les procédés de visualisation « multimédia ». La thématique fédératrice est donc la culture bretonne qui se déroule dans le territoire « physique » et qui peut-être mise en ligne à disposition des internautes de Bretagne ou expatrié. Mais cet internaute n'est pas le seul convoqué au sein des discours, en effet le destinataire (« à destination de ») de chacune des prestations apparaissent se distinguer, tout comme l'objet (« à propos de »). En résumé, les scènes traitent de sujet « à propos de » :

- les projets : web-tv, cyber fest-noz, annuaire des Bretons du monde, un moteur de recherche à dimension mondiale,
- les projets vus par la presse régionale quotidienne (PQR),
- les archives,
- les projets de partenariat : Radio Kerne,
- les assistants d'aide technique,
- les finances et le financement des projets et du site web.

Il convient d'ajouter les sujets des forums de discussion laissés libres à l'internaute (« Forums tous sujets »), ou orientés (« Généalogie », « cyber fest-noz », « débutants en breton », « vos témoignages », « radios en breton »). Il existe également des catégories pour les petites annonces et les offres d'emplois, comme pour un journal de presse.

À partir de ces différents objets, les internautes peuvent être distingués en plusieurs catégories :

- l'internaute-breton ou internaute-expatrié pour l'espace de diffusion,
- web-auditeur ou web-télespectateur pour les contenus mis à disposition,
- l'internaute-festivalier pour le « Cyber fest-noz »,
- le débutant du web pour la rubrique « aide »,
- l'internaute-bretonnant pour les contenus textuels, visuels, sonores en breton,
- l'internaute-membre-donateur-solidaire pour l'association,
- l'internaute-consommateur pour les publicités ou les produits en vente en ligne,
- l'internaute-« passionnés de généalogie, Bretons expatriés en quête d'origine »,
- l'internaute- en recherche (d'informations, de biens), et,
- le partenaire-projet ou le partenaire-commercial (qui dispose d'un encart publicitaire),
- les clients potentiels de l'entreprise « An Tour Tan »,
- la presse.

Si cet internaute est multiple, les contenus offerts varient sur une thématique à ce stade de l'analyse restreinte, qui est la culture en Bretagne, et plus précisément la culture et la musique traditionnelles, dans un territoire qui est celui de la Basse-Bretagne.

14 - 4 - Étape 4 : Le cœur de scénario, attachement thématique et/ou attachement territorial

a) Scénario structural des rubriques

Nous admettrons pour trouver le nœud de scénario que le destinataire est le breton expatrié, même si *antourtan.org* se situe dans une proximité géographique (le sud Finistère) et dans une proximité thématique (ou une thématique exclusive), un domaine de référence qu'est la culture bretonne. De même *antourtan.org* doit assurer par des moyens financiers et techniques ses projets, de ce fait une partie du site web a pour destinataire des partenaires (institutions, entreprises et associations). De ce fait, le nœud de scénario reposerait sur un sujet et un objet qui serait Bretagne et sa culture bretonne traditionnelle, une culture bretonne qui serait donnée « à voir » avec des photographies et des vidéos, « à écouter » avec des

vidéos et dans laquelle l'internaute pourrait « sélectionner » autour des fonctions de recherche et des archives, ou « commenter » autour de la fonction « forum ».

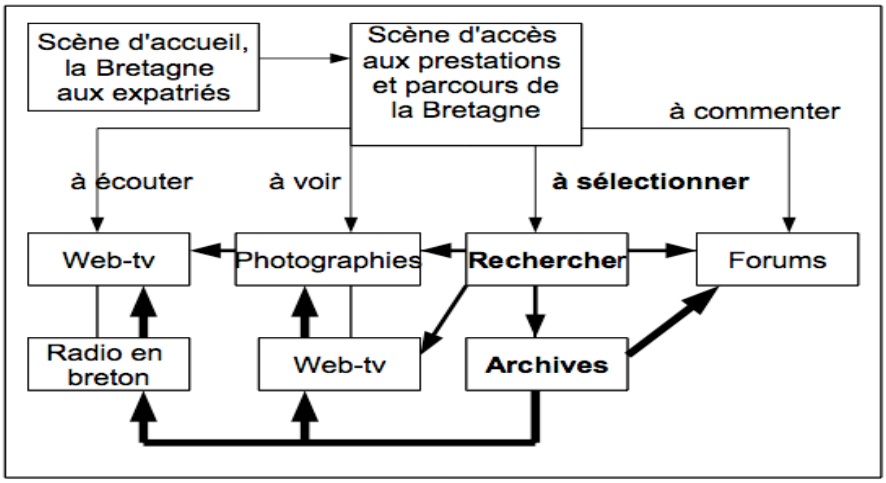


Figure 51. antourtan.org*, représentation schématique du script des prestations*

Interprétation :

Comme la robe de R. Barthes est courte ou longue, il pourrait être envisageable de qualifier la culture bretonne selon deux variants :

- « butinée » c'est-à-dire une sélection par l'internaute de la sélection mise en ligne sur *antourtan.org*
- et, « commentée » par l'internaute et par les discours à dimension évaluative présents sur *antourtan.org*.

Dans cette figure, le scénario sémantique ne se fait par rapport à un contenu, mais par une mise en image et en son d'une thématique de la Bretagne, qui est la culture bretonne. En ce sens, ce sont les fonctions proposées à l'internaute mais également la sélection que peut effectuer l'internaute qui donne « à voir » une représentation de cette culture bretonne.

La mise en son et en image du territoire repose sur les fonctions « à écouter », « à voir » et « à sélectionner ». Contrairement à « Dastum », les archives sur *antourtan.org* sont ouvertes, ou libres, de même que la connexion au « Cyber fest-noz » est gratuite.

b) Structure de la scène d'accès *aux vidéos, archives, aide technique et contact du cyber fest-noz*

L'une des mises en scène du territoire « physique » de la Bretagne est le « cyber fest-noz ». Ce « cyber fest-noz », retransmis en direct sur le web et mettant en place des duplex, se déroule dans un ou plusieurs lieux du territoire « physique » qui sont filmés et mis en ligne. Il ne s'agit pas de danseurs évoluant dans « Secondlife », par exemple.

1. Le cyber fest noz depuis 1999 (discours)

Fréquentation du site web et du lieu du fest-noz depuis 1999

Sur cet événement « cyber fest-noz », de nombreuses descriptions peuvent être faites sur les moyens techniques notamment. Le « cyber fest-noz » a suivi les évolutions en matière de captation et de retransmission d'image. En 2005, la retransmission s'est faite sur téléphone portable. Afin de nous limiter à la présentation sur le web, nous soulignerons deux points, la

fréquentation du lieu (« physique ») et du web lors de cet événement, et le nombre de duplex organisés lors de cet événement.

Sur le tableau suivant, il est à noter que le nombre d'entrées au fest-noz semble diminuer, les chiffres des deux dernières années ne sont d'ailleurs plus communiqués. Tandis que dans le même temps, le nombre de connexions des internautes augmente.

Édition	**Date**	**Nombre d'entrées au Fest Noz**	**Nombre de webspectateurs**	**Nombre de pays de provenance des connexions**
1e	20-02-1999	3 000	20 000	
2e	28-10-2000	3 000	35 000	
3e	27-10-2001	3 500	62 000	40
4e	2-11-2002	3 500	82 000	81
5e	29-11-2003	X	102 000	82
6e	30-10-2004	+ 500 / 2003	116 000	81
7e	5-11-2005	+ 200 / 2004	131 000	81
8e	4-11-2006	2000	146 000	70
9e	21-09-2007[1053]	NC	157 000	NC
10e	20-09-2008	NC	NC	NC

Figure 52. antourtan.org *, « cyber fest-noz » fréquentation sur le web et du lieu* [1054]

Une dimension planétaire et en ligne : les duplex

Le second point est celui des duplex. En tant que « serveur de la diaspora bretonne », *antourtan.org* l'illustre lors du « cyber fest-noz » en proposant des duplex avec des expatriés. En 2000, à Quimper, deux écrans diffusaient des images de différents points du monde par webcam (Afrique du Sud, Réunion, Chine, Nouvelle-Calédonie, Guyane, Martinique, Mexique, Belgique, Suisse, Grande Bretagne, Danemark, Lyon, Paris, Bordeaux, Alaska).

Les duplex ont été mis en place en 2001, avec la Réunion, Paris, Montréal, Remscheid, la Martinique.

En 2002, la visioconférence permettait une diffusion sur grand écran à Quimper du son d'un pipe band écossais présent à Mexico.

En 2003, un duplex avec Mexico et l'île de la Réunion étaient mis en place, tandis qu'une première diffusion était effectuée en Pologne accompagnée d'un direct téléphonique. En 2004, les duplex sont qualifiés de « réussis et améliorés ». Le « Cyber fest-noz » était retransmis sur grand écran par « les associations de Bretons expatriés » dans une trentaine de lieux du monde et trois lieux étaient en visioconférence : île de la Réunion, Australie, Pologne. « Trois grands moments d'échanges qui ont parfaitement fonctionné et qui ont permis aux personnes présentes à Quimper ou sur internet de voir en direct les Bretons d'ailleurs dansant sur la même musique… [1055]».

En 2005, la diffusion s'est déroulée en très haut débit avec des duplex en Australie, île de la Réunion, Pologne qui offraient aux spectateurs à Quimper une retransmission proche de la télévision (384 kbits).

[1053] L'édition 2007 se déroulait au Zénith de Paris dans le cadre de la « Breizh Touch » et en Bretagne, à Briec. Le nombre d'entrées n'est pas précisé dans le dossier de presse.

[1054] Chiffres obtenus à partir des dossiers de presse de 2006 et de 2008 disponibles sur *antourtan.org*.

[1055] An tour Tan, « dossier de presse 2006 », disponible sur *antourtan.org*.

En 2006, les duplex en très haut-débit étaient organisés avec l'Australie, l'île de la Réunion, la Pologne, et la ville de Lyon. En 2007, cinq duplex étaient mis en place entre Paris et la Bretagne et également, la Pologne, l'Australie, New-York City.

En ce sens, la synchronisation de la danse ne se fait plus par le lieu, mais par le son appuyée par une retransmission en images. Il existe donc toute une mise en scène dans les lieux « physiques » autour d'un échange d'images et de son à travers le monde et via Internet.

2. Scène du cyber fest-noz 2008 sur le site web

La présentation de la scène d'accès *aux vidéos, archives, aide technique et contact du cyber fest-noz* correspond à l'édition 2008 du « cyber fest-noz », deux mois après l'événement. Cette scène est encore qualifiée d'« événement » sur *antourtan.org*, et en même temps, elle est une archive par rapport à l'événement qui s'est déroulé dans un lieu « physique » et un lieu « web» comme lieux de déroulement de l'évènement. Les temporalités entre le temps de l'événement et la présentation comme « évènement » sur le web diffèrent. En septembre 2008, la scène du « cyber fest-noz » était accessible sur la page d'accueil. Au mois de novembre, la scène est accessible :

- sur la page d'accueil dans la colonne de droite, dans une rubrique « événement »,
- par le menu de navigation situé à gauche dans les rubriques :
- « actualités » > « actualité des mois précédents » > « Archives des actualités » > « septembre 2008 »
- « cyber fest-noz » > « les extraits vidéos du cyber 2008 » et « les photos du cyber 2008 »
- « archives » > « archives des actualités » > « septembre 08 ».

Ainsi, cette scène se divise en quatre sous-scènes :

1) la sous-scène de présentation et d'accès au 10e « cyber fest-noz » dans le lieu « physique » et le lieu « web »,
2) la sous-scène de présentation des archives depuis 1999,
3) la sous-scène de présentation des photographies et des vidéos du 10e « cyber fest-noz »,
4) la sous-scène des activités commerciales (achat DVD édition 2002).

La première sous-scène est propre à la scène du « cyber fest-noz ». La deuxième sous-scène des archives se retrouve dans la Scène d'accès aux *archives d'An tour tan (vidéos, photos, presse)*. La troisième sous scène se retrouve Scène *des émissions et du projet* et en même temps, dans la scène d'accès aux *archives d'An tour tan (vidéos, photos, presse)*. De ce fait, la présentation qui suivra prendra en compte la première sous-scène de présentation et d'accès au 10e « cyber fest-noz » dans le lieu « physique » et « web ».

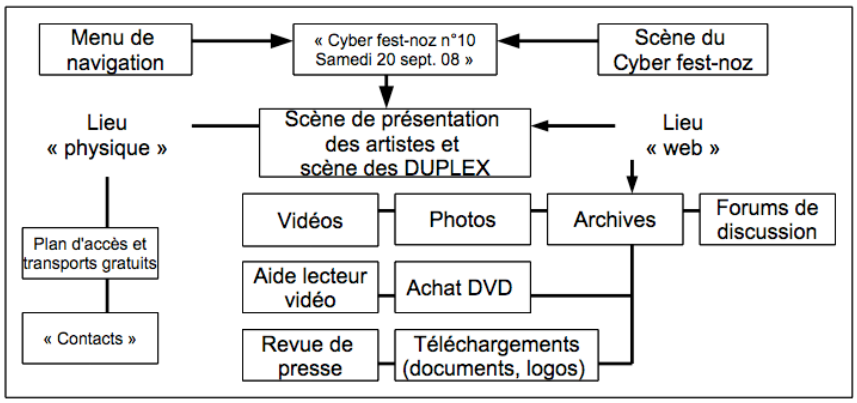


Figure 53. antourtan.org, *représentation schématique du script de la sous-scène de présentation du « Cyber fest-noz » et d'accès au fest-noz*

Interprétation :

La sous-scène de présentation et d'accès au 10e cyber fest-noz dans le territoire « physique » (le lieu du fest-noz) et le site « web » (le « cyber fest noz ») reste commune aux deux avec une présentation textuelle de l'événement autour d'informations comme la date, le nombre d'artistes, la durée du spectacle (huit heures). Puis la distinction se réalise avec la mention du prix de l'entrée du fest-noz alors que sur le « web », le direct est gratuit. Pour le lieu « physique », la principale mise en scène est celle du plan d'accès et du service de transport en commun gratuit. Il s'agit d'aider à la pratique du territoire « physique » par des informations pratiques pour gérer son déplacement.

3. Domaine de référence d'expertise, et/ou culturelle du site

Les domaines ou sous-domaines entrent dans des projets de partenariat comme « radio Kerne » dont l'analyse suppose de dépasser la simple mise en scène et présentation sur *antourtan.org*. Il convient donc de limiter la présentation ou la représentation sur *antourtan.org* du domaine concerné même si la dimension historique du projet n'est pas développée. De même dans cette présentation, la dimension d'aide pour l'écoute et le visionnement des fichiers est évacuée, alors même que ces « rubriques » se réfèrent au domaine de la « culture numérique » indispensable à l'internaute pour parcourir l'ensemble des contenus du site web.

Domaine/ sous-domaine	**Composant**	**Expression textuelle ou visuelle**	**Recours au domaine culturel, économique, politique, social, historique de l'organisme**	**Recours au domaine culturel, économique, politique, social, historique de la Bretagne**
Bretagne	***référentiel***	Vidéo, radio en direct, duplex et retransmission en direct du fest-noz Cf. vidéo n°6 de la web-TV « Nantes en Bretagne ?» *Figure 54.* antourtan.org*, capture écran émission "Nantes en Bretagne?"*[1056]	web-tv, radio Kerne, cyber fest-noz	Tous les thèmes traitent de la Bretagne économie, politique mais principalement la culture. Mais parfois sa dimension territoriale, comme le thème de la réunification posée ici sous la forme interrogative.
	thématique	Cf. tableaux d'analyse des séquences vidéos	Association avec Bénévole ayant besoin de soutien financier	Le milieu culturel breton et la musique traditionnelle en Basse-Bretagne

[1056] An tour tan, émission « Nantes en Bretagne ? », du 22 juin 2003. L'extrait présenté est celui de l'interview de Jean-Louis Jossic. Dans ce passage, l'arrière-plan comporte le drapeau « Gwenn ha du ». Jean-Louis Jossic, conseiller municipal de Nantes mais également chanteur du groupe « Tri Yann » parle d'une « appartenance bretonne », d'un « imaginaire collectif », d'un « attachement viscéral », et propose un référendum élargi au département de la Vendée et de la Mayenne, pour un « rattachement » à la Bretagne.

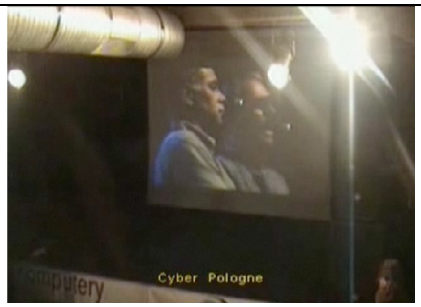
	Rhétorique ou discursif	web TV « An Tour Tan et son partenaire "i comme..." ont été parmi les premiers à proposer l'encodage et la diffusion de vidéos en direct ou en différé, dès février 1999 (premier direct vidéo sur internet en France). Cette expérience nous permet aujourd'hui de concrétiser toutes vos idées et de les propulser en un clin d'œil aux quatre coins du monde...»	Argumentative, le web offre une visibilité « mondiale » et permanente et un savoir-faire « les premiers » à encoder de la vidéo	
Musique (sous-domaine Bagad et cercle celtique)	***référentiel***	Cf. analyse des séquences vidéos où quatorze reportages sont consacrés à ce sous-domaine de la culture traditionnelle bretonne.	/	Vidéos sur ce thème Article du 11/12/03 sur la mort de Polig Monjarret, fondateur de BAS en 1949, « au paradis des sonneurs » et « le père de tous les sonneurs »
	thématique	Cf. émission n°46 présentation du bagad de Briec	/	Production et créativité dans ce domaine
	Rhétorique ou discursif	Cf. émission n°46 présentation du bagad de Briec	/	Dimension évaluative des groupes présentés
Musique (sous-domaine Artistes et festivals)	***référentiel***	Cf. analyse des séquences vidéos quarante-quatre reportages sur soixante-treize sont consacrés à ce thème.	Cyber fest-noz	Festival et musique traditionnel
	thématique	« Et le Cyber est l'événement français qui rassemble le plus d'internautes simultanément, avec des flux diffusés sur un débit assez élevé... »	exception	Dynamisme
	Rhétorique ou discursif	 *Figure 55.* antourtan.org*, capture écran image du duplex Pologne, cyber fest noz 2008*	Descriptive dans sa dimension historique depuis 1999	Ce qui pourrait être qualifiée selon notre jugement de fest-noz du 21e siècle
Langues	***référentiel***	Radio Kerne	Radio, web-tv	Breton, gallo

		 Figure 56. antourtan.org*, Capture écran interface en breton pour l'écoute en direct de radio Kerne*		
	thématique	Par la place accordée au breton et sa présentation avec des jeunes (exemple de l'émission sur Diwan qui est l'enseignement en breton), *antourtan.org* offre une vision dynamique. Cette place accordée à la langue est présente dés la première émission avec l'invitation de Goulvena Le Hénaff, animatrice en breton sur France 3 ouest en 2003.	Emission n°73,54,62,55	
	Rhétorique ou discursif		Partenariat avec le Conseil général du Finistère et avec Radio Kerne pour les émissions de la web-tv en breton	

Interprétation : Le thème de la Bretagne est présenté dans les vidéos par exemple, sur la question de la réunification du département de la Loire-Atlantique à la Région Bretagne. Au niveau de la présentation d'« An Tour Tan », la dimension discurive devient plus argumentative. Le web offre une visibilité « mondiale » et permanente et, « An Tour Tan » a développé en ce sens un savoir-faire en étant « les premiers » à encoder de la vidéo. Le premier domaine de la culture bretonne est la présentation d'un « Cyber fest-noz » mais également d'artistes, plus précisément de bagad et de cercle celtique. Un hommage est rendu sur *antourtan.org* avec un article du 11/12/03 sur la mort de Polig Monjarret, fondateur de Bodadeg ar Sonerien en 1949, présenté comme « le père de tous les sonneurs » qui est « au paradis des sonneurs ». Les vidéos des quatorze reportages sont consacrées à ce domaine de la culture traditionnelle bretonne.

Le domaine de la culture bretonne est les langues régionales (breton et gallo) avec la présence de « Radio Kerne » mais la réalisation d'« émissions skinwellweb » en breton. Ainsi, une émission est consacrée à l'école « Diwan » et la première émission en breton, en 2003, avec l'invitation de Goulvena Le Hénaff, animatrice en breton sur « France 3 ouest ».

En résumé, la scène principale est la mise en son et en image du territoire de la Bretagne avec une place dominante de la culture autour des domaines des langues régionales et de la musique traditionnelle. Le site web devient un média en breton et la création d'événement en ligne, des fêtes de la culture bretonne transposées sur le web.

[…] Pour la suite de l'analyse du site web, antourtan.org, voir le DVD.

14 - 5 - Étape 5 : L'attachement territorial par le positionnement dans un milieu « physique » et « virtuel »

a) Analyse des composants de « fonctions épi- et péritextuelle »

Thématique territoriale	Composants	Expression textuelle	Expression visuelle
Position du site web dans un milieu pertinent	**Liens hypertextes vers organismes de tutelle, organismes partenaires, organismes amis, ou autres.**	« Partenaires » sur la colonne de gauche de la scène d'accès *aux vidéos, archives, aide technique et contact du cyber fest-noz* Scène *d'accès aux sous-sites et sites web extérieurs :* Le sous-titre de la partie centrale de la page est « Faites votre choix… ». Sur la page web, les sites web sont décrits selon leur singularité propre en des termes positifs.	 *Figure 57.* antourtan.org*, capture d'écran du positionnement dans un milieu par les partenaires évènementiels (Cyber fest-noz)*
		Scène *d'accès en direct et aux archives de radio Kerne* « Écouter les émissions de : [Radio Kerne], [Arvorig FM], [Radio Kreizh Breizh], [RCF Rivages] »	
	Moteurs de recherche et annuaires	Scène de *l'orientation sur le web*, rubrique « services interactifs » > « liens et adresses » >	« Nous nous efforçons ici de faire l'inventaire, le plus exhaustif possible, de toutes les adresses intéressantes relatives à la Bretagne ou aux bretons expatriés ». + site web de « l'Institut Locarn » Le choix s'effectue par des menus déroulants par pays (trente-deux noms) ou par catégories (trente-neuf thèmes).
	Publicités, adverbiaux	Scène d'accueil « *i comme* » Scène du cyber fest-noz « France Telecom »	 *Figure 58.* antourtan.org*, capture d'écran du positionnement dans un milieu pertinent, publicité de la scène d'accueil* *Figure 59.* antourtan.org*, capture d'écran du positionnement adns un milieu pertinent, publicité de la scène du cyber fest-noz* La capture d'écran présentée est statique, sur *An tour tan*, ce bandeau publicitaire est dynamique puisque tous les partenaires du cyber fest-noz apparaissent successivement.
	Échelle	Scène du *moteur de recherche*, certaines « Catégories », comme : « Bagadoù et cercles », « Boutiques celtiques », « Brezhoneg et langues	

	symbolique	celtiques », « Crêperies », « Fêtes et festivals en Bretagne », « Groupe de musique en Bretagne », « Groupe de musique Expatrié », « Musique celtique-infos », « Nature », « Patrimoine Breton », « Recherche et innovation -organisme », « Sites bretons », « Skol e brezhoneg », littéralement école en breton, « Voile et Vieux gréements ».
Position du site web par le milieu	**Références à d'autres sites**	« An eost », « Bretons de Sydney », « Festival de Cornouailles », « Radio Kerne »
	Autres outils	« Forums de discussion »

Interprétation :

1) Positionnement des partenaires et clients : *Antourtan.org* se limite à la présentation des partenaires du « cyber fest-noz », des sous-sites web ou des sites web créés, des partenaires qui ont des encarts publicitaires, ou des clients comme l'« Institut Locarn ».

2) L'exhaustivité partielle : Sur le moteur de recherche, *antourtan.org* se place entre la Bretagne et le monde sur des thèmes en lien avec la Bretagne avec des catégories comme la gastronomie, la voile, la musique, le patrimoine, les sites web en breton. La position dans le milieu relevée à partir de l'inventaire le place en lien avec les sous-sites web ou les sites web créés par l'association « An tour tan », mais également par la diaspora avec le site web des « Bretons de Sydney ». Le graphe de la figure suivante permettra de voir qu'au final à travers ses sous-sites web ou les sites web que l'association met à jour (par exemple « Bagadoo », « serveur » qui allie économie et culture). *antourtan.org* se positionne entre ses partenaires institutionnels et d'entreprise, les festivals et plus largement le milieu culturel breton, faisant lien également avec la presse quotidienne régionale et une dimension « celtique » entre bagad et pipe band[1057].

b) Analyse des composants de « fonction épitextuelle» : les liens hypertextes

Le graphe est connexe avec 252 nœuds et 321 liens. Les liens hypertextes relevés sont ceux présentés sur l'ensemble des pages web et non dans le moteur de recherche qui oblige à ouvrir tous les liens hypertextes au nombre de 903 selon le site web. De ce fait un crawl[1058] a été entrepris à l'aide de l'application *Navicrawler*.

Pour voir les graphes et l'analyse, cf. Annexes DVD.

14 - 6 - Étape 6 : Les composants de l'attachement territorial

a. Définition et présentation du territoire de référence

Interprétation :

En tant que serveur à destination de la diaspora bretonne, le site web propose des actualités bretonnes, un « cyber fest-noz » annuel, une radio et une télévision en ligne.

[1057] Pipe signifie ici cornemuse, et band, groupe.

[1058] Afin de limiter en temps la durée du crawl, la profondeur maximale (Nombre maximal de liens successifs entre les pages dans chaque site web) était de « 1 » et la distance du crawl (nombre maximum de liens entre les sites) était de « 5 ». Le graphe est donc étendu aux liens entre les sites web, ce qui permettait de voir la position d'*antourtan.org* dans un domaine plus vaste, ce site web ayant pour objectif de servir la diaspora, mais le graphe n'en rend pas compte.

L'attachement territorial repose sur les événements qui se déroulent dans le territoire « physique » sous forme d'actualités, de photographies et de vidéos.

Installée à Quimper, le territoire physique de l'association n'est pas la Bretagne dans son ensemble, mais des événements situés en Basse-Bretagne. Ces évènements sont culturels, plus particulièrement liés à la culture bretonne, autour de nombreux reportages sur les bagadoù et cercles celtiques du Finistère Sud, ce que nous avons précédemment relevé au niveau du domaine de référence et du milieu. Dans le même temps, le territoire de la Bretagne est couvert autour de reportages sur les festivals en Bretagne, le suivi de manifestation. L'attachement territorial oscille entre le lieu d'implantation de l'association qui réalise les reportages ou met en ligne des services comme « Radio Kerne » et en même temps, de part son objectif de « serveur de la diaspora bretonne », elle couvre un territoire plus vaste, qui est donc celui de la région Bretagne (5 départements).

b. Analyse des éléments de l'attachement territorial

Degrés / Accessoires	Attachement	Bricolages	Convocation
Symboles		Cyber fest-noz :« Ainsi les Bretons et Celtes du monde pourront danser ensemble par un effet de miroirs cybernétiques, comme si l'espace n'existait plus… »	
Signes textuels	« Bagadoù et cercles », Termes en breton (Fest-noz), Saint du jour « Brezhoneg et langues celtiques », « Skol e brezhoneg »,	« cyber fest-noz », « traditionnel fest noz avec ses duplex en direct et en visioconférence avec différents endroits du monde » « skinwell web » « boutiques celtiques », Article du 11/12/03 sur la mort de Polig Monjarret, fondateur de BAS en 1949, « au paradis des sonneurs » et « le père de tous les sonneurs », « An tour Tan, serveur de la diaspora bretonne », « Groupe de musique Expatrié » « Musique celtique-infos », « Patrimoine Breton », « Recherche et innovation - organisme »,	« crêperies », « Groupe de musique en Bretagne »,« Nature », « Voile et Vieux gréements »

		« Sites bretons »	
Signes iconiques	Logotype de la web-tv en breton	Phare du logotype décliné pour la web-tv	Cf. vidéo n°6 de la web-TV « Nantes en Bretagne ?» Figure 60. *antourtan.org*, capture écran émission "Nantes en Bretagne?"[1059]
Signes sonores	Émissions skinwell web et émissions « radio Kerne »		

Interprétation :

Les degrés « revendication », « absence », « rejet » de l'échelle de la Bretagne sur le web sont restés vides. L'attachement territorial sur *antourtan.org* ne passe pas par la présence du drapeau (Gwenn ha du) ou de l'hermine (sur le site web de « radio Kerne » excepté, réalisé en collaboration avec Mikael Bodlore-Penlaez où la moucheture d'hermine est présente), ou du triskell comme signe iconique. Le Gwenn ha du se trouve dans les émissions, souvent en arrière-plan comme élément de décor d'une scène de fest-noz ou d'une manifestation, par exemple. Ce signe est alors rapporté dans le contenu du site web comme sur *alaisebreizh.com*.

L'attachement territorial se situe dans les contenus à la fois textuels mais également visuels (photographies et vidéos) et sonores (vidéos et radio). L'attachement est présent dans les domaines et sous-domaines présents dans les différents contenus. Outre l'attachement par ces domaines de la culture bretonne, le signe le plus marqueur est le breton. La langue est utilisée à la fois dans sa forme écrite par des touches au niveau de l'appellation des rubriques, de la scène d'accueil répétée sur toutes les pages, et principalement dans les vidéos et de la radio, où les reportages sont bilingues, ou monolingue en breton. De même, dans le moteur de recherche, certaines catégories sont mentionnées en breton « Skol e brezhoneg », littéralement école en breton, d'autres sont bilingues « Bagadoù et cercle » alors qu'en breton, elle aurait été « Bagadoù ha kelc'h keltiek ». Dans ce même moteur, des labels sont donnés comme « sites bretons » qui présentent des sites web émis en breton. Sur le site web, des termes sont mixtes entre culture numérique et termes bretons « skinwell web », « cyber fest-noz ».

L'usage présenté du breton sur *antourtan.org* (les pages web principales du site web) ont été considérées comme ne se plaçant pas sur les degrés de la revendication et du rejet, le breton est utilisé pour s'exprimer, pour accompagner des projets réalisés en ligne. Mais cette proposition ne tient pas compte de tous les propos tenus par les interviewés dans les fichiers vidéos et sons, ni de tous les thèmes abordés dans les émissions de web-tv. En suivant des évènements comme des manifestations pour le « rattachement » de Nantes à la Bretagne, ces reportages se placent dans ce degré de revendication.

[1059] An tour tan, émission « Nantes en Bretagne ? », du 22 juin 2003. L'extrait présenté est celui de l'interview de Jean-Louis Jossic. Dans ce passage, l'arrière-plan comporte le drapeau « Gwenn ha du ». Jean-Louis Jossic, conseiller municipal de Nantes mais également chanteur du groupe « Tri Yann » parle d'une « appartenance bretonne », d'un « imaginaire collectif », d'un « attachement viscéral », et propose un référendum élargi au département de la Vendée et de la Mayenne, pour un « rattachement » à la Bretagne.

c. Analyse des séquences vidéos

Antourtan.org propose une « skinwellweb », littéralement télévision du web ou web TV en français. Depuis le 1er mars 2003, date de la première émission, 76 émissions sont disponibles en ligne. Si la première émission (1er mars 2003) durait 53 min, la vingtième durait 1h51, la trentième durait 2h22, la quarantième durait 3h13, et la soixante-treizième durait 3h23. Il n'est donc pas envisageable de présenter un story-board de toutes ces émissions, qui équivalent à 625 heures de visionnage, soit 26 jours. Cependant, ces émissions sont construites sur un modèle type présenté ci-dessous :

- Générique (durée entre trente secondes et une minute trente) et présentation (entre zéro et cinq minutes),
- Alternances extraits (en live) des évènements, des groupes, et des interviews (durée qui oscille entre deux minutes et vingt minutes),
- Conclusion et générique de fin (entre deux minutes et huit minutes).

N°et date	Titre	Lieu	Thème
76- 30/10/08	30 ans Bagad Brieg & 10 ans Bagad Glazik	Briec	Bagad
75 23/10/08	Carrefour des Communes à Brest	Brest	Institutions
74- 04/08/08	Festival Interceltique de Lorient 2008	Lorient	Festival et fête
73- 11/06/08	30 ans des écoles Diwan	Carhaix	Breton
72- 30/05/08	Nuit Interceltique de Rennes 2008	Rennes	Festival et fête
71- 23/05/08	AG de la Technopole de Quimper	Quimper	Industrie
70- 5 /04/08	Cité de la Voile Eric Tabarly	Lorient	Course au large
69- 15/03/08	La Saint-Patrick 2008 à Paris-Bercy	Paris	Festival et fête
68- 21/02/08	Talents en scène (Festival de Cornouaille)	Quimper	Festival et fête
67- 15/02/08	Installation de Monseigneur Le Vert	Quimper	Religion
66- 12/02/08	En live sur mobiles 3G (inauguration 3G+)	Quimper	Technologie
65- 14/01/08	Anne Postic, la harpe vivante	Guilvinec	Artiste
64- 28/12/07	Cirque de Noël à Quimper	Quimper	Artiste
63- 2/12/07	Retour sur... le Cornouaille 2007	Quimper	Festival et fête
62- 27/11/07	25 ans France Bleu Breiz Izel	Brest	Radio
61- 12/10/07	Théâtre de Cornouaille, saison 2007-2008	Quimper	Festival et fête
60- 2/06/07	Nuit Interceltique de Rennes 2007	Rennes	Festival et fête
59- 26/05/07	Spéciale GogoNoz et Treid Noz	Briec	Festival et fête
58- 7/04/07	40 ans de la confédération War'l Leur	Quimper	Danse
57- 24/03/07	La Saint-Patrick 2007 à Paris-Bercy	Paris	Festival et fête
56- 23/02/07	Talents en scène (Festival de Cornouaille)	Quimper	Festival et fête
55- 27/01/07	Spéciale 200e de "Musique Bretonne"	Monterfil	Revue
54- 1712/06	Émission en direct et en Breton !	Quimper	Bagad/breton
53 - 2/12/06	10 ans de la Nuit Jaune à Elliant	Elliant	Festival et fête
52- 14/11/06	Table ronde économie & culture (Cyber 8)	Quimper	Cyber Fest noz
51- 21/10/06	Les 10 ans de Ti ar Vro Kemper	Quimper	Bagad/danse
50- 20/09/06	50e Skinwel-web au Ceili Pub	Quimper	Bagad/danse/voile
49 - 5/08/06	Festival Interceltique de Lorient 2006	Lorient	Festival et fête
48- 21/07/06	Festival de Cornouaille 2006	Quimper	Festival et fête
47- 20/06/06	Celtica 2006 à Nantes	Nantes	Festival et fête
46- 31/05/06	Spéciale "Noz" (Gogo, Groove, Glazik...)	Briec	Festival et fête
45- 23/04/06	Talents en scène (Festival de Cornouaille)	Quimper	Festival et fête
44- 22/03/06	La Saint-Patrick 2006 au Palais de Paris-Bercy	Paris	Festival et fête
43- 22/03/06	3 ans ! à la pizzéria Trattoria Mario	Quimper	Artistes
42- 11/02/06	Fest-noz de Lirzhin à Ergué-Gabéric	Ergué-Gabéric	Fest-noz
41- 18/01/06	Spéciale Ozan Trio au CLC du Guilvinec	Guilvinec	Artistes

40- 24/12/05	Spéciale Noël 2005	Fouesnant	Artistes
39- 20/10/05	20 ans du Bagad Penhars à Quimper	Quimper	Bagad
38- 26/09/05	Carrefour des Communes à Brest	Brest	Institutions
37- 13/08/05	Festival Interceltique de Lorient 2005	Lorient	Festival et fête
36- 22/07/05	Festival de Cornouaille 2005	Quimper	Festival et fête
35- 21/06/05	Celtica 2005 à Nantes	Nantes	Festival et fête
34- 18/05/05	20 ans de War'l Leur Penn-ar-Bed	Quimper	Danse
33- 22/04/05	Printemps du Corn. & 20 ans Cap-Caval	Quimper	Bagad/Festival-fête
32- 13/04/05	Festival Ouest-Nord-Ouest 2005	Quimper	Festival et fête
31- 17/03/05	La Saint-Patrick au Palais de Paris-Bercy	Paris	Festival et fête
30- 11/03/05	2 ans ! au Conseil Général du Finistère	Quimper	Institutions/fest-noz
29- 20/02/05	Skoazell Asia (aide à l'Asie)	Quimper	Solidarité/fête
28- 28/01/05	Fest-noz du Bagad de Saint-Brieuc	St Brieuc	Bagad
27- 20/12/04	Spéciale Noël 2004	Quimper	Artistes
26- 26/11/04	50 ans du Bagad de Saint-Pol-de-Léon	St-Pol-de-Léon	Bagad
25- 30/10/04	cyber Fest Noz 2004	Quimper	Cyber fest-noz
24- 11/09/04	50 ans du Bagad d'Ergué-Armel	Quimper	Bagad
23- 7/08/04	Festival Interceltique de Lorient 2004	Lorient	Festival et fête
22- 23/0704	Festival de Cornouaille 2004	Quimper	Festival et fête
21- 5/07/04	En attendant les festivals de l'été...	Quimper	Festival et fête
20- 12/06/04	Celtica 2004 à Nantes	Nantes	Festival et fête
19- 15/05/04	20 ans de Skolvan / Gouel Erwan 2004	Quimper	Artiste/Festival et fête
18- 4/05/04	25 ans du Bagad Brieg / Dist. des Menhirs	Briec	Bagad
17- 16/04/04	L'Héritage d'une culture	Quimper	Artistes/festival
16- 5/04/04	Akademik Noz / Théâtre en Breton	Rostrenen	Breton
15- 17/03/04	Festival Ouest-Nord-Ouest 2004	Quimper	Festival et fête
14- 1/03/04	1 an ! à la mairie d'Ergué-Armel	Ergué-Armel	Artistes/institutions
13- 19/02/04	Melaine Favennec	Pont-L'abbé	Artiste
12- 26/01/04	Dans les coulisses de Radio Kerne	Plonéis	Radio en breton
11- 29/11/03	Cyber Fest Noz 2003	Quimper	Cyber fest-noz
10- 11/10/03	45 ans de chant des Frères Morvan	St Nicodème	Artiste
09- 7/09/03	Inauguration salle de La Forêt-Fouesnant	Forêt-Fouesnant	Artistes
08- 20/08/03	Dan ar Braz	Quimper	Artiste
07- 24/07/03	Festival de Cornouaille 2003	Quimper	Festival et fête
06- 22/06/03	Manifestation pour Nantes en Bretagne	Nantes	Réunification
05- 9/06/03	Festival de théâtre en Breton	Quimper	Festival et fête
04- 5/05/03	Le printemps du Festival de Cornouaille	Quimper	Festival et fête
03- 19/04/03	Kemp'Arena 2003	Quimper	Festival et fête
02- 15/03/03	Alan Stivell	Quimper	Artiste
01- 1/03/03	La première avec G. An Henaff & M. Marest	Quimper	Industrie/Breton

Figure 61. antourtan.org, tableau récapitulatif des émissions "Skinwellweb"

Interprétation :

La présentation des émissions suit une logique d'usage du web comme moyen de diffusion. Le web est alors conçu comme un média, un média permanent en breton ou en français sur la culture bretonne, et qui peut être consulté à travers le monde. Les émissions de la web-tv sont filmées à Quimper (39), ou plus largement dans le Finistère (19). Les lieux de tournages les plus présents sont des lieux de festivals, Lorient (5), Paris (4), Nantes (4) autour du « Festival Interceltique de Lorient » et de la « Nuit de la St Patrick ou Celtique ». Les départements des Côtes d'Armor et d'Ille et Vilaine apparaissent trois fois chacun.

Les thèmes sont liés aux festivals et fêtes, y compris fest-noz (35), les artistes (14), les bagadoù (12). Se succèdent ensuite les institutions (3), danse (2), breton (2), radio (2), la course au large (1), religion (1), réunification (1), une revue (1), solidarité (1), technologie

(1). Dans le cadre d'une émission, deux thèmes peuvent être présents, nous avons retenu le premier. La thématique des festivals et fêtes est développée autour de dossiers comportant des photographies et des vidéos depuis 2001, intitulés « Rétrospective de l'été 200… ».

Le tableau suivant montre le territoire mis en scène qui est celui de la Basse-Bretagne en présentant les festivals, le département, et le nombre de reportages contenus dans les émissions :

Noms du festival	Département	Nombre de reportages
Mondial'Folk	29	6
Vieilles Charrues	29	6
Festival de Cornouaille	29	7
La Saint Loup	22	5
Filets Bleus de Concarneau	29	6
Anniversaire groupe	29	2
Festival Interceltique de Lorient	56	6
Semaines musicales de Quimper	29	6
Festival des Mouettes	29	3
Fêtes locales	29	2
Festival Mouezh ar gelted	29	8
Festival du bout du monde	29	6
Douarnenez	29	3
Fêtes des Brodeuses	29	6
Festival des Tombées de la nuit	35	1
Tour de France	29	1
Brest	29	1
Championnat des sonneurs	29	3
Championnat des pipe-band	Glasgow	1
Jeudis de l'évêché	29	2
Festival de Jazz	56	1
Festival Fisel	22	2
Menez Meur (concours solistes/bagad)	29	2
Terre Neuvas	35	1

Figure 62. antourtan.org, tableau récapitulatif des festivals bretons présents sur les vidéos

d. Analyse du navigateur « Navig »

Sur le site web *Bagadoo*, il est offert la possibilité de télécharger le navigateur « Navig ». Ce navigateur bilingue a été distribué par « An Tour Tan », a été réalisé par « i comme » et a été traduit par «l'office de la langue bretonne ». Cette application ne fonctionne qu'avec windows.

Figure 63. antourtan.org, capture d'écran du navigateur "Navig"

Ce navigateur a une interface en breton. Et dans le bandeau du haut, d'accès et de navigation, l'arrière-plan est constitué de drapeau Gwenn ha du répété sur toute la largeur.

14 - 7 - Étape 7 : La topographie de la page web

a) Distinction entre les régions de titre, de présentation textuelle, de présentation visuelle, de lieu de présentation (arrière-fond)

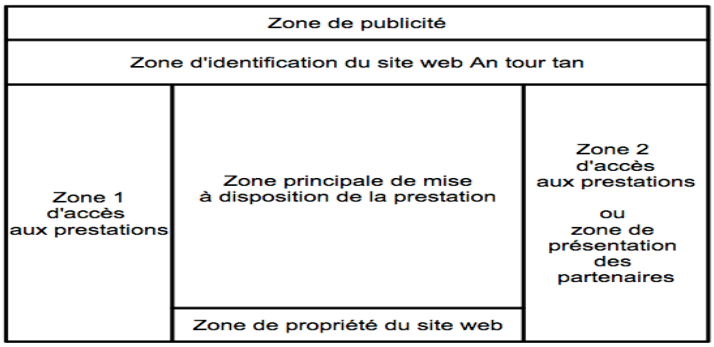


Figure 64. antourtan.org*, représentation schématique de l'organisation globale de l'interface*

b) Analyse de

1. La structure logique, textuelle choisie,

Antourtan.org, selon la représentation graphique a une organisation globale simple. La zone d'identification et de publicité et la zone 1 d'accès aux prestations sont identiques sur l'ensemble des pages. La zone 2 d'accès aux prestations diffère selon les rubriques sélectionnées, et peut mettre en avant les partenaires d'un projet comme pour le « cyber fest noz ».

2. Des éléments d'expression du contenu (signes textuels, visuels, audiovisuels, sonores, animés, etc.),

Antourtan.org, au niveau de ces contenus, repose principalement sur la mise à disposition de vidéos. Le contenu de chacune des vidéos est classé par date de publication (et non de tournage) accessible depuis la zone principale de mise à disposition de la prestation ou de la zone 2 d'accès aux prestations. Chacune des vidéos est présentée dans la zone principale de mise à disposition avec un discours dont l'analyse textuelle montre une dimension descriptive et évaluative.

Pour les documents audios et vidéos, et textuels comme les articles proposés jusqu'en 2003 par *antourtan.org*, une fenêtre pop-up s'ouvre. Les documents audios et vidéos s'ouvrent dans une fenêtre avec le lecteur « Real Player ». Les vidéos du « cyber fest noz » 2008 sont mises en ligne à partir de *Viddler* et sont directement visibles dans la zone principale de mise à disposition de la prestation. Ces vidéos se distinguent entre un premier genre avec des extraits d'artistes se produisant lors des évènements filmés, et ne sont pas accompagnées de commentaires, ou d'une mention du nom du groupe. Le deuxième genre de reportages est l'interview d'acteurs (artistes, élus locaux, responsables associatifs ou de structures culturelles, et plus rarement chercheur) qui y exposent leur projet, leur attachement au breton, à la dimension culturelle de la Bretagne. Tous les reportages n'ayant pu être analysés, puisqu'*Antourtan.org* met à disposition 625h de vidéos, nous présentons uniquement une interview réalisée, en juin 2003, lors de l'émission « Nantes en Bretagne ? ». Ce sujet s'intéresse directement à la dimension territoriale de la Bretagne. L'extrait présenté est celui de l'interview de Jean-Louis Jossic, avec à l'arrière-plan un drapeau « Gwenn ha du ». Jean-Louis Jossic, conseiller municipal à Nantes, adjoint à la culture et chanteur du groupe « Tri Yann » parle d'une « appartenance bretonne », d'un « imaginaire collectif », d'un « attachement viscéral », et propose un référendum élargi au département de la Vendée et de la Mayenne, pour un « rattachement » à la Bretagne.

Ainsi, *antourtan.org* propose sur le web une représentation de ce qu'est la vie festive et festivalière de la Bretagne autour des festivals, fest-noz et artistes qui y participent mais également offre une parole à des élus sur la question de la langue ou de la culture, ou de leurs propres projets. Parallèlement, *antourtan.org* présente des émissions ayant trait à la revendication comme cette émission sur le rattachement de Nantes à la Bretagne.

3. de la structure chromatique,

La structure chromatique d'*antourtan.org* repose sur un fond à trame transparente blanc, des dessins celtiques en arrière-plan vert qui encadrent l'ensemble des pages web sauf les fenêtres pop-up. Des cadres avec des fonds de couleurs bleus ou gris distinguent les contenus entre « Actualité » et « Les dernières photographies » et « les dernières vidéos ». La couleur des caractères des titres est bleue et celle du corps de texte est grise. L'ensemble est donc des couleurs froides. Seul le cadre de mise à disposition des forums proposent un fond orange. Le logotype quant à lui se compose de rouge, blanc et noir.

4. de la structure topographique des éléments les uns par rapports aux autres,

Avec une structure topographique récurrente sur l'ensemble des pages, *antourtan.org* cible la partie centrale de la page pour la mise à disposition des prestations, et dans le cadre du « cyber fest-noz » pour mettre en avant ses partenaires.

5. du scénario de navigation,

Le parcours exploratoire peut être temporel dans le cadre des archives et des vidéos, mais également thématique avec le titre des vidéos. La succession des rubriques dans la zone 1 d'accès aux prestations qui est donc le menu de navigation suit un ordre logique qui est celui des nouveautés au niveau de la web-tv, d'un accès à cette web-tv et d'un temps plus long qui est celui des archives. Puis le projet de « cyber fest-noz » apparaît, l'événement annuel organisé par *antourtan.org*. L'accès à la web radio « radio Kerne » suit. Le lieu d'expression au tour des « forums » est proposé avant les services interactifs qui situent le site web dans un milieu et dans sa fonction d'association avec un espace pour ses membres et d'adhésion. Puis les fonctions d'archives et de recherche dans le site web se succèdent avant une fonction d'aide pour l'usage des logiciels de visionnement des vidéos. Ce menu de navigation part d'une succession entre nouveauté et archives du haut vers le milieu, et de fonctions d'aide ou de recherche en partant du bas.

En résumé, l'attachement territorial sur a*ntourtan.org* passe par la mise en son et en image du territoire. Ce territoire est mis en scène par les vidéos qui parcourent la Bretagne, y compris la Loire-Atlantique sur les thèmes des festivals, des fêtes, de la vie culturelle. La prise en compte de la Loire-Atlantique est soulevée avec une émission intitulée « Nantes, en Bretagne ? ». Pourtant, dans la plupart des émissions disponibles, le territoire de référence s'inscrit dans une proximité géographique qui est le Finistère-Sud, et dans une proximité partenariale avec le « Conseil général du Finistère » pour la dimension départementale. Les vidéos mettent en scène la culture traditionnelle bretonne avec des vidéos sur les artistes et les bagadoù et les festivals ou fêtes en lien avec ce thème.

La dimension régionale est présentée par les signes verbaux dans le lieu de nomination, avec la précision dès la zone d'identification de la Bretagne et d'un lieu précis « à Quimper ». Les signes verbaux portent un attachement territorial avec la présence du breton, dès cette zone d'identification et dans la zone d'exploration et d'accès aux prestations. La langue se retrouve aux niveaux des signes sonores dans les vidéos et sur la radio « Radio Kerne ».

De ce fait, les signes iconiques qui ancrent ce site web sont les logotypes des partenaires plus que l'usage de signes, « d'emblème » dits bretons. Ces signes se retrouvent dans les vidéos comme éléments de l'arrière-plan ou sur des outils comme le navigateur « Navig ».

14 - 8 - Conclusion

- **L'espace linguistique** : Le public visé par *antourtan.org* est la diaspora bretonne et les Bretons selon l'analyse des discours. L'internaute visé est francophone, mais les bretonnants et gallésants (sur une des vidéos) sont pris en considération. Le nom même *antourtan.org* cible des internautes ayant une connaissance de la Bretagne « physique » ou « en ligne ». En effet, le nom étant breton et ne disposant pas de traduction, la recherche du site web s'effectue soit par une connaissance préalable du site web ou des activités de l'association, soit par une connaissance de la langue.

- **Les cartes et les adresses** : La seule carte présente sur *antourtan.org* est une aide pour la pratique du territoire, pour se rendre au cyber fest noz 2008 au pavillon Penvillers à Quimper. La carte se place dans une dimension pragmatique et non symbolique.

- **Les signes iconiques** : Les signes iconiques sur *antourtan.org* ne présentent pas l'attachement territorial. Le phare qui rappelle le nom du site web, de l'association à un connoté la « mer » qui ne peut se rapprocher uniquement à la Bretagne. Il existe d'autres régions maritimes avec des phares en France. La combinaison réciproque du signe iconique et verbal breton permet cette marque identitaire.

- **Les réseaux** : *antourtan.org* s'inscrit dans la culture bretonne, et plus précisément le milieu traditionnel breton alors même que selon sa dénomination il est un « serveur de diaspora bretonne ». La projection sous forme de graphe des liens hypertextes sortants d'*antourtan.org* le met en relation avec ses sous-sites ou les sites web qui ont été réalisés par « An tour tan ». Ces sites web créés étant des festivals, l'extension du graphe va vers les sites web de festivals bretons mais également d'acteur du web breton dans sa dimension « musique et culture traditionnelles » comme « Dastum » ou « BAS 29 », qui se retrouvent à une distance de 2 ou 3 d'*antourtan.org*. Une sous-partie de ce milieu de la culture et musique traditionnelle se détache avec les bagadoù, les cercles et les artistes qui disposent d'un lien hypertexte direct avec *antourtan.org* par l'annuaire ou leur présence dans les vidéos.

Une des émissions présentant le championnat de pipe band à Glasgow, un des agrégats présents est celui des pipe band écossais, irlandais ou d'autres pays du monde. En effet, *rspba.org* est la porte d'entrée pour accéder à l'ensemble des fédérations de pipe band à travers le monde et des acteurs économiques en liens avec ce domaine[1060]. Ce cluster pourrait offrir cette dimension, d'appellation marketing, « celtique ».

Le dernier cluster est celui des partenaires institutionnels et privés sur les projets portés par « An tour tan ». La mention de leur logotype avec des liens hypertextes sur de nombreuses pages du site web, multiplie les liens sortants vers leur site web, ce qui les place au cœur du graphe.

Alors même qu'*antourtan.org* veut être un serveur à disposition de la diaspora bretonne, il n'existe pas de cluster sur cette thématique. Le crawl n'a pas pu ouvrir les liens hypertextes contenus dans la rubrique « liens et adresses », mais le lien présent dans la rubrique « services interactifs » vers l'« Institut Locarn » qui a un projet de « diaspora économique bretonne » n'a pas permis d'accéder aux sites web des associations ou amicales de bretons expatriés.

- **La mémoire** : la dimension historique d'*antourtan.org* est disponible dans des dossiers de presse, téléchargeable à partir du site web. La seule mention historique se situe au niveau de la captation d'image, effective depuis 1999, et de la mise en avant des compétences dans ce domaine. La mémoire est assurée par les archives du site web, avec 625 heures de vidéos ou 46.267 photographies. Cette place de la mémoire est importante. L'internaute sélectionne dans cette mémoire. Nous avons donc parlé de culture bretonne « butinée », mais

[1060] Un parcours manuel du web à partir du rspba présente une organisation hiérarchique des liens hypertextes avec la présence des groupes mais également des festivals, des acteurs économiques (luthiers, fabricants de costume, agence de voyage ou de communication) en lien avec cette thématique. Schématiquement le parcours est rspba > fédérations géographiques > pipe band ou rspba > festivals, ou rspba > acteurs économiques.

cette culture bretonne étant la représentation choisie par *antourtan.org* du territoire de la Bretagne, le territoire « en ligne » n'est donc pas un parcours, mais une sélection dans une sélection vaste (les archives). En somme, ce territoire « en ligne » de la Bretagne est « butiné ».

- **L'interaction et les projets** : Les projets d' *antourtan.org* sont portés par des partenariats, de type parrainage ou de savoir-faire et de compétence. Le projet de la « Radio Kerne » a reçu un financement du « Conseil régional de Bretagne », du « Conseil général du Finistère ». Le site web de « Radio Kerne » a été réalisé avec Mikael Bodlore-Penlaez. Dans le même temps, « Radio Kerne » participe aux émissions de web-tv pour la rédaction en breton.

- Les territoires physiques :

- Quel(s) territoire(s) de référence ? Du sud Finistère à la Bretagne, avec des échappées en écosse, ou dans la diaspora bretonne avec les duplex.
- Quelle(s) mise(s) en scène de ce territoire ? La mise en scène est celle du son et de l'image, autour de la musique et des langues bretonnes, avec prédominance du breton.

- Quelles en sont les représentations ?

- Quels sont les signes utilisés? le breton, la musique
-

- Les territoires virtuels :

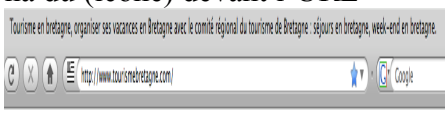
- Quel(s) sont les liens entre territoire « physiques » et territoires « en ligne » ? le « Cyber fest-noz »
- Quelles sont les positions des acteurs dans leur milieu ? partenaire plus que diaspora

- Quels seraient les marqueurs de la Bretagne? événement culturel

15 - Grille d'analyse de *tourismebretagne.com*[1061]

Le Comité Régional du Tourisme en Bretagne (CRTB) est l'organisme officiel du tourisme en Bretagne.

15 - 1 - Étape 1 : Les procédés de nomination et de visualisation

Catégories	Repères	Expression textuelle	Expression visuelle
Nom et contexte « Nomination »	**Identification**	www.tourismebretagne.com « Site officiel du tourisme en Bretagne »	Dans la barre d'adressage du navigateur, apparition du Gwenn ha du (icône) devant l'URL  *Figure 65. toursimebretagne.com, capture de la barre d'adressage du navigateur, Comité régional du tourisme de Bretagne*
	Identité particulière	Logotype avec moucheture d'hermine	*Figure 66. tourismebretagne.com, capture d'écran du logotype*
	Advertoriaux	Copyright CRTB Propriété intellectuelle : tourismebretagne.com	
	Production/ gestion du site	En externe : - Création graphique : SQLI (Nantes) - Développement : SQLI, AFG (Paris) - Hébergement : NP6 (Bordeaux) En interne : - Responsable du site : Michael DODDS - webmaster : Christophe LEUX - Équipe technique : Christophe LEUX, Sylvie THOMAS, Phillipe NOURY, Gilles LE GURUN	
	Type de sites web	Site institutionnel, vitrine culturelle, portail	
	Localisation	« contacts » : 1 rue Raoul Ponchan 35069 Rennes Cedex 02 99 28 44 30	
Organisation globale de la page d'accueil	**Identification du territoire physique de**	Le terme « Bretagne » est mentionné quatorze fois.	

[1061] Captures d'écran effectuées en octobre et novembre 2008.

	référence		
	Information pratique sur le « lieu » physique (horaire…)	Rubrique « brochures et informations » > « Informations » > « offices du tourisme » : précision adresses et heures d'ouverture Rubrique « carte et transport » pour la région Bretagne	
	Temporalité	Bandeau alternatif « à l'affiche » sur des événements organisés en Bretagne	

Interprétation :

Dans le cadre de sa nomination sur le web, *tourismebretagne.com* se réfère à deux représentations graphiques de la Bretagne que sont le Gwenn ha du présent dans la barre d'adressage du navigateur sous la forme d'un icône devant l'adresse URL et par un logotype où la moucheture d'hermine est présente, comme sur le logotype du « conseil régional de Bretagne ». Au plan textuel, le terme « Bretagne » apparaît tant au niveau de l'adresse URL que du logotype. Sur l'ensemble de la page d'accueil, ce signe verbal /Bretagne/ est mentionné à quatorze reprises sur quatre-vingt-quatre signes verbaux de cette page d'accueil, soit 16,66 % des signes verbaux des titres et sous-titres de la page d'accueil.

De ce fait, la page d'accueil de *tourismebretagne.com* peut être qualifiée de site institutionnel tout en possédant une mise en scène du territoire de référence, ce qui le rapproche de la vitrine et en ayant des activités commerciales accessibles dès la page d'accueil, le définissant comme filiale.

Dans cette page d'accueil, l'identification du territoire de référence substitue l'identification de l'organisme. La temporalité des informations à l'affiche repose sur des évènements culturels qui se déroulent dans le territoire « physique », ou des activités commerciales comme, la réservation de séjour. L'accès aux informations pratiques du lieu du « CRTB » est accessible par le bandeau inférieur de la page web d'accueil, rubrique « contact » alors même que la pratique du territoire de la région Bretagne est accessible dès le bandeau d'accueil par la rubrique « carte et transport ».

15 - 2 - Étape 2 : Composants ou « lieux de… » de la page d'accueil web

Lieux de la page d'accueil, positionnement	**Lieu**	**Expression textuelle et/ou visuelle (exemple)**
Bandeau haut de page	**Nomination**	 *Figure 67. tourismebretagne.com, capture d'écran du bandeau d'identification de la page d'accueil*
Bandeau haut de page	**Autopublicité (slogan, expression**	« Site officiel du tourisme en Bretagne » « Préparez votre séjour »

Colonne de droite, haut Colonne de droite, milieu Colonne de droite, bas Colonne de gauche	**singularité du site, de l'organisme…)**	« Réserver en ligne » « Nos idées séjours en Bretagne » « Vos envies… Pour tous les goûts, toutes les envies…. »
Bandeau du haut, menu de navigation horizontal Colonne de droite, haut, menu de navigation vertical Colonne de droite, milieu, tableau déroulant de sélection Colonne de droite, bas, Bandeau du bas, menu de navigation horizontal Colonne de gauche, menu de navigation horizontal et vertical	**Passages pour accéder aux prestations** **Cadre orange**

Bandeau du haut Rubrique « Préparez votre séjour », sous-rubriques : « Hébergements » et « restaurants » Sous rubrique « à faire, à voir » > « Guide des loisirs en Bretagne »	**« visualisation» (cartographie)**	« Moteur de recherche par géolocalisation » : application *Google Maps* Carte de la Bretagne à cinq départements, format GIF, interactive (menu déroulant de sélection par ville ou activité). *Figure 70. tourismebretagne.com, capture écran carte de Bretagne à cinq département, interactive*
Bandeau du haut	**Syndication**	Newsletter (six thèmes)
Bandeau haut de page	**Langue usitée** **Drapeau : Format image GIF, dimensions 21 px x 13 px**	 *Figure 71. tourismebretagne.com, capture écran fonction du choix de la langue avec le drapeau* Français, Traduction en quatorze langues (effectives treize) : traduction du site web en anglais, allemand et espagnol Photographie bandeau du haut : - traduction anglaise : des crêpes - traduction allemande et espagnole : la mer En Néerlandais : ancienne version du site web « Bretagne nouvelle vague » - Pour les États-Unis : autre version « discoverbrittany.com » *Figure 72. discoverbrittany.com, capture d'écran de la version américaine* Pour les autres langues : autre version *Figure 73. tourismebretagne.com, capture écran de la page d'accueil dans d'autres langues*

Interprétation :

- Lieu de nomination et lieu d'autopublicité : L'identification de *tourismebretagne.com* se situe dans un premier bandeau de nomination le bandeau du haut de la page d'accueil avec la présence du logotype, du slogan « site officiel du tourisme en Bretagne », à gauche. Le second bandeau est un bandeau animé d'autopublicité présentant des scènes photographiées (Format, image JPEG, dimensions 584 px x 260 px) pour promouvoir une activité commerciale ou des évènements culturels se déroulant dans le territoire de référence. Ce lieu utilise les moyens de communication (logotype, texte et images) du genre slogan. Ce slogan entremêle l'objectif commercial propre à l'organisme et le produit de son activité, le territoire « physique ».

- Lieu de passages pour accéder aux prestations : Ainsi, la page d'accueil pour accéder aux prestations se divise horizontalement en trois bandeaux, les deux premiers pour accéder aux prestations liées au territoire « physique » et le dernier aux informations sur l'organisme et le site web. Verticalement, la visite du site web ou du territoire « physique » se divise en deux options liées au temps de consultation de l'internaute ; à gauche, sur le mode de la ballade, de la flânerie selon les « envies » sur le site web ; à droite, des outils de recherche et d'accès direct aux prestations avec un moteur de recherche et des rubriques telles que « Préparez votre séjour », « Réserver en ligne », « Nos idées séjours en Bretagne ».

- Lieu d'accueil : L'accès aux prestations sur la page d'accueil utilise les signes iconiques comme dans le bandeau d'identification ou les rubriques « vos envies ». Chaque sous-rubrique est accompagnée d'une image JPEG, au nombre de sept et aux dimensions 136 px x 52 px.

- Lieu d'expression et de syndication : L'expression de l'internaute n'est pas mise en avant, l'outil de syndication présent est la « Newsletter ».

- Lieu de visualisation : Dans les pages du site web, les cartes sous format *Google maps* avec géolocalisation des professionnels ou en GIF interactive pour les lieux ou les activités de loisirs, les vidéos mises en ligne sur la plate-forme de partage de vidéos *You Tube* permettent la visualisation en son et en image du territoire.

- Le lieu de la langue usitée : La traduction de *tourismebretagne.com* ne s'inscrit pas dans le territoire de référence mais dans une dimension internationale. *tourismebretagne.com* est disponible en quatorze langues, avec des traductions en trois langues, une mise en ligne d'une ancienne version, et d'autres versions, c'est-à-dire avec une charte graphique différente, *discoverbrittany.com* pour les États-Unis. La traduction est donc partielle ou totale, de la nouvelle ou de l'ancienne version de *tourismebretagne.com*, ou d'une autre interface graphique. De même, les signes iconiques diffèrent avec un paysage, la mer comme photographie pour la version allemande et espagnole, et la gastronomie, les crêpes comme photographie pour la version anglaise.

En Résumé, la nomination ainsi que l'identification et l'accès aux prestations du *tourismebretagne.com* montrent qu'il est mis en ligne à destination des touristes, étrangers. La charte graphique et la composition des pages web varient selon les langues d'affichage des contenus, au nombre de quatorze, dans lesquelles *tourismebretagne.com* est traduit. La présence de traduction d'ancienne version du site web soulève la question des moyens accordés à cette traduction.

La page d'accueil web de *tourismebretagne.com* met en scène le territoire physique de référence qu'est la Bretagne. Cette mise en scène utilise le genre du slogan, avec la présence du logotype, du slogan « site officiel du tourisme en Bretagne » et d'un bandeau animé présentant des scènes photographiées pour promouvoir une activité commerciale ou des évènements culturels se déroulant dans le territoire de référence. L'objectif publicitaire de ce slogan est la promotion du territoire.

La convocation du territoire passe également par le signe verbal /Bretagne/, des signes iconiques de la Bretagne comme le drapeau présent dans la barre d'adressage du navigateur, une moucheture d'hermine pour le logotype, des photographies pour illustrer les rubriques.

En dehors de cette convocation du territoire « physique », le territoire de la Bretagne se divise en deux mises en scène :

- la pratique du territoire avec la réservation en ligne, la géolocalisation des prestataires sur une carte comprenant les cinq départements, une visite du territoire pré-sélectionné par l'organisme et dont le parcours est proposé en ligne,

- la découverte du territoire sous forme de textes descriptifs, d'images fixes ou animées, un parcours en ligne effectué sur le mode de la flânerie sur le web.

Dès la page d'accueil, il est également possible d'accéder aux archives (temps long du site web) et à la newsletter (temps lié à l'évènementiel) selon six thèmes : « général, randonnée, thalasso, golf, tourisme de proximité et Breizh Trotter ».

15 - 3 - Étape 3 : Les scènes et leurs formes discursives

a) Description de l'univers sémantique de l'ensemble du site web

Architecture de base du site :

Titre de la rubrique	Titre de la sous rubrique	Nombre de pages
« Vos envies »	**« Découvrir la Bretagne »**	**36**
	« Patrimoine »	12
	« Nature »	18
	« Sports et loisirs »	**24**
	« Thalassothérapie »	2
	« Gastronomie »	8
	« Tourisme d'affaires »	3 (dont 1 géolocalisation)
« Préparez votre séjour »	« Hébergements »	6-8
	« Restaurants »	1
	« À faire, à voir »	2
	« Carte et Transport »	3
	« Brochures et Informations »	2
	« Breizh Trotters (16-25 ans) »	1
	« Clés de Bretagne »	**26 (le 27/11/08)**
« Services en ligne »	« Newsletter »	1
	« Images de Bretagne »	1
« Professionnels de Presse »	« Professionnels »	6
	« Presse »	3[1062]

Tableau 34. tourismebretagne.com, titres des rubriques et nombre de pages web correspondant

Par le nombre de pages, il existe deux parties dans ce site web « Vos envies » avec une prédominance pour « Découvrir la Bretagne » et « Sports et loisirs » et, « Préparez votre séjour ». Ces deux rubriques sont mises en scène par leur disposition topographique, comme nous l'avons montré, dès la page d'accueil.

- **hiérarchie en sous-sites :**

  rubrique « Réserver en ligne » : http://www.bretagne-reservation.com;

  rubrique « Nos idées séjours en Bretagne » : www.formulesbretagne.com;

  rubrique « Préparez votre séjour » > « Breizh Trotters » : www.breizh-trotters.com

Liste des rubriques qualifiées en scènes

[1062] Chacune des pages contient des dossiers de presse, les communiqués, les carnets de voyage depuis 2005 disponible en PDF.

N°	Appellation rubriques	visuel (contenu)	Structure chromatique	Titres en breton	Qualification sous le nom de scènes
1	À L'affiche	2 type d'images : - affiche festival « Transmusicales » - photographie mer pour « La Bretagne à croquer », un couple à vélo pour « Aimer la Bretagne »	Dominante bleu	N	Scène « du lieu *d'accueil et de nomination* »
2	Préparez votre séjour	1 Photographie port, 1 photographie activités culturelles (sous-rubrique « à faire, à voir »)	Cadre orange (abricot)	O « Breizh Trotters »	Scène « du lieu d'accès *aux informations pratiques*»
3	Services en ligne	Photographie port	Bleu/orange	N	Scène « du lieu de *syndication »*
4	Services en ligne	Photographie port	Bleu/orange	N	Scène « du lieu de *présentation de la mise en image et en son du territoire « physique »*
5	Vos envies	Selon thème, dominante mer Image JPEG 773px x 180 px	écriture en orange (abricot)/bleu	N	Scène « du lieu de présentation *des territoires « physiques »*
6	Réserver en ligne	Couple qui regarde la mer/phare	Bleu acier-bleu ciel	N	Scène « du lieu *de transaction commerciale* »
7	Nos idées séjours en Bretagne	Couple qui court au bord de la mer	Vert (amande)	N	Scènes « du lieu de présentation *d'une sélection de produits et services* »
8	Professionnels et presse	Photographie port	jaune	N	Scène « du lieu d'accès *aux ressources selon la fonction des internautes* »

Interprétation : *Tourismebretagne.com* à destination de l'internaute-touriste définit selon divers attributs individuels, en groupe, jeune (16-25 ans) ou professionnel, francophone ou non francophone. Le tableau 1. montre au niveau de la première colonne sur le titre des rubriques des verbes utilisés à l'impératif « Préparez », des noms communs décrivant la fonction du contenu « services en ligne » ou faisant appel aux sentiments de l'internaute « Vos envies ». Les titres des sous-rubriques utilisent des verbes d'action à l'infinitif, « Découvrir », « à faire », « à voir » ou des termes que nous avons relevés au niveau de l'échelle sémantique de la Bretagne « Patrimoine », « Nature », « Gastronomie ». D'autres termes sont liés au domaine des activités touristiques tels que « Sports et loisirs », « Thalassothérapie », « tourisme d'affaires », « hébergements », « Restaurants », d'un accès à l'information « Carte et transports », « Brochures et Informations ».

L'accès aux prestations sur le tourismebretagne.com offre différents parcours et diverses mises en scène à l'internaute:

Dans la scène « du lieu d'accueil et de nomination », il est proposé une pré-sélection du parcours du territoire à travers des évènements, des séjours touristiques mis « à l'affiche ». Cette scène reprend le principe du panneau publicitaire dans les rues de la ville où les

évènements culturels et le produit un « week-end en Bretagne » sont affichés. Cependant, dans le cadre du site web, cette fonction et cette matérialité du panneau publicitaire pouvant ne pas être repérées par l'internaute, le terme « à l'affiche » entre dans un processus de mise en ordre de l'information.

- Dans la scène « du lieu d'accès aux informations « pratiques », le territoire est formalisé sous forme de carte interactive. La mention des acteurs du territoire et leur géolocalisation sur la carte augmente à la fois leur espace d'action par une visibilité sur le site web et en même temps, augmente les informations du territoire en rajoutant sur la carte, un filtre qui est celui des acteurs du territoire. Ce filtre n'est pas constant. L'internaute l'actionne par sa sélection, effectue un parcours pratique, de ce qui pourrait être nommé un territoire « virtuel », mis en carte et en ligne et se référant à une territoire « physique ».
- Dans la scène « du lieu de syndication » l'internaute fait un choix, ou non, selon les six thèmes proposés pour la newsletter, dont les périodicités sont de deux par an sauf l'été.
- Dans la scène « du lieu de présentation de la mise en image et en son du territoire « physique », l'internaute accède par le site web, mais également sur des plateformes, à des vidéos. Ces deux scènes intitulées « Services en ligne » de part leur titre semblent être conçues comme des services propres au web, mettant en, scène le territoire de référence.
- Dans la scène « du lieu de présentation des territoires « physiques », le parcours proposé à l'internaute est textuel et sur le mode de la découverte et de la flânerie.
- Dans les scènes « du lieu de transaction commerciale » et « du lieu de présentation d'une sélection de produits et services » l'internaute opère un choix (« réserver ») dans ce qui résulte d'une sélection des animateurs du site web « nos idées ». Le territoire est pré-sélectionné par les éditeurs ou animateurs du site web ou sélectionné par l'internaute en ligne.
- Dans la scène « du lieu d'accès aux ressources selon la fonction des internautes », l'accès à l'information s'effectue selon une fonction, un attribut, « Breizh Trotters (16-25 ans) », « Professionnels » et « Presse ». De même, l'information accessible se réfère aux cadres de la fonction des internautes comme des communiqués et dossier de presse, des carnets de voyage, etc.

La structure chromatique de la page web est à trame transparente blanche, avec une composition entre des couleurs dites froides à dominante bleu (connotée mer) et des titres de rubriques, des menus de navigation placés dans des cadres de couleur dite chaude puisque orange. La couleur de la police de caractères oscille entre le noir, le gris et le orange.

Les signes iconiques qui accompagnent ces scènes varient entre une présentation du paysage (la mer), de la vie culturelle (affiche festival et patrimoine) ou ils sont plus spécifiquement liés au domaine que sont les activités touristiques avec des photographies (image JPEG, dimensions 773 px x 180 px) de thalassothérapie ou de la gastronomie avec un homard, une tarte aux pommes et une bolée de cidre (fabricant « Breizh ma bro »). Les lieux présents dans les photographies sont la pointe de Dinan, les tas de pois à la pointe de Pen-hir pour « Découvrir la Bretagne », une église et une maison à colombages pour le « patrimoine », le cap Fréhel et la pointe du Raz pour la « Nature », un véliplanchiste, un catamaran et deux femmes dans un spa pour les sports et loisirs.

Le signe verbal /Bretagne/ est présent dans les titres et sous-sitres, et un titre est bretonnant avec la mention « Breizh » et du verbe « trotter », transformé en nom avec l'ajout d'un pluriel, repris de l'expression « globe trotteur », qui signifie communément parcourir le monde.

b) Recherche des unités de sens (script général du site web et architecture du site web)[1063]

Nous présenterons dans cette partie l'analyse de la scène « du lieu de présentation du territoire « physique », auquel nous rajouterons à la suite de cette analyse, le territoire comme matière pour l'« imaginaire ». De ce fait, nous avons réparti les scènes et les thèmes-clés relevés dans le cadre de l'échelle thémantique de la Bretagne. Le tableau faisant 7 pages, nous présenterons un page pour la présentation physique et une page pour la présentation imaginaire puis nous développerons la comparaison dans une analyse. Les autres scènes ont présentées au niveau du script sémantique

Thèmes	**Différenciation ou intégration sémantique**	**Dimensions discursives et Commentaires**
Bretagne : présentation du territoire physique		
Intégration sémantique **Bocage**	« Ce jardin d'Eden vert, dont sont exclues les voitures », « A pied, à cheval ou en vélo» ; « Pas de voiture ni de vélo sur l'île », « C'est à pied ou à vélo », « Sans voiture » « La Bretagne des cours d'eau et des canaux, celle du bocage, des haies et des talus propices à la **biodiversité**, séduit de plus en plus **les amateurs de nature**, (…) » « classées en raison de leur fragilité et de la **qualité** de leur faune et de leur flore. » « Conquis par la richesse de son histoire comme par ses ravissants paysages, les **amateurs de nature et d'authenticité** commencent à le redécouvrir, après plusieurs décennies **d'oubli.** » « Ces intermèdes **enchanteurs** sont aussi des sites écologiques de premier ordre en raison de leur **diversité remarquable**. » « ces particularités des rivières bretonnes. » « **Paradis des pêcheurs** de truite, (…) » « lieu d'observation de la nature privilégié, et une zone réservée à la pêche. » « Les **amoureux de nature** trouveront dans cette contrée **le paradis de nombreuses espèces naturelles** »	Dimension descriptive avec recours au registre de la passion (« amateur de ») présent deux fois et de l'amour » (« amoureux de »), du religieux « paradis de » (x2), de l'imaginaire « enchanteurs ». Dimension injonctive : Pas de voiture, à pied, à cheval, à vélo « (bio)diversité » « qualité » - Mise en avant du territoire de référence : « authenticité », « particularités » - Convocation négative de l'autre : « oubli »
Unicité, singularité (intégration sémantique)	« La civilisation des mégalithes », « La conquête romaine », « Les grandes invasions » « La victoire de Nominoë » « (…) **traditionnellement** considéré comme le père fondateur de l'indépendance bretonne. » « Le développement d'un état breton », « La Bretagne connaît son apogée sous les Ducs de Montfort » « Les mariages de la duchesse Anne, contrainte d'épouser Charles VIII puis son successeur Louis XII en 1499, sont les premières étapes du **rattachement de la Bretagne à la France,** consacré en 1532 par l'Edit d'union, publié à Nantes. » « L'essor du commerce breton » « La Bretagne sous la révolution » « Une entrée difficile dans le XIXe siècle » « La période révolutionnaire et l'Empire ont laissé la Bretagne dans un état déplorable. Les industries traditionnelles n'ont pas su s'adapter et la faim et la misère obligent de nombreux bretons à émigrer. » « La Bretagne au XXe siècle » « Quelques années plus tard, lors de la Grande Guerre, les Bretons paient un lourd tribut à la France, avec au moins 150 000 tués. » « Le régime de Vichy **ampute la Bretagne du pays nantais** pour le rattacher administrativement à la région d'Angers. »	Dimension narrative sur l'histoire de la Bretagne depuis ses pères fondateurs, sur le registre de l'imaginaire « Traditionnellement considéré», et une dimension évaluative sur un « rattachement (…) à la France » et le verbe « ampute » pour désigner 1941.
Gastronomie	« Mais la star locale est sans doute la fameuse galette de blé	dimension évaluative sur le

[1063] Critères obtenus à partir de la figure 3.1. Les principaux critères utilisés pour l'analyse d'une prestation web, in Peter Stockinger [05], op. cit. p. 44.

	noir, souvent imitée, rarement égalée. » « Spécialité emblématique de la Bretagne, traditionnellement dressé sur lit de goémon, le plateau de fruits de mer est plein de tonus. » « Crêperies ambassadrices » « **Spécialité emblématique** de la Bretagne, **traditionnellement** dressé sur lit de goémon, le plateau de fruits de mer est plein de tonus. » « Aujourd'hui identifiée comme une région gastronomique à part entière, en partie grâce à la moisson de médailles des chefs, la Bretagne a longtemps souffert d'un déficit d'image dans ce domaine, peut-être parce qu'elle disposait de nombreux autres atouts. » « La cuisine bretonne se trouve ainsi élevée au rang d'œuvre d'art par un vivier de chefs inspirés, qui savent ce qu'ils doivent aux producteurs, pêcheurs et éleveurs locaux. La Bretagne gastronomique, oubliant ses complexes mais surtout pas ses racines, s'invite à la table des plus grands. »	savoir-faire qui présente un Bricolage. La gastronomie bretonne est une « œuvre d'art », qui honore la production locale et une galette de blé noir devenant la « star locale ». La crêpe devient-elle un emblème « moderne » de la Bretagne? Dans le même sens, les fruits de mer sont un emblème de la Bretagne, qui possède également une tradition de présentation, le goémon. La convocation du regard de l'autre sur le mode du rejet : « La Bretagne gastronomique, oubliant ses complexes mais surtout pas ses racines » et de la revendication « s'invite à la table des plus grands ». Objection : Convocation négative de l'Autre : « imitée » mais pas « égalée ». Il existe donc des « crêperies ambassadrices », dont la liste est proposée aux internautes.
La Bretagne, matière pour l'imaginaire		
celtes	« La **charmante** chapelle Saint-Paul a poussé là, au beau milieu d'un champ de **galets géants,** qui semblent avoir été posés au hasard par un **géant celte**. » « une parenté évidente avec certains paysages d'Irlande ou du Pays de Galles. » « Sous l'influence de la **culture celtique**, la présence de **l'Ankou, la Mort**, (…). »	Dimension descriptive avec la mention entre histoire (origine) et imaginaire des Celtes, des légendes, de la culture et des paysages. Les légendes sont cachées entre « mystère » et « charme ».
Enchantement, merveilleux et légende Intégration	Les lieux (Argoat/Armor) : « enchantements » « **Il était une fois** » « Voilà l'effet produit par les Glénan sur le visiteur : une impression d'irréalité le saisit, à la limite du conte **merveilleux**. » « **merveilles insoupçonnées** » ; « aux **charmes** de cette Bretagne **intérieure et secrète**, » ; « **le charme de la mystérieuse** forêt opère toujours. » « Lorsque la **brume** descend sur les Monts d'Arrée, l'atmosphère se fait soudain **mystérieuse** et on comprend pourquoi ce pays est riche de tant de **légendes** venues des temps les plus reculés. Les reliefs insolites se muent parfois en formes inquiétantes, lorsque la luminosité particulière des lieux décroît au passage d'un nuage dense. » « **Mystérieux** et bruissant de **légendes**, l'Argoat sait se faire **enchanteur** »	Dimension descriptive avec une oscillation entre un imagination sortie des lieux et de phénomènes météorologiques (brumes) et une imagination issue des légendes arthuriennes dont on essaie de trouver des traces sur le territoire « physique », « mystérieux », « enchanteur », « merveilleux ».
différentiation	« faire **rêver les visiteurs** qui empruntent les sentiers de cette superbe futaie. N'y trouve-t-on pas la grotte du **Diable, passage obligé vers l'enfer** ? La rivière d'argent s'y précipite à la sortie du lac. **On dit qu**'en guise de dernière chance, le voyageur s'y voit proposer boissons fortes et douces, de plus en plus enivrantes, dans chacune des 99 auberges qui ponctuent sa route. Gare à l'ivresse : seule la sobriété lui permettra de rebrousser chemin et de **sauver son âme** ! » « Un royaume de l**égendes** » « (…), Huelgoat (ou haut bois en breton) est, au même titre que la forêt de Paimpont, dépositaire de **l'imaginaire et du merveilleux celte.** La Grotte d'Artus et le camp d'Artus font bien allusion au fameux roi **Arthur des Chevaliers de la Table Ronde.** »	Dimension descriptive des légendes

	« (…) un **imaginaire merveilleux** peuplé **de fées** et de **géants. »** « Nul **monstre** tapi dans les profondeurs de ce lac là, depuis que **Saint-Armel,** un moine gallois pourfendeur de **dragons**, a maté celui qui terrorisait la région. » « Ici, les fantômes des **Chevaliers de la Table Ronde** ne sont jamais loin et pour un peu, on s'attendrait à voir surgir Lancelot aux abords du Val sans Retour. N'est-ce pas la silhouette de Viviane, là-bas près de la fontaine de Barenton ? L**'envoûtement** est à l'œuvre, sans doute à cause d'un **sortilège** jeté par quelque **fée** discrète. Après tout, qui sait ce qui peut arriver au **cœur** du domaine de **Merlin l'enchanteur** ? Les plans d'eau y ont **des noms de rêve** : nul étang immobile à **Brocéliande**, mais un **Miroir-aux-fées.** Porté par **l'imagination**, il est facile de se laisser entraîner au gré de ses pas dans un **monde merveilleux** rempli de fontaines en ébullition**, d'elfes** et **de fées**. C'est le **charme** unique de cette forêt qui **s'ingénie à mêler l'imaginaire et le réel, le mythe et l'histoire.** Rien d'étonnant alors, que dans l'église de Tréhorenteuc, symbolique chrétienne et arthurienne se mêlent sur un vitrail représentant les apôtres réunis autour du Graal. » « dont certaines sont **légendaires** tels la **Fontaine de Jouvence** ou le tombeau de **Merlin**. » « Il ne déroge pas à **l'esprit légendaire et mystérieux** des lieux puisqu'une **fantomatique Dame Blanche** hante régulièrement les landes **brumeuses** alentour. » « Royaume de **L'Ankou e**t terre de **korrigans,** (…) une qualité plus singulière : elles ouvrent à toute volée les portes de l'**imagination**. » « abritent d'autres portes qu'il vaut mieux éviter de pousser, puisque ce sont celles de **l'enfer.** C'est du moins ce **que l'on racontait autrefois**, le soir au coin du feu, lors des longues veillées d'hiver. En l'absence d'explication rationnelle, les feux follets, ces inquiétantes flammes vacillantes voltigeant au-dessus des tourbières, semblaient bien témoigner de la présence d'esprits **malins**, prêts à émerger des **brumes** automnales. »	

Interprétation :

Dans les signes verbaux comme dans les signes iconiques, le territoire de référence, la Bretagne est mis en scène. Si les photographies de la page d'accueil mettait en avant la dimension maritime de la Bretagne, à travers les signes verbaux, la Bretagne devient matière de l'imaginaire et s'inscrit dans une dimension historique avec son patrimoine, architectural et naturel et de sa culture au sens de traditions.

La mise en scène ou le contexte ne peuvent pas être ignorés dans une pragmatique de la signification. « Même lorsque l'on utilise un signe apparemment isolé – un mot, un signal routier, un geste de la main – on se fonde toujours sur un contexte […] On soutient alors très volontiers qu'il n'est pas de sémiotique du signe possible sans sémiotique du discours. Une théorie du signe comme entité isolée est en tous les cas impuissante à expliquer l'usage esthétique des signes, de sorte qu'une sémiotique de l'art doit nécessairement être une sémiotique des textes et des discours. [1064]» La mise en scène, que nous avons détaillée à partir du scénario du site web du « Comité Régional du Tourisme en Bretagne », convoque deux territoires dans les contenus. Nous présentons les résultats de la recherche des unités de sens sur *tourismebretagne.com* qui permettent de dégager un territoire « physique » et un territoire « imaginé ».

Pour la présentation des activités commerciales (réservation en ligne, présentation des prestataires et des prestations touristiques) dans le territoire « physique », la dimension

[1064] Umberto Eco, *Le signe*, Bruxelles, Éditions Labor (coll. *Le livre de Poche*), 1988, p. 29.

descriptive prédomine sur la dimension évaluative[1065]. La dimension évaluative s'appuie sur la vision négative de l'autre résultant de sa méconnaissance (/peu connu/ à l'échelle de l'Europe et du monde), voire de /l'oubli/. Le recours à la presse pourrait se rapprocher de la cité de l'opinion chez Boltanski et Thévenot[1066]. On y convoque le mérite, la grandeur vient du regard des autres. La réputation vient d'un discours rapporté de la presse, de /photographe spécialisé/ qui évoque les /meilleurs spots/, ou sur le registre du religieux (/le paradis de/) ou du merveilleux des vagues /féériques/. Le jugement de l'autre est convoqué pour renvoyer une évaluation positive du territoire physique qui coexiste entre la passion (/amateur de/), l'amour (/amoureux de/), le religieux (/paradis de/) ou le merveilleux (/enchanteurs/). Le territoire « physique » peut être qualifié en termes d'/authenticité/ ou de /particularités/, et il devient même acteur. Ainsi les phares sont « personnifiés », dans le rôle de /stars/ prenant la pose puisque /photogéniques/. Et, la Bretagne devient /consciente de sa richesse culturelle/. Ainsi la /tradition/ ou la /tradition culturelle forte/, le /patrimoine/, l'/identité/ sont mis en parallèle avec la modernité et l'/ouverture sur le monde/. La dimension évaluative sur le savoir-faire présente la gastronomie bretonne par la métaphore d'une /œuvre d'art/ qui honore la production locale et une galette de blé noir devenant la /star locale/. Dans le même sens, les fruits de mer sont un emblème de la Bretagne, avec le goémon (algue) défini comme une tradition de présentation. Cette gastronomie /s'invite à la table des plus grands/. La convocation du regard de l'autre convoque le rejet, /La Bretagne gastronomique, oubliant ses complexes mais surtout pas ses racines/, /imitée/ mais pas /égalée/. Le signe verbal de la méconnaissance de l'autre et d'une reconnaissance est un des signes du rejet de l'autre dans ce corpus. La crêpe devient un « emblème » moderne de la Bretagne à travers le monde avec des /crêperies ambassadrices/ dont la liste est proposée aux internautes. La crêpe fait donc circuler les internautes dans le monde « physique ». La dimension descriptive accompagne le thème de l'auto-organisation, relevé dans les lectures pour établir une échelle sémantique de la Bretagne, à travers la création d'un /réseau/ pour mutualiser les moyens et proposer /davantage/ et /encore/ de services dans plusieurs domaines d'activités (sports nautiques, patrimoine) en évoquant un gage de /qualité/ par les labels. Ce territoire-acteur apparaît donc constaté, évalué par les acteurs de ce territoire et le regard de l'autre.

Dans le même temps, un autre territoire coexiste. Ce territoire imaginé vient du /rêve/ des /amoureux/ de la Bretagne. Nous avons réuni les dimensions narratives, évaluatives, descriptives, injonctives autour de l'histoire et des légendes. La dimension narrative sur l'histoire de la Bretagne est complexe et convoque la fiction. Selon Michel de Certeau, il existe quatre fonctions de la fiction dans le discours de l'historien : l'histoire, la réalité, la science, et le « propre »[1067].

Sur le site web *tourismebretagne.com*, la fiction se rapproche du discours ordinaire et non du discours savant de l'historiographie. /La victoire de Nominoë / /traditionnellement considéré comme le père fondateur de l'indépendance bretonne/. Est-ce une fable, un mythe, une légende ? « Mais par sa lutte contre l'affabulation généalogique, contre les mythes et les légendes de la mémoire collective ou contre les dérives de la circulation orale, l'historiographie crée un écart par rapport au dire et au croire communs, et elle se loge précisément dans cette différence qui l'accrédite comme savante en la distinguant du discours ordinaire. [1068]» Dans cette description, nous pouvons reprendre la définition que « […] La fiction, sous ses modalités mythiques, littéraires, scientifiques ou métaphoriques, est discours

[1065] Cf étape 3 : les scènes et les formes discursives des sept étapes de la description de l'attachement territorial d'un site web, p. 49.

[1066] Luc Boltanski, Laurent Thévenot, *De la justification*, Paris, Éditions Gallimard, (coll. *NRF Essais*), 1991, p. 126.

[1067] Michel de Certeau, *Histoire et psychanalyse*, Paris, Éditions Gallimard (coll. Folio Poche), 2002, pp. 53-56.

[1068] Michel de Certeau, *Histoire et psychanalyse*, Paris, Éditions Gallimard (coll. Folio Poche), 2002, p. 53.

qui « informe » le réel, mais ne prétend ni le représenter ni s'en créditer[1069] ». La narration n'est pas savante, elle oscille. Après Nominoë, une dimension évaluative accompagne les mariages /contraints/ de la duchesse Anne de Bretagne /premières étapes du rattachement de la Bretagne à la France, consacré en 1532 par l'Edit d'union, publié à Nantes/. Ensuite, une dimension évaluative désigne l'année 1941 avec le verbe /ampute/. « Le régime de Vichy ampute la Bretagne du pays nantais pour le rattacher administrativement à la région d'Angers. » Après la dimension narrative, le patrimoine conservé se décline sous la thématique du religieux avec le nom des saints et les pèlerinages, de l'architecture, et l'évocation du patrimoine oral, de la tradition, des coutumes. La fiction revient autour de la matière celtique à travers une dimension injonctive /n'oubliez surtout pas de consulter le site « la Bretagne des légendes »/. Les légendes sont cachées entre /mystère/ et /charme/. La convocation du champ lexical du merveilleux (/imaginaire/, /enchanteur/ et /magiques/, /mythiques/, /Merlin/, /Arthur/) entraîne vers un territoire imaginé. La dimension descriptive oscille entre une imagination sortie des lieux et des phénomènes météorologiques (brumes) et une imagination issue des légendes arthuriennes dont on essaie de trouver des traces sur le territoire « physique » devenu /mystérieux/, /enchanteur/, /merveilleux/. Les légendes de quelques lieux sont donc décrites. L'analyse du discours appliquée au site web *tourismbretagne.com* met en avant la distinction entre deux grandes parties. La première, la découverte de la Bretagne correspond à la préparation d'un séjour en Bretagne. En ce sens les scènes présentent le territoire « physique », avec une mise en texte et en image des produits et des services avec une possibilité de transaction commerciale. Le territoire est pratiqué en ligne avec des cartes du territoire physique pour localiser les évènements et les professionnels du tourisme. C'est une des formes discursives de présentation du territoire en ligne. La seconde partie est un territoire comme matière pour la rêverie, une imagerie validée par l'inspiration des artistes ou des lieux de légendes. Il n'est pas fait mention de drapeaux, d'emblèmes, de blasons.

Toutefois, c'est moins par les dimensions ou les formes discursives que nous allons comprendre le sens de ces signes et l'imagerie sur le corpus « web régional breton » que par les signes transposables à travers les différents degrés de l'attachement territorial. Mais, cette présentation de la convocation de deux territoires sur une même interface, montre qu'un acteur dans un domaine d'activités particulier qu'est le tourisme peut juxtaposer deux types:

- le territoire physique des professionnels du domaine et,
- le territoire issu de l'imagerie qui peut motiver la venue de l'internaute dans le territoire physique et donc marquer la différence de ce même territoire « physique ».

Il pourrait être même envisageable que pour se distinguer, ce territoire « imaginé » soit accentué. De ce fait, les signes sont présentés dans un contexte, ou des contextes d'énonciation (des discours) parfois juxtaposés sur une même interface, parfois juxtaposés entre plusieurs sites web. En dépassant un seul site web, il est également possible de rencontrer des contradictions. Par exemple, /Rennes, capitale régionale/ et /Nantes, capitale bretonne/ sont deux signes verbaux dont le degré dans l'échelle de l'attachement sera la convocation du territoire pour le premier, et la revendication pour le second.

En Résumé,

- on découvre le territoire :

Outre le nombre de pages, l'analyse sémantique montre que le site web se distingue en deux grandes parties, la découverte de la Bretagne correspondant à la rubrique « Vos envies » et la préparation d'un séjour en Bretagne correspondant aux rubriques « Préparez votre séjour » et « Réserver votre séjour ». Les scènes présentent le territoire « physique », avec une

[1069] Michel de Certeau, *Histoire et psychanalyse*, Paris, Éditions Gallimard (coll. Folio Poche), 2002, p. 56.

mise en texte et en image ou elles présentent des produits et des services avec une possibilité de transaction commerciale. L'internaute pratique le territoire en ligne avec des cartes du territoire physique pour localiser les évènements et les professionnels du tourisme. Après une mise en image et en son, c'est une mise en cartes du territoire avec un acteur : *google maps.*

La seconde partie est un territoire comme matière pour l'imaginaire, une imagerie validée par l'inspiration des artistes.

Il n'est pas fait mention à des drapeaux, des emblèmes, des blason. Le breton est présent dans une dimension discursive injonctive dans l'aide à la compréhension du texte avec la traduction des termes bretons dans le texte entre parenthèses.

15 - 4 - Étape 4 : Le cœur de scénario, attachement thématique et/ou attachement territorial

1) Scénario structural des rubriques

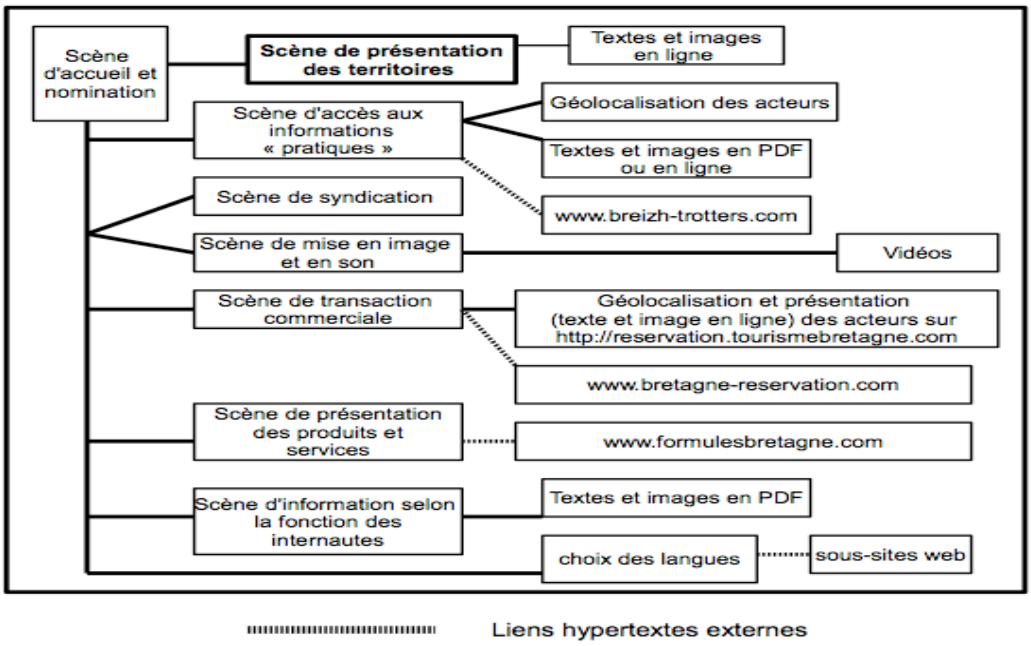


Figure 74. tourismebretagne.com, représentation schématique du parcours des rubriques

Interprétation : Deux mises en scène de présentation de la Bretagne :

a) une présentation des territoires de la Bretagne en texte et en image (descriptifs et photographies) et une mise en image et en son (vidéos). Ces deux scènes permettent une découverte de la Bretagne par un parcours « en ligne » ou « web » ;
b) une présentation par géolocalisation des acteurs et un accès aux prestations (scène de transaction commerciale et de présentation des produits et des services) utilisant la géolocalisation et se situant parallèlement sur des sous-sites web n'ayant pas la même charte graphique. Le « territoire » présent en ligne aide à **pratiquer** le « territoire physique », tout en offrant un espace de lisibilité et de visibilité pour les acteurs du territoire.

Le terme acteur est utilisé dans cette représentation schématique pour les professionnels du tourisme. Ces acteurs disposent à partir *tourismebretagne.com* de liens hypertextes vers leurs sites web, comme dans les scènes d'accès aux informations « pratiques » ou de transaction commerciale.

2) Script de la scène de présentation des territoires en texte et en image

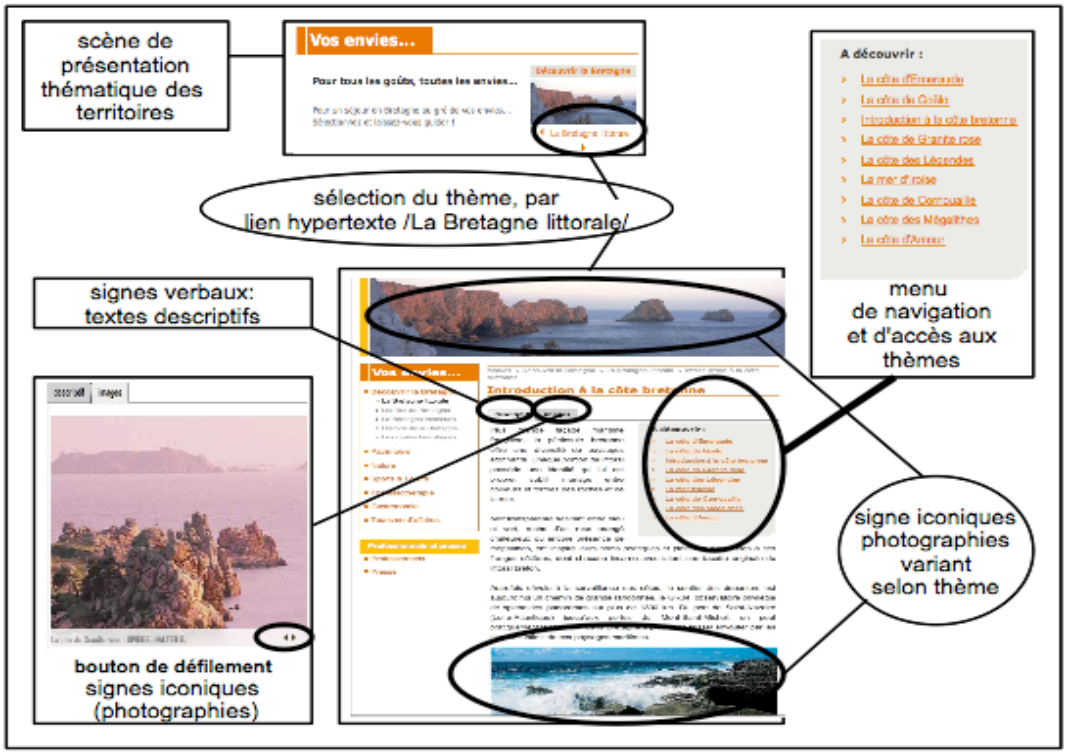


Figure 75. tourismebretagne.com, représentation schématique du parcours en texte et image de la Bretagne

3) Script des scènes de transaction commerciale et de présentation des produits et services

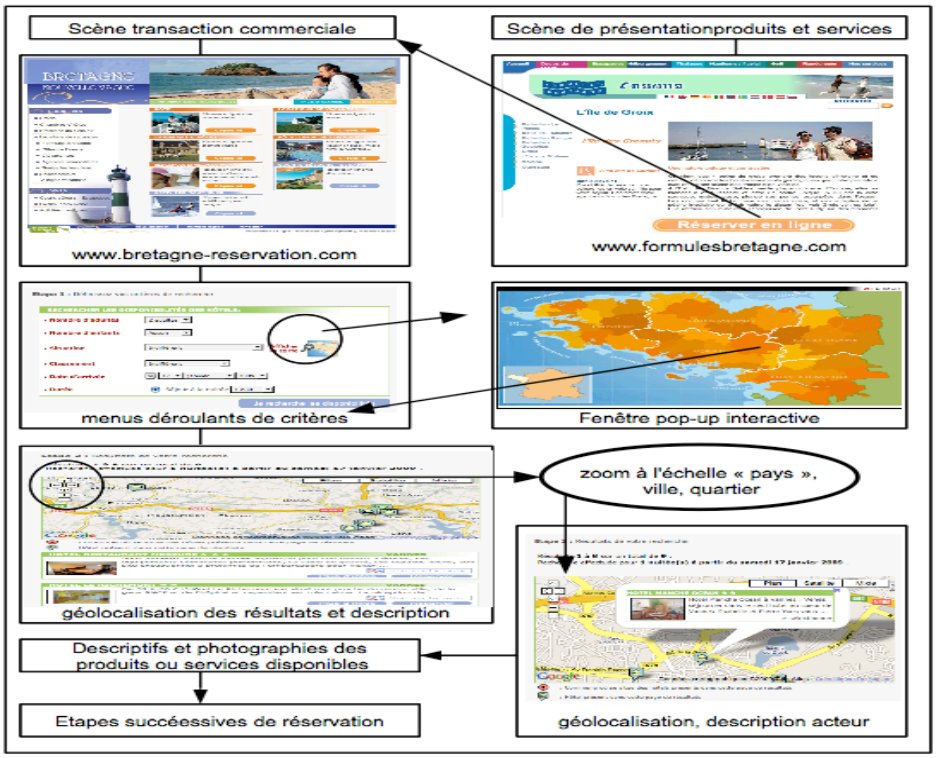


Figure 76. tourismebretagne.com, représentation schématique des scènes de transaction commerciale

Interprétation :

a) Parcours en texte et en image sur le mode de la « flânerie » avec pour objet, la Bretagne selon différentes thématiques géographiques ou d'activités touristiques ; pour référents, des signes iconiques sous forme de photographies fixes (bandeau supérieur et inférieur) ou animées sous l'action de l'internaute (diaporama). Ces photographies (format JPEG) présentent des scènes de paysages, de la vie culturelle, du patrimoine, des activités touristiques ou de la gastronomie ; pour les discours à dimension descriptive avec des dimensions évaluatives avec une échelle de comparaison avec le monde, l'Europe ou la France.

b) Parcours pratique et cartographié de la Bretagne avec pour objet les acteurs professionnels du territoire à cinq départements, des cartes *Google maps* de géolocalisation et des discours descriptifs des prestations des acteurs accompagnés d'une photographie des lieux.

4) Domaine de référence d'expertise, et/ou culturelle du site

Domaine/sous domaine	**Composant**	**Recours au domaine culturel, économique, politique, social, historique de l'organisme**	**Recours au domaine culturel, économique, politique, social, historique territorial**	**Expression textuelle ou visuelle**
Tourisme	***référentiel***	Les acteurs professionnels et culturels		
	thématique	Description		
	Rhétorique ou discursif	Accent mis sur les prestations, et l'organisation		
Bretagne	***référentiel***		Gastronomie, paysages, festivals	
	thématique		Déficit d'image auparavant	
	Rhétorique ou discursif		Promotion d'une renommée mondiale et de la tradition	

Interprétation : La Bretagne, territoire à la fois géographique et actuel mais également historique et passé est la matière pour mettre en scène les acteurs professionnels du tourisme. Les acteurs culturels sont des éléments convoqués comme la mise en image de la « convivialité » du territoire. Le domaine d'expertise est le domaine de l'activité touristique en Bretagne mais le sous-domaine touche à toutes les dimensions temporelles actuelles ou passées de ce territoire dans une logique de promotion.

En résumé, ***tourismebretagne.com*** développe tout un ensemble de régions d'édition à destination de ses prestations commerciales, tout en offrant des régions d'édition destinées à la présentation du territoire de référence qu'est la Bretagne. Cette Bretagne se compose de cinq départements, et la dimension historique du duché à la région administrative sont évoquées. Toutefois, cette dimension historique laisse place plus largement au champ lexical de l'imaginaire, autour d'une mise en scène d'un « enchantement » des lieux. En ce sens, ce n'est plus le territoire actuel ou passé, mais le territoire issu des légendes (locales autour des conditions climatiques comme la brume ou européennes, avec les légendes arthuriennes), des mythes. Mais les signes iconiques, présents dans la page d'accueil et les lieux de nomination et d'identification ne sont pas développés dans les zones de présentation des prestations, ainsi l'emblème de la Bretagne est moins le signe iconique du Gwenn ha du ou de la moucheture

d'hermine que les signes verbaux qui accompagnent la gastronomie. Ainsi, la crêpe est un « star locale » et une « ambassadrice » de la Bretagne dans le monde, et le plateau de fruit de mer devient un plat « traditionnellement » présenté avec du goémon (algue).

15 - 5 - Étape 5 : L'attachement territorial par le positionnement dans un milieu « physique » et « virtuel »

1) Analyse des composants de « fonctions épi- et péritextuelle »

Thématique territoriale	Composants	Expression textuelle	Expression visuelle
Positionnement dans un milieu pertinent	**Liens hypertextes vers organismes de tutelle, organismes partenaires, organismes amis…)**	Accueil > « liens utiles institutions » « liens utiles transports » et sur l'ensemble des pages, selon le thème développé (que ce soit dans la présentation du territoire ou dans les activités commerciales)	/
	Moteurs de recherche et annuaires	Géolocalisations des sites web « Hébergements », « Restaurants »	/
Positionnement par le milieu pertinent	**Références par d'autres sites**	Association Bisquine Cancalaise, Office de Tourisme Bécherel	/
	Publicités, adverbiaux	« Transmusicales », colonne de droite : publicité pour acteurs professionnels	

Interprétation : Sur la page d'accueil, en bas, les « liens utiles » dirigent vers deux types de liens qualifiés d' « utiles » : institutionnels (dix liens hypertextes) et de transports (neuf liens hypertextes). Par les rubriques « Hébergements » et « Restaurants », les sites web des établissements géolocalisés sur une carte *Google maps* sont accessibles. Parallèlement, comme avec les traductions, *tourismebretagne.com* est construit sur un ensemble de sous-sites, comme le « Breizh Trotters (16-25 ans) ». La colonne de droite de la page d'accueil offre une espace publicitaire pour les acteurs professionnels.

2) Analyse des composants de « fonction épitextuelle» : les liens hypertextes

Un premier parcours manuel de *bretagnetourisme.com* produit un graphe contenant 468 nœuds et 351 liens hypertextes. En reprenant les 468 URL et en ouvrant chacune des pages d'accueil des sites web, le second graphe contient 1408 nœuds et 2158 liens hypertextes, et devient connexe.

Ainsi le second graphe sera présenté par distinguer la périphérie du graphe et la périphérie du cœur. Les autorités étant identiques dans les deux graphes, avec une disparition des hubs, nous nous intéresserons dans un second temps, au cœur du premier graphe.

Deux périphéries se détachent du cœur du graphe :

1. il est constitué de 21 nœuds isolés et de cinq paires et de deux triades.

Les nœuds isolés sont : six sites web institutionnels des départements du Finistère et du Morbihan, de six offices de tourisme (départements 29, 56, 22) et d'un hébergement gîte rural (département 56), du musée de Cesson-Sévigné (département 35), d'une page de questionnaire *bretagne.tourinsoft.com* de *tourismebretagne.com*, d'un centre équestre (département 56), d'un portail de pêche en Cornouailles *telemer.com* (département 29), de

deux golf (Fréhel et Domaine des Ormes), et du sous-site web de la « Chambre de commerce et d'industrie de Rennes » (département 35), *chaine-alimentaire.com*.

Les paires sont une mairie du Finistère (Ploeven) qui renvoie vers son ancien site web fait avec l'outil « pages perso » d' « Orange », d'une boîte de nuit vers son forum de discussion (département 29), d'une mairie vers son office de tourisme (département 29), d'un annuaire des sites institutionnels en Bretagne *inet-bretagne.com* vers un site web d'immobilier, du « Pôle randonnées et loisirs Nature en Bretagne », *randobreizh.com* (département 35) vers l'agence web qui développe sa cartographie, *eole-production.com* (département 29).

Les triades sont le Golf de Saint Cast Pen Guen (département 22) vers ses blogs et le Golf de Saint-Samson (département 22) vers un hébergement qui est une entreprise « Brit Hotel » basée à Loudéac (département 22) qui cite son système de réservation en ligne.

2. il est constitué de huit nœuds isolés et d'une paire et d'une triade et de la ville de Cesson-Sévigné (département 35) qui pointe vers un musée virtuel de la ville *jeanboucher.net*, de l'agence de communication qui a réalisé techniquement le site web *usenet.fr* (Rennes, 35) et d'un service en ligne non accessible sans identification *carteplusweb.fr*. La triade suivante est la mairie de Châteauneuf-du-Faou (département 29) qui pointe vers le site web du réalisateur du site web *njolle.com* (Saint-Urbain, 29) qui pointe vers une entreprise de sonorisation de spectacle *audiolite-sonorisation.com* (Landerneau, 29).

Les nœuds isolés sont deux restaurants (départements 56, 35) deux chambres d'hôtes (départements 56, 22), une mairie (département 22) et un pays (département 56), un sous-site web du « Comité Départemental du Tourisme » du Finistère, *bretagne-groupes.com,* et deux sous-sites web de *tourismebretagne.com*, *tourismebretagne-photos.com* qui met en accès libres de droits trois mille photographies de Bretagne à destination de la presse et des acteurs du tourisme, et *thalasso-bretagne.com* qui présente les treize centres de thalassothérapie en Bretagne.

- Les liens réciproques : graphe trop dense pour les repérer

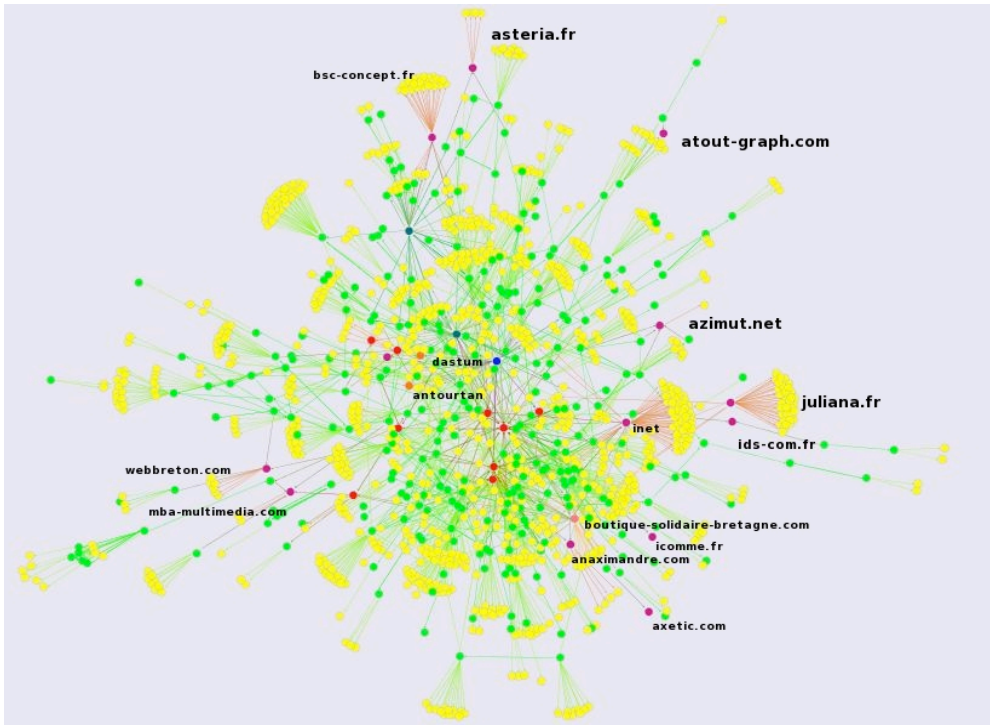


Figure 77. tourismebretagne.com, coeur du graphe des liens hypertextes et sites web (Navicrawler, 12/08)

Légende couleur

rouge : institution

orange : association

bleu ciel : artiste

jaune : site voisin du site visité lors du parcours

bleu : personnel

vert : site visité lors du parcours

violet : entreprise

- Filtre : *antourtan.org* est cité par une association sportive de golf (département 22) et un site web personnel sur un festival finistérien, *filetsbleus.free.fr.*

- relais multiple : Ce site web de festival ou fête bretonne pointe vers 39 références dont *dastum.org, diwanbreizh.org, kuzul.org, coop-breizh.com, ofis-bzh.com* (pour les associations en lien avec le breton) mais également *cg29.fr, finisteretourisme.com, region-bretagne.com*, *ville-concarneau.fr* (pour les institutions), et *breizhoo.fr, bretagne.com* (pour les moteurs de recherche).

- Amplificateur : les agences de communication web comme l'annuaire « INET » qui pointe *boutique-solidaire-bretagne.com, juliana.fr, bsc-concept.fr.*

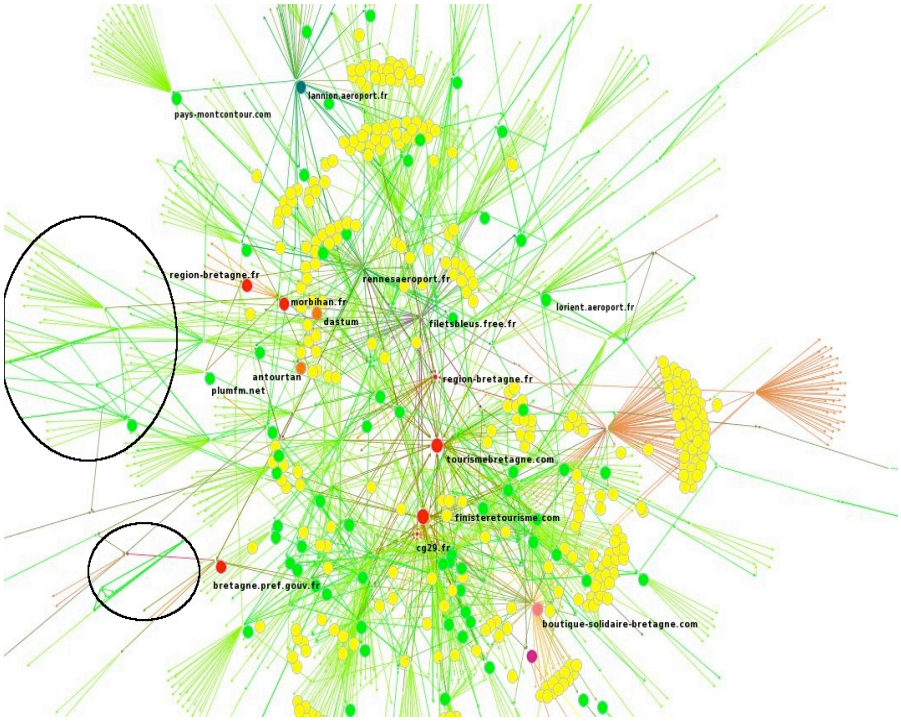


Figure 78. tourismebretagne.com, coeur du graphe des liens hypertextes et sites web (Navicrawler, 12/08)

- hubs : en rose : *boutique-solidaire-bretagne.com* (coloré en rose) de l'association « Boutique solidaire Bretagne » fondée à l'origine par l'association « Bug », située à Rennes et la « Chambre Régionale de l'Economie Sociale de Bretagne » située à Rennes.

- Amplificateur : les agences de communication web comme l'annuaire « INET » qui pointe *boutique-solidaire-bretagne.com,* les aéroports avec *lannion.aeroport.fr, rennesaeroport.fr, lorientaeroport.fr*

Autorité : ***finisteretourisme.com*** **avant** ***tourismebretagne.com*** *(*points rouges)

Les réseaux décentralisés, matérialisés par des cercles représentent les golfs. Le réseau décentralisé en bas à gauche représente « le domaine des Ormes » qui multiplie les sous sites-web et qui apparaît dans le cœur de graphe en étant pointé que par *bretagne35.com*, le site web du « Conseil départemental du Tourisme » d'Ille-et-Vilaine.

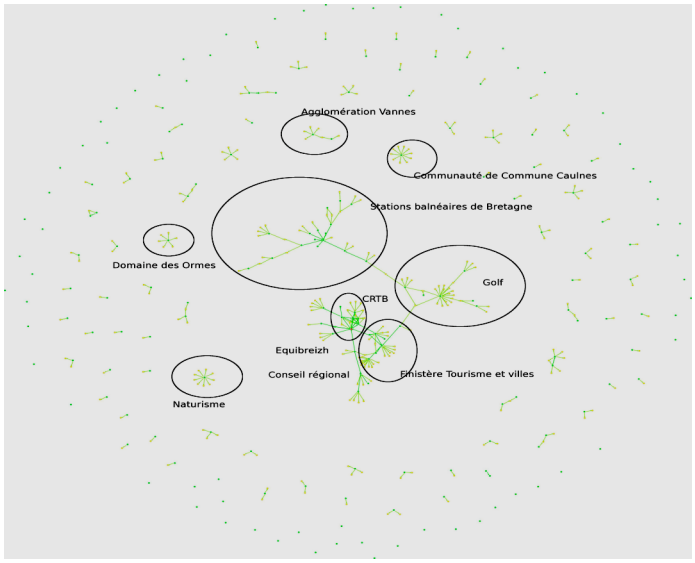


Figure 79. tourismebretagne.com, coeur du graphe des liens hypertextes et sites web (Navicrawler, 12/08)

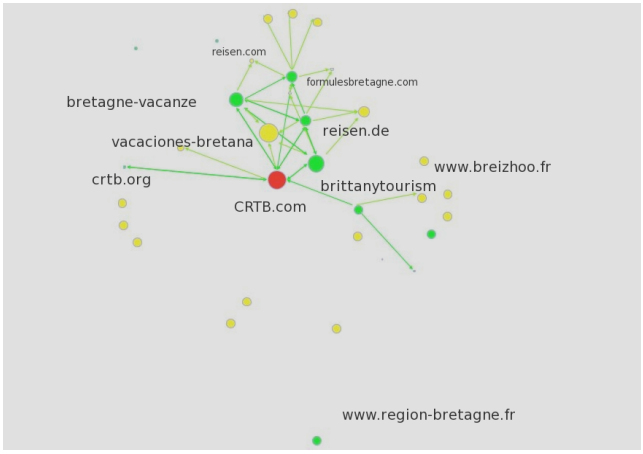


Figure 80. tourismebretagne.com, coeur du graphe des liens hypertextes et sites web (Navicrawler, 12/08)

Interprétation :

Les sites web visités sont peu connexes, exceptés :

- les sous-sites du CRTB (nœud coloré en rouge sur le graphe), que sont les traductions du site web du CRTB en différentes langues, et les sous-sites pour la réservation de séjour ou de prestations : http://www.formulesbretagne.com, http://www.bretagne-reservation.com, http://www.brittany-booking.com, http://www.brittany-best-breaks.com, http://www.urlaub-bretagne.com, http://bretagne.resadirect.com, et www.breizh-trotters.com.

- les sites web des communes appartenant à www.stations-bretagne.com.

Le relais entre le *tourismebretagne.com* et le *region-bretagne.fr* est assuré par www.equibreizh.com, site web du « Conseil Régional du Tourisme équestre en Bretagne » (CRTEB). Les liens directs entrants pour le *region-bretagne.fr* sont la Maison de la Bretagne à Paris et la ville de Porhoët. Un autre point de convergence se dessine dans le cœur du graphe des sites visités en lien avec le CRTB est le comité départemental du tourisme du Finistère www.finisteretourisme. Ces liens entrants sont http://www.carhaixgolf.com, http://www.audierne-tourisme.com, http://www.morlaixtourisme.fr, http://www.hautpaysbigouden.com, http://www.pont-croix.info. Ce sont donc des sites des offices de tourisme de villes finistériennes, et le site web d'un golf. Les liens sortants du comité départemental du tourisme du Finistère vont à six sous-sites web, déclinaison du site web selon des publics cibles, affaires, famille, handicapés, des thèmes, nautisme et

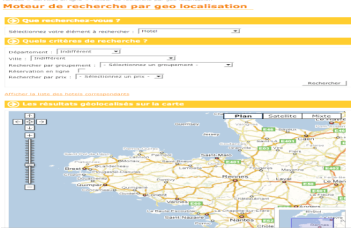
randonnées et pour la réservation en ligne de séjours ou prestations.

Les clusters présents reprennent les thèmes des rubriques développés dans le site web du CRTB au niveau des loisirs comme le golf. Cette pratique sportive contrairement à d'autres thèmes comme le naturisme est connexe et dans le cœur du graphe car les sites web des municipalités comme la ville de Brest, ou les sites web des golfs renvoient par des liens hypertextes à des salons nationaux ou des fédérations nationales de golf. C'est dans un entrelacs entre sites web d'acteurs locaux (municipalités, offices de tourisme, golf de ville) et de sites web à portée nationale comme des fédérations et des salons que les sites web locaux apparaissent connexes sur une pratique sportive comme le golf.

D'autres pratiques sportives, comme le naturisme se retrouve hors du cœur du graphe sous la forme d'un réseau en étoile donc centralisé, ayant pour cœur, le site web de la « fédération française de naturisme » dont le lien hypertexte est proposé dans les pages de CRTB. D'autres réseaux en étoile sont visibles sur le graphe qui peuvent être formées autour d'un lieu comme le « Domaine des Ormes », près de Saint-Malo qui dispose d'un golf, d'un lieu d'hébergement, d'un centre équestre et multiplie les sous-sites sur ces différentes activités. Les réseaux centralisés le plus présents ensuite sont les sites web d'agglomération possédant des sous-sites web comme Vannes, ou des communautés de communes dont les communes membres multiplient les liens hypertextes entre elles. Dans ces cas, les clusters ayant la forme de réseau en étoile, hiérarchisé et centralisé, se situent dans une proximité territoriale plus que thématique.

15 - 6 - Étape 6 : Les composants de l'attachement territorial

1) Attachement territorial à partir d'éléments textuels et/ou visuels

Position sur le site web	Éléments visuels
Scène « du lieu *de transaction commerciale* » > sous-site : www. bretagne-reservation.com	 *Figure 81. tourismebretagne.com, carte interactive de la Bretagne*
Scène « du lieu d'accès *aux informations pratiques*»	 *Figure 82. tourismebretagne.com, carte Google maps de géolocalisation avec menu déroulant de la Bretagne*
Scène « du lieu d'accès *aux informations pratiques*»	 *Figure 83. tourismebretagne.com, carte téléchargeable au format PDF éditée par les "Gîtes de France"*

Scène « du lieu de présentation *du territoire « physique »*	 *Figure 84. tourismebretagne.com, carte interactive avec sélection par ville*

Interprétation :

Les cartes sont présentes sous différents formats, PDF, GIF interactive et *Google maps*. La carte comprend cinq départements et situe les prestataires de services ou les lieux de visites. Les cartes permettent de sélectionner des prestations, des services fournis par des thèmes comme les acteurs professionnels, ou les sites naturels, les activités de loisirs. Le territoire devient sélectionné par la présence d'acteurs adhérents au comité et par la sélection faite par l'internaute. Les échelles sont variables au fur et à mesure de la sélection.

2) Analyse des éléments de l'attachement territorial

« La Bretagne en vidéo » : six films dont un seul est la propriété du « Conseil Régional du Tourisme en Bretagne ». Un des films a une origine inconnue, les quatre autres films proviennent de nautisme en Bretagne.

Figure 85. tourismebretagne.com, capture d'écran de la sous-rubrique "La Bretagne en vidéo"

Ces vidéos sont disponible sur disponibles sur *You tube* ou d'autres sites web comme « BarrAvel » ou « Nautisme de Bretagne ».

➢ **Première vidéo** :

- Titre : « Découvrez la Bretagne », « La Bretagne/Brittany »
- Durée : 6 :58
- Réalisation : « Les films du Baladin »,
- Musique : « Glaz », groupe breton faisant de la musique celtique au cours des années 1990
- Propriété du « Comité Régional du Tourisme ».

Durée	Lieu/scène	Son	Plan/caméra/montage	Commentaires
0 :27	Décompte sur fond noir	Uilleann pipe		
0 :08	Contre jour sur église + titre « Brittany »	Tin Whistle	Fixe, plan large	Tour de Bretagne par les côtes. Évocation de la dimension maritime de la
0 :12	Saint Malo	Chant en breton et accompagneme	Fixe, plan large	
0 :03	Mont Saint Michel		Fixe, plan large	
0 :03	Deux enfants à la mer		Fixe, plan italien, fondu	

	qui mangent des huîtres	nt musical	enchaîné	Bretagne avec les loisirs, la pêche, les paysages (îles, vagues, phare), la faune dans une succession très rapide de plan sur une durée totale de 3 minutes. ARMOR
0 :02	Peintre		Fixe, plan américain, fondu enchaîné	
0 :04	Mer et oiseaux marins		Fixe, plan de détail	
0 :02	Cheval		Fixe, plan d'ensemble	
0 :07	Croix avec en arrière-plan, la mer		Fixe, plan d'ensemble	
0 :03	Port		Fixe, plan de demi-ensemble	
0 :04	Rivière		Fixe, plan d'ensemble, fondu enchaîné	
0 :02	Île vue du ciel		Fixe, plan d'ensemble, fondu enchaîné	
0 :04	Vagues sur les rochers avec soleil couchant		Fixe, plan d'ensemble, fondu enchaîné	
0 :02	Vaches avec en arrière-plan un phare		Fixe, plan d'ensemble, fondu enchaîné	
0 :02	Système optique du phare		Fixe, plan de détail, fondu enchaîné	
0 :02	Île vue du ciel	Chant en breton et accompagnement musical	Fixe, plan d'ensemble, fondu enchaîné	
0 :05	Bulbe d'étrave avec dauphins		Plongé, plan de détail, Fondu enchaîné	
0 :03	Vagues sur les rochers		Fixe, plan d'ensemble, fondu enchaîné	
0 :03	Île vue du ciel		Fixe, plan d'ensemble, fondu enchaîné	
0 :04	Vagues sur la pointe d'une île		Fixe, plan d'ensemble, fondu enchaîné	
0 :02	Vagues sur les rochers avec en premier plan des bateaux amarrés		Fixe, plan de demi-ensemble, fondu enchaîné	
0 :08	Plans enchaînés de bateaux de pêche en mer et rentrant au port		Fixe, plan d'ensemble ou de demi-ensemble, fondu enchaîné	
0 :04	Marins qui débarquent des caisses de poissons		Plongée, fixe, plan de demi-ensemble, fondu enchaîné	
0 :04	Coucher de soleil sur port industriel		Fixe, plan d'ensemble, fondu enchaîné	
0 :03	Enfant de dos regardant des poissons		Fixe, plongée, plan rapproché de poitrine, fondu enchaîné	
0 : 02	Plongeurs qui sautent d'un bateau		Fixe, plan de demi-ensemble, fondu enchaîné	
0 :03	Un phoque		Fixe, plongée, plan de détail, fondu enchaîné	
0 :02	Plage		Fixe, plan d'ensemble, fondu enchaîné	
0 :03	Catamaran		Embarquée, plan de demi-ensemble	
0 :05	Véliplanchiste		Fixe, plan pied, fondu enchaîné	
0 :05	Vague sur les rochers (Belle-île en mer)		Contre plongée, fixe, fondu enchaîné	
0 :03	Fort Vauban (Belle-île en mer) vu du ciel		Plongée, fondu enchaîné	
0 :03	Quai d'un port	Chant en breton et accompagnement musical	Fixe, plan large, fondu enchaîné	
0 :03	Caméra posée sur le sable qui filme les vagues et les rochers		Fixe, plan large, fondu enchaîné	
0 :03	Estuaire vu du ciel		Embarquée, Plongée, fondu enchaîné	
0 :09	Îles du golfe du Morbihan vues du ciel		Embarquée, Plongée, fondu enchaîné	

0 :03	Pêcheurs dans petite embarcation		Fixe, Plan moyen, fondu enchaîné	
0 :04	Plage avec vélo au premier plan		Plongée, fixe, Effet : page d'un livre qui se tourne	Passage de l'armor à l'argoat
0 :02	Clocher se reflétant dans l'eau avec un coucher de soleil		Fixe, plan de détail	ARGOAT
0 :35	Centre-Bretagne, Huelgoat, Saint-Michel de Braspart, étangs	Ullieann pipe, complainte (musique lente)	Fixe, plan d'ensemble ou de demi-ensemble, fondu enchaîné	Légendes
0 :20	Demeures (château, manoir, maison à colombages		Fixe, plan d'ensemble ou de demi-ensemble, fondu enchaîné Effet : page d'un livre qui se tourne	Architecture
0 :55	Alignement de mégalithes, intérieur d'un tumulus. Calvaires, statues et églises, pardons en costumes traditionnels		Fixe ou embarquée, plan d'ensemble ou de demi-ensemble, fondu enchaîné Effet : page d'un livre qui se tourne	Celtes et religion
0 :36	Fêtes des vieux gréements dans les ports et en mer	Musique plus rapide avec violon	Fixe ou embarquée, plan d'ensemble ou de demi-ensemble, fondu enchaîné	Festivals maritimes
0 :39	Fêtes avec costumes traditionnels avec parade, coiffe, fabrication de cidre et bouteille de cidre avec costume traditionnel, crêpes, gouren (lutte bretonne),	Uilleann pipe et caisse claire (danse : reel)	Fixe, Plan de plain pied ou de détail, fondu enchaîné	Costume traditionnel, gastronomie et sports traditionnels
0 :40	chevaliers, arts de la rue, spectacle, danseurs en costume traditionnel, danseurs en fest-noz		Fixe, Plan de plain pied ou de détail, fondu enchaîné	Festivals
0 :08	Générique de fin			

Interprétation :

Cette vidéo d'une durée de 6 min 58 secondes se compose principalement de cartes postales animées d'une durée oscillant entre deux secondes et dix secondes. La séquence se divise en deux grandes parties que nous avons qualifiées d'armor et d'argoat. La première, l'armor, d'une durée de trois minutes évoque un tour des côtes bretonnes depuis St Malo, en passant par le Mont-Saint-Michel jusqu'au Morbihan. Cette présentation de la dimension maritime de la Bretagne tourne autour principalement des paysages accompagnés de coucher de soleil, des îles vues du ciel, et des vagues (souvent avec un temps de tempête) qui se cassent sur les rochers. Cette dimension maritime est évoquée également autour de la pêche, de la gastronomie (des huîtres), des loisirs (voiles, ou sports nautiques). La dimension maritime est développée dans la deuxième partie qui est celle de l'argoat (la terre) avec des séquences sur les rassemblements de vieux gréements comme à Brest ou Douarnenez. La deuxième partie de la vidéo, dont nous avons moins détaillées les plans pour les regrouper par thèmes, évoque les paysages de Centre Bretagne avec les Monts d'Arées et ses légendes,

l'architecture autour de vieilles demeures, les Celtes autour des mégalithes et la religion en présentant des calvaires et des pardons. Dans cette partie, une dernière thématique se détache qui est celle des festivals, que nous avons déjà évoqués autour des fêtes maritimes, il existe donc trois sous-thèmes :

- les fêtes maritimes,

- les fêtes « traditionnels » avec des costumes traditionnels, des « vieux » métiers (fabrication du cidre, des crêpes), des sports bretons (le gouren qui est la lutte bretonne).

- les festivals, avec des spectacles de rue, des spectacles de danse en costume traditionnel et enfin, la dernière séquence qui sont des images de fest-noz.

Ce tour de Bretagne se situe donc dans une présentation carte postale où l'on allie les paysages (armor/argoat) aux traditions (costume, patrimoine), mais également festivités.

Les signes sonores ne correspondent pas aux instruments ou danses de la musique traditionnelle bretonne.

➢ **Deuxième vidéo** :

- Titre : « Barr Avel Teaser[1070] »
- Durée : 2 :51
- Réalisation : Ronan Gladu
- Sponsors de cette vidéo : l' « Ecole de surf de Bretagne », « Kanabeach », marque de vêtements du Finistère, « Kustom » marque de vêtements d'Hossegor, « FCS » fabricant de surf australien dont la distribution est assurée en Europe à Hossegor, « Nautisme en Finistère », « Nautisme en Bretagne » et « Surfsession », éditeur basé à Anglet.
- Sujet : promotion du premier film de surf en Bretagne avec lien vers le site web www.barravel.com

Figure 86. barravel.com, Capture d'écran de la page d'accueil du site web www.barravel.com

Durée	Lieu/scène	Son	Plan/caméra/montage
0 :20	Succession des logotypes des sponsors sur fond noir	/	En fondu enchaîné horizontal
0 :05	Lever du soleil sur la mer	Vagues	Caméra fixe, plan d'ensemble
0 :03	Vagues dans la lumière du matin	Vagues et chant d'oiseau	Caméra fixe, plan d'ensemble
0 :07	Mur de vague	Vagues, sirènes de bateau	Image fixe
0 :04	Premier plan : vaches dans un champ Arrière-plan : mer	Vagues, chants d'oiseau	Caméra fixe, plan d'ensemble
0 :05	Mer lors d'une tempête	Vent dans le micro	Caméra fixe, plan d'ensemble

[1070] Ce titre se compose d'un terme breton « barr-avel » qui signifie « tempête, coup de vent » et de teaser, terme anglais signifiant « aguiche ».

0 :03	Drapeau « Gwenn ha du » au vent	Bourdons de cornemuse (sib)	Caméra fixe, plan de détail
0 :05	Écrit : « 3 millions d'habitants » Arrière-plan : axe routier, puis ville, puis axe routier de nuit	Bourdons de cornemuse (sib)	Caméra fixe , plan d'ensemble Lumière : en contre jour, de jour, puis de nuit Effet : accéléré
0 :10	Écrit : « 2800 km de cotes » Arrière-plans successifs: mer, phoque sous l'eau	Bourdons de cornemuse (sib)	Caméra fixe, Plan d'ensemble, puis gros plan
0 :04	Écrit : « 8 millions de porcs » des porcs	Bourdons de cornemuse (sib)	Caméra fixe, plan de plain pied
0 :10	Écrit : « une culture… » un surfer et la mer en arrière-plan puis surfeur qui regardent la mer et vont vers la mer	Danse écossaise à la cornemuse	Caméra fixe, plan d'ensemble, Effet : accéléré puis fondu enchaîné
1 :14	Surfeurs dans l'eau Présentation des surfeurs sur la plage	Danse écossaise à la cornemuse et accompagnement rock	Caméra fixe, plan d'ensemble Caméra fixe, plan américain
0 :10	Dans un cercle : logotype « BarrAvel » sur fond noir : trois nuages (jaune, rose, bleu) avec des hermines qui partent en éclairs	Orage et pluie	Image animée
0 :10	écrit « en kiosque en août 2008 », « réalisation : Ronan Gladu », « www.barravel.com »	Pluie	

Interprétation : Vidéo de promotion du DVD. La vidéo est présente avec un scénario plus dynamique mais reprenant des images de cette vidéo sur le site web « Nautisme en Bretagne ». Les signes sonores mêlent les sons de la nature (marée) et les instruments de musique (cornemuse).

- **Troisième vidéo** :

- Titre : « La Bretagne intérieure »
- Durée : 0 :26
- Réalisation : « Conseil Régional du Tourisme en Bretagne »,
- Musique : « Seahorse »
- Scénario : succession de photographies de paysage avec un effet puzzle

Interprétation : Sur le même principe que la première vidéo, il s'agit d'une succession d'images « cartes postales » sur l'argoat.

Durée	**Lieu/scène**	**Son**	**Plan/caméra/montage**
0 :28	Jardin de l'île de Batz	Voix off : Antoine	Caméra fixe, plan d'ensemble, plan de plain pied et plan de détails sur fleur
0 :05	Catamaran		Caméra fixe, plan d'ensemble
0 :27	Îles vues du ciel		Caméra embarquée, plan d'ensemble
0 :10	Ferry pour Molène et Ouessant		Caméra fixe, plan de détail

- **Quatrième vidéo** :

- Titre : « La Bretagne »
- Durée : 1 :00
- Réalisation : non mentionnée.

Interprétation : vidéo tirée d'un reportage de télévision sur la côte nord bretonne à partir de Batz jusqu'au ferry pour Molène et Ouessant.

➢ **Cinquième vidéo** :

- Titre : « Au fil de l'Odet»
- Durée : 2 :51
- Musique : musique jazz avec bruit de l'eau et cris des mouettes, identique à celle de la vidéo « ballade gourmande en baie de Cancale »,
- Réalisation et propriété : « Nautisme Bretagne».
- Site web : www.nautismebretagne.fr

Durée	Lieu/scène	Son	Plan/caméra/montage
0 :07	Phare	Musique jazz	Caméra fixe, plan d'ensemble, fondu enchaîné
0 :13	Succession de plan sur la rivière de l'Odet à Sainte Marine (Finistère, 29)	Musique jazz et cri de mouette	Caméra fixe, plan d'ensemble ou de détail
0 :45	Mise à l'eau de kayaks et départ de la ballade	Musique jazz et cri de mouette	Caméra fixe, plan d'ensemble ou plan américain
1 :35	Écrit : « l'Odet, une rivière bordée d'une quinzaine de châteaux de charme… » « émergée dans une nature luxuriante et sauvage », « l'Odet vous révèle ses petits ports », « et ses criques désertes » Séquence sur les kayakistes	Musique jazz, bruit de l'eau de la rivière et cris des mouettes	Caméra fixe, plan d'ensemble ou plan de détail
0 :11	Générique de fin logotype « Nautisme en Bretagne » avec numéro de téléphone et site web.		Caméra fixe, plan d'ensemble

Interprétation : Film promotionnel de « Nautisme en Bretagne » qui est un regroupement d'associations régionales et départementales ayant des activités nautiques, la mise en scène du territoire ne fait qu'appuyer l'offre commerciale qu'est la balade en kayak. Cette vidéo est présente sur le site web de la fédération « Nautisme en Bretagne ». Les signes sonores reprennent des sons de la nature (cri de mouette) et une musique jazz.

➢ **Sixième vidéo** :

- Titre : « Balades gourmandes en baie de Cancale»,
- Durée : 3 :03
- Réalisation et propriété : « Nautisme en Bretagne»,
- Musique : : musique jazz et cris des mouettes, identique à celle de la vidéo « Au fil de l'Odet ».

Durée	Lieu/scène	Son	Plan/caméra/montage
0 :07	Générique avec logotype et titre « Balade gourmande **en Baie de Cancale** », arrière-plan baie de Cancale	Musique jazz	Caméra fixe, plan d'ensemble, fondu enchaîné
0 :15	Différents plans de la plage de Cancale avec des promeneurs et faune	Musique jazz	Caméra fixe, plan d'ensemble, gros plan sur aigrette
0 :21	Écrit : « Découvrez la merveilleuse baie de Cancale en lougre», arrière-plan touriste qui vont partir en bateau	Musique jazz et cri des mouettes	Caméra fixe, plan américain
0 :44	Écrit : « pour une balade gourmande au fil de l'eau » Arrière-plan : montée dans l'annexe et montée à bord de la lougre puis navigation et manœuvres à bord		Caméra fixe, plan d'ensemble, plan rapproché taille
1 :23	Écrit : « Sur l'eau, abrités dans la baie…huitriers pies, goélands, aigrettes, cormorans, tadornes, » Arrière-plan : oiseau, lougre (bateau)		Caméra fixe, plan d'ensemble, plan rapproché taille
0 :41	Dégustation d'huître et autres produits à bord, voilier en mer		Caméra fixe, plan d'ensemble, plan rapproché taille

0 :06	Générique de fin logotype « Nautisme en Bretagne » avec numéro de téléphone et site web.		

Interprétation : Film promotionnel d'une sortie en mer sur un vieux gréement en Baie de Cancale, accompagné d'une dégustation de produits locaux. Les signes sonores reprennent des sons de la nature (cri de mouette) et une musique jazz.

En résumé, ces vidéos sont des films promotionnels de produits (DVD), de services (balades en mer) ou du territoire de la Bretagne (première vidéo). La dimension maritime est plus largement mise en avant avec cinq vidéos sur six qui traitent de ce thème.

3) Analyse des éléments de l'attachement territorial

Degrés / Accessoires	Revendication	Bricolages	Convocation	Absence	Objections/ Rejet
Symboles			création : « Bretons d'ici ou d'ailleurs »		« au bout de monde »
Signes verbaux		« Crêperies ambassadrices », crêpe « star locale », les fruits de mer « spécialité emblématique »	phares : « la ceinture lumineuse bretonne » Vidéo barravel.com : « 3 millions d'habitants », « 2800 km de cotes », « 8 millions de porcs », « une culture… » (le surf) Histoire : « « Les navigateurs grecs, qui s'y connaissaient en matière de belles îles, l'avaient baptisée Kalonessos, ce qui signifie « île belle ».	Algues vertes	« Peu connu », « souvent imitée, rarement égalée », « Au début du 20e siècle, Georges Delaselle, un parisien excentrique, s'était mis dans la tête de créer une palmeraie (…) » ; « exotique pour un parisien, a fortiori pour un étranger », « la Bretagne gastronomique, oubliant ses complexes mais pas ses racines », « la Bretagne a longtemps souffert d'un déficit d'image »
Signes iconiques	tourismebretagne.com, capture écran carte de Bretagne à cinq département, interactive				
Signes sonores		Uilleann pipe, Tin Whistle, chant breton, bourdons de cornemuse	musique jazz et cri de mouette		

Interprétation :

Une analyse sémantique des discours de la scène « du lieu de présentation *du territoire « physique »* montre que les thèmes-clés éducation et drapeau, emblème, blason ne sont pas présents. ***tourismebretagne.com*** développe tout un ensemble de régions d'édition à destination de ses prestations commerciales, tout en offrant des régions d'édition destinées à la présentation du territoire de référence qu'est la Bretagne. Cette Bretagne se compose de cinq départements, et la dimension historique du duché à la région administrative sont évoquées. Toutefois, cette dimension historique laisse place plus largement au champ lexical de l'imaginaire, autour d'une mise en scène d'un « enchantement » des lieux. En ce sens, ce n'est plus le territoire actuel ou passé, mais le territoire issu des légendes (locales autour des conditions climatiques comme la brume ou européennes, avec les légendes arthuriennes), des mythes. Mais les signes, présents dans la page d'accueil et les lieux de nomination et d'identification ne sont pas développés dans les zones de présentation des prestations, ainsi l'emblème de la Bretagne est moins le signe iconique du Gwenn ha du ou de la mouchetture d'hermine que les signes verbaux qui accompagnent la gastronomie. Ainsi, la crêpe est un « star locale » et une « ambassadrice » de la Bretagne dans le monde, et le plateau de fruit de mer devient un plat « traditionnellement » présenté avec du goémon (algue), une « spécialité emblématique ».

15 - 7 - Étape 7 : La topographie de la page web

1) Distinction entre les régions de titre, de présentation textuelle, de présentation visuelle, de lieu de présentation (arrière-fond)

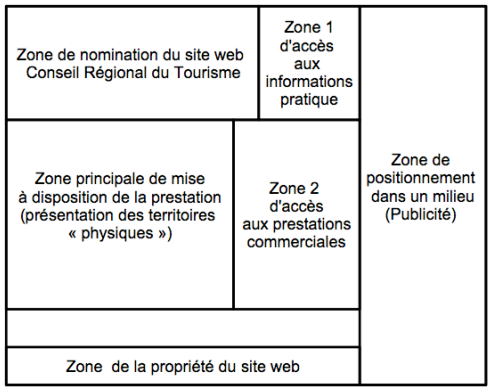


Figure 87. tourismebretagne.com, représentation schématique de l'organisation globale de l'interface

2) Analyse de

4. La structure logique : *tourismebretagne.com* se distingue par un découpage horizontal de la page d'accueil web en trois bandes horizontales de nomination et d'accès aux informations et de présentation du territoire de référence et une colonne verticale à droite d'accès et de présentation des acteurs professionnels. La mise en image et en texte du territoire se distingue de la mise en carte des acteurs professionnels sur le territoire « physique ».
5. Des éléments d'expression du contenu : les signes verbaux distinguent un territoire « physique » décrit selon ses attributs mais en ayant recours au champ lexical de l'amour, de la passion et du religieux, et un territoire « imaginaire », source d'inspiration pour les artistes et lieu des légendes arthuriennes. Les signes sonores dans les vidéos reprennent des sons de la nature (marée, cri d'oiseux) et des sons instrumentaux traditionnels ou d'autres genres comme le jazz. Les signes iconiques, le lieu de nomination exceptée, sont des photographies des lieux

ou des cartes téléchargeables aux formats PDF ou interactives mettant en scène les acteurs, les activités et des lieux du territoire « physique ».

6. De la forme eidétique : la scène d'identification et de nomination renvoie au territoire de référence qui est mis en scène autour de trois photographies de format JPEG aux dimensions (584px × 260px) quatre fois plus grandes que les photographies (images JPEG, 136px × 52px) de la zone principale de présentation et d'accès au territoire physique.

7. De la structure chromatique : La structure chromatique de la page web est à trame transparente blanche, avec une composition entre des couleurs dites froides à dominante bleue (connotée mer) et des titres de rubriques, des menus de navigation placée dans des cadres de couleur dite chaude puisque orange. La couleur de la police de caractères oscille entre le noir, le gris et l'orange.

8. De la structure topographique : la trame de fond est transparente sauf quand des photographies sont présentes ou des menus de navigation. Le but étant de présenter les acteurs professionnels, la colonne de droite sur l'ensemble des pages demeure consacrée à leur accès.

9. Du scénario de navigation : les parcours se distingue en deux temps proposés à l'internaute, un accès aux prestations des acteurs professionnels géolocalisés et permettant une réservation en ligne, et un parcours thématique sur le mode de la « flânerie » autour de textes et d'images.

15 - 8 - Conclusion

- L'espace linguistique : touristes ou professionnels, francophones ou non francophones, recherchant des informations sur le territoire de référence.
- Les cartes et adresses : mettent en scène les acteurs professionnels mais également des lieux, sites ayant un attrait touristique.
- Les signes iconiques : à destination des internautes, les signes iconiques se basent sur une dimension maritime, architecturale, patrimoniale, gastronomique de la Bretagne.
- La mémoire : présence de la mémoire, de la mémoire des lieux et des légendes.
- L'interaction et les projets : le discours devient injonctif sur la pratique que l'internaute pourra faire du territoire « physique ».

En Bref,

- les territoires physiques :
  - quel(s) territoire(s) de référence ? Bretagne à cinq départements
  - quelle(s) mise(s) en scène de ce territoire ? géolocalisation, vidéos, photographies
- Quelles en sont les représentations ?
  - Quels sont les signes utilisés? Gwenn ha du et moucheture d'hermine pour la nomination et l'identification. La gastronomie devient emblème.
- Les territoires virtuels :
  - Quel(s) sont les liens entre territoire « physiques » et territoires « en ligne » ? la réservation en ligne, la géolocalisation
  - Quelles sont les positions des acteurs dans leur milieu ? publicité et liens hypertextuels vers des prestataires de services ou des institutions.
- Quels seraient les marqueurs de la Bretagne?
  - Quel est le travail mené pour la création d'une image symbolique? mise en avant de particularité dite géographique « rias », maritimité, historique « duché », sa « diversité » naturelle, ses légendes, gastronomiques (crêpe, fruits de mer), organisationnelles (réseau, label).
  - quelle lisibilité et quelle visibilité de cette image ?traduction en quatorze langues.

16 - Descriptif contenu DVD

Entretiens

> correspondance électronique
>annuaire viaouest.pdf
>annuaire musiques et danses
> point BZH
>christian demeure,association bretagneprospective.pdf
>herve irvoas, association point bzh.pdf
>jeanfrancois legoff, attache parlementaire député.pdf
>mikael bodlore penlaez, petitionenligne.pdf
> sites web
>anna jaouenn, dastum.pdf
>mikael bodlore, editeurgeobreizh.pdf
>regis leguennec, editeurbreizhat.pdf

Graphe

> antoutan.wxsf
> crawlantourtan Links.csv
> crawlantourtan.csv
> crawlantourtan.gdf
> crawlantourtan.net
> usage navicrawler.pdf

Grille d'analyse corpus restreint

>alaisebreizh.pdf
>antourtan.pdf
>comiteregionaldutourisme.pdf
>conseilregional.pdf
>dastum.pdf
>geobreizh.pdf
>laita.pdf
>multiplast.pdf
>rennes.pdf
>siteswebtv.pdf

Inventaire complet, corpus web régional

>demarcheinventaireannexes.pdf
>exemplestraitementdonnées.xls
>inventairecomplet.xls

Territoire et communication politique sur le « web régional breton »

Résumé

Cette recherche veut explorer les dimensions d'un « web régional breton » à partir de ce que font les acteurs. La construction et l'analyse d'un objet d'investigation (le corpus « web régional breton ») sont associées à un projet de candidature pour un nom de domaine générique sur internet .bzh (signifiant Breizh, littéralement Bretagne). À partir de la notion de territoire, il convenait de dépasser la frontière « physique » pour définir les attributs d'un territoire sur le web. Ainsi, en prenant en compte les liens hypertextes entre les sites web, nous avons établi des cartographies du web en montrant la dynamique des sites web demeurant attachés à un territoire. L'analyse des signes attachés à un territoire et qui circulent sur le web a permis de montrer que le territoire combinait sa dimension spatiale avec une dimension temporelle. Ces signes sont qualifiés ici « transposables ». L'analyse montre un changement des connotations de signes mis en scène sur le web, comme le drapeau ou les langues. Avec le projet de nom de domaine .bzh, l'artefact et son organisme international de régulation, l'Internet Corporation for Assigned Names and Numbers viennent à formaliser la notion de communauté sur le web. L'imagerie bretonne sur le web doit alors se structurer. En associant les dynamiques du web et la temporalité d'un territoire, cette thèse propose une redéfinition des notions de territoire et d'institution, dépassant une gestion de la stabilité pour devenir une gestion de la circulation sur le web**.**

Mots clés : 1. Web 2.Territoire 3. Réseaux 4.Aménagement du territoire 5. Signes 6. Nom de domaine .bzh 7. Médiation 8. Réseaux Sociaux

Territory and political communication on the « regional Breton Network »

Abstract

The purpose of this thesis is to explore the dimensions of a "regional Breton web" (regional Breton network) with reference to users activity. The construction and analysis of the object of this investigation (i.e. the corpus "regional Breton network") are associated with the application process for the status of generic Top-Level Domain .bzh (meaning Breizh, i.e. Bretagne). Beginning with the notion of territory, it was suitable to go beyond the physical frontier to define the attributes of the territory (Brittany) on the web. Thus, taking in to account the hyperlinks between websites, we have mapped web cartographies by demonstrating the dynamics of the websites associated with a physical territory. By means of analyzing the signs associated with a physical territory and circulating on the web (referred to as "transposable signs"), we have shown that the notion of territory arranges a spatial and a temporal dimensions. This analysis shows a change in the connotations of signs staged on the web as flags or languages. By means of the project entitled Top-Level Domain .bzh, this artefact and its associated international organ of regulation, the Internet Corporation for Assigned Names and Numbers, have come to formalize the notion of community on the web. Breton imagery on the web must thereby structure itself. By associating web dynamics and the temporality of the territory, this thesis propose to redefine the notions of territory and institution as moving past the management of stability to become the management of circulation on the web.

Keywords : 1.Web 2. Territory 3. Networks 4. Land settlement 5. Signs 6. Top-Level Domain .bzh 7.Mediation 8. Social Networks

Discipline : Information and Communication Sciences

Laboratoire d'Anthropologie et de Sociologie
ZAC Atalante Champeaux
3, allée Adolphe Bobierre
35000 RENNES
FRANCE