



HAL
open science

Récits photographiques de la ville en événement dans les médias sociaux. : Entre industrialisation du regard et sens des collections.

Oriane Piquer-Louis

► To cite this version:

Oriane Piquer-Louis. Récits photographiques de la ville en événement dans les médias sociaux. : Entre industrialisation du regard et sens des collections.. Sciences de l'information et de la communication. Université de Lyon, 2022. Français. NNT : 2022LYSE2038 . tel-04006276

HAL Id: tel-04006276

<https://theses.hal.science/tel-04006276>

Submitted on 27 Feb 2023

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.



N° d'ordre NNT : 2022LYSE2038

THÈSE de DOCTORAT DE L'UNIVERSITÉ DE LYON

Opérée au sein de

L'UNIVERSITÉ LUMIÈRE LYON 2

École Doctorale : ED 485

Education Psychologie Information Communication

Discipline : Sciences de l'information et de la communication

Soutenue publiquement le 3 février 2022, par :

Oriane PIQUER-LOUIS

Récits photographiques de la ville en événement dans les médias sociaux.

Entre industrialisation du regard et sens des collections.

Devant le jury composé de :

Étienne CANDEL, Professeure des universités, Université Paris-Descartes, Président

Vincent BULLICH, Maître de recherches HDR, Université de Grenoble Alpes, Rapporteur

Marie DESPRES-LONNET, Professeure des universités, Université Lumière Lyon 2, Examinatrice

Julia BONACCORSI, Professeure des universités, Université Lumière Lyon 2, Co-Directrice de thèse

Elöd EGYED-ZSIGMOND, Maître de conférences HDR, INSA Lyon, Co-Directeur de thèse

Contrat de diffusion

Ce document est diffusé sous le contrat *Creative Commons* « [Paternité – pas d'utilisation commerciale - pas de modification](#) » : vous êtes libre de le reproduire, de le distribuer et de le communiquer au public à condition d'en mentionner le nom de l'auteur et de ne pas le modifier, le transformer, l'adapter ni l'utiliser à des fins commerciales.

Récits photographiques de la ville en événement dans les médias sociaux. Entre industrialisation du regard et sens des collections

THÈSE

présentée et soutenue publiquement le 3 février 2022

pour l'obtention du

Doctorat de l'Université de Lyon

en Sciences de l'Information et de la Communication

par

Oriane PIQUER-LOUIS

Composition du jury :

- Rapporteurs :* Vincent BULLICH, Maître de Conférences HDR
en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Grenoble-Alpes
Étienne CANDEL, Professeur des Universités
en Sciences de l'Information et de la Communication, IUT Paris Descartes
- Examinatrice :* Marie DESPRÉS-LONNET, Professeure des Universités
en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Lyon 2
- Directrice de thèse :* Julia BONACCORSI, Professeure des Universités
en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Lyon 2
- Co-directeur de thèse :* Elöd EGYED-SZIGMOND, Maître de Conférences HDR
en Informatique, INSA de Lyon

Mis en page avec la classe thesul.

Remerciements

Paradoxalement, sous ses atours d'activité particulièrement solitaire, le travail de la pensée bénéficie beaucoup de son inscription dans un réseau de solidarités et de discussions. Je voudrais saluer ici les différents liens qui ont enrichi la jeune chercheuse que je suis. Si la recherche est un peu similaire à la randonnée, la compagnie durant le chemin est capitale, autant pour la manière dont nous nous relevons les uns les autres après être tombé que pour s'encourager à avancer toujours plus loin. Même seul devant son clavier, on n'est jamais seul.

J'ai d'abord bénéficié d'un accompagnement de grande qualité dans cette aventure. Avec ma directrice de thèse, Julia BONACCORSI, nous avons déjà fait un petit bout de chemin ensemble avant de nous lancer dans le GR qu'est le travail doctoral puisque juste avant, elle avait dirigé mon mémoire de M2 Recherche à Lyon 2. Elle a su accompagner la présente thèse avec beaucoup de douceur mais aussi une vraie exigence intellectuelle. Ce travail doit beaucoup à la qualité de nos discussions et à la manière dont nous avons, je crois, fait déplacer le regard l'une de l'autre. Avec Elöd EGYED-SZIGMOND, mon co-directeur de thèse, j'ai fait l'expérience du travail exigeant de l'interdisciplinarité. Je le remercie pour le regard bienveillant qu'il a pu porter à ce travail.

Cette recherche n'aurait pas pu voir le jour sans le soutien financier de feu l'ARC 5 (Cultures, sciences, sociétés et médiations) de la Région Rhône-Alpes (maintenant région Auvergne-Rhône Alpes) qui a financé le contrat doctoral de la présente thèse, du Labex IMU (via le projet IDENUM), du laboratoire ELICO, et de l'Université Lyon 2.

Je voudrais également remercier les chercheurs et les chercheuses qui ont accepté de participer, aux côtés de ma directrice et de mon co-directeur, au jury de cette thèse : Vincent BULLICH, que j'ai eu la chance de côtoyer en tant qu'ATER à l'Université Grenoble Alpes, et avec qui je partage un intérêt pour les modèles économiques du numérique ; Etienne CANDEL, qui me conseille depuis le Master –il a été mon co-directeur, avec Jérôme DENIS, de mon mémoire soutenu en 2012 dans le cadre de mon M2 MISC au Celsa ; Marie DESPRÉS-LONNET, dont le travail sur la documentation a représenté une pierre angulaire pour ma réflexion. C'est une chance d'avoir l'occasion de dialoguer avec l'auteur d'un travail qui nous a marqué.

Je voudrais également remercier chaleureusement ici ma directrice de laboratoire, Isabelle GARCIN-MARROU, qui a fait preuve d'une grande bienveillance. De manière générale, je m'estime chanceuse d'avoir été rattachée au laboratoire ELICO où l'inclusion des doctorants dans la vie du laboratoire fait l'objet d'une attention particulière.

J'ai été très bien accueillie dans ce beau laboratoire. Plusieurs de nos séminaires ont déclenché des petites illuminations. Au sein du laboratoire, je voudrais remercier ici mon comité de suivi de thèse, composé de Chérifa BOUKACEM et de Annelise TOUBOUL pour les conseils avisés dont j'ai été la destinataire. Les doctorants du laboratoire, en particulier les membres de l'association Alec-SIC ont été des collègues remarquables. Je pense en particulier à Marie M., Zoé, Maxime, et Cléo.

Merci aux collègues de l'UFR LLASIC de l'Université Grenoble Alpes, en particulier Laurie SCHMITT, Vincent BULLICH, Viviane CLAVIER, et Emilie VIOSSAT, pour leur accueil très chaleureux au sein de l'équipe pédagogique de l'ICM, la qualité de leur accompagnement vis à vis de la jeune enseignante que je suis et pour leur compréhension. La rédaction de cette thèse doit aussi beaucoup aux conditions de travail privilégiées dont j'ai bénéficié pendant ces deux années universitaires.

Je voudrais avoir une pensée ici pour mon ancien professeur, Yves JEANNERET, dont le travail a inspiré cette thèse, et qui nous a quittés alors que je rédigeais ce travail. La manière dont j'ai été touchée m'a fait sentir que l'enseignement dont j'ai eu la chance de bénéficier au Celsa, puis à Lyon 2 a innervé cette thèse et a également formé l'être humain que je suis. J'ai pensé régulièrement pendant la rédaction de cette thèse à M. JAMBET, mon professeur de philosophie au lycée Jules Ferry, qui m'a appris l'exigence dans la pensée et dans la critique. J'ai écrit cette thèse en espérant rendre fiers tous ces professeurs qui m'ont formée et j'espère sincèrement que c'est le cas.

Il faut également parler ici des discussions scientifiques qui ont éclairé ce travail d'une manière ou d'une autre, au delà des séminaires de laboratoire. Je pense notamment au comité éditorial de la revue *Communications & Langages*. Leurs remarques sur mon article m'ont été précieuses. Je pense également aux encadrants et à tous les participants de l'école d'été du *Digital Methods Initiative* de l'été 2017 à Amsterdam, qui a été un moment de découverte et d'ouverture très important. Toute ma gratitude va à Samuel GOYET, dont la thèse a nourri ma réflexion et dont les conseils ont éclairé l'écriture du présent manuscrit, et à Nicolas NAVARRO, dont le travail de post-doctorat au sein d'IDENUM a dialogué de manière très féconde avec ma recherche et qui m'a éclairé lors de plusieurs discussions au laboratoire par ses conseils de lectures. Un grand merci à Lionel MAUREL, qui a eu la gentillesse de passer une heure ou deux avec moi sur la question des données personnelles. Ma réflexion sur le cadrage éthique qu'apporte le RGPD à la recherche doit beaucoup à cette discussion.

Mon compagnon, Baptiste, a été un soutien indéfectible durant cette thèse et notamment sa rédaction. Partager la condition doctorale est un pari parfois ; je crois qu'ici comprendre les affres et les enjeux de ce travail nous a été utile. Je voudrais par

ailleurs le remercier pour ses précieux conseils dans le cadre du développement de Korpus, mon outil d'aide à l'analyse qualitative. Ma famille a également été présente malgré la distance géographique par son soutien toujours renouvelé, mais aussi par la qualité de l'environnement intellectuel dans lequel j'ai grandi : je pense notamment à la manière dont être la fille d'un architecte et d'une artiste peintre a structuré mon regard sur la ville et son image.

Pendant toute la durée de cette aventure, le soutien de mes amis et amies a été déterminant, notamment pendant la période de rédaction. Je pense à Manuela, Séverine, Isabelle, qui sont mes soutiens depuis le début, mais aussi à Astrid et Cléo, pour leurs relectures du manuscrit qui ont été précieuses, et également aux amis plus lointains ou plus discrets mais dont le soutien a compté. J'ai également une pensée pour les amitiés de l'associatif : les membres de La Quadrature du Net et de la Fédération FDN ont su être des compagnons de route soutenant, malgré les difficultés qui ont parfois secoué nos associations.

Ces remerciements ne feront pas l'impasse sur le réseau finement maillé de solidarités en ligne qui a accompagné ce doctorat. Les collègues en doctorat ou en poste dans l'ESR présents sur Twitter ont toute leur place dans ces remerciements, pour leur gentillesse, leur bonne humeur, leurs conseils avisés. Twitter a été un incroyable bureau à ciel ouvert que j'avais beaucoup de joie à retrouver. Toutes ces petites discussions en ligne ont contribué à la formation de la jeune chercheuse et jeune prof que je suis. Je voudrais également remercier les membres du salon Discord des doctorants (*PhD @ Home*), notamment les habitants de « la bulle », grâce auxquels le confinement a été une expérience, paradoxalement, de chaleur humaine, de présence, de soutien. J'y ai rencontré Mélanie MONDO, doctorante en géographie, avec qui j'ai partagé notamment un bureau virtuel pendant la rédaction de nos thèses respectives. Nous avons nourri un dialogue entre nos deux disciplines qui éclaire également ce travail.

Merci à Denis ROEGEL de l'Université de Lorraine, qui m'a ouvert les portes de la classe *thesul*, qui commande la mise en page de cette thèse écrite avec L^AT_EX. J'y ai apporté plusieurs modifications, que je prendrai soin de verser au code de la classe pour qu'elles bénéficient à d'autres doctorants. Merci à Alexandra ELBAKYAN qui a tant ouvert la recherche par son travail.

J'ai également une pensée pour mes étudiants de Lyon 2 et de l'Université Grenoble Alpes, qui, de la L1 au M2, m'ont appris à être une meilleure enseignante, même quand ce n'était pas toujours facile. Le doctorat c'est aussi cette expérience d'enseignement.

En marge de cette aventure doctorale, j'ai effectué un travail associatif au cours duquel l'Arcep et les arcepiens sont devenus de vrais partenaires de travail. Plusieurs

des discussions que nous avons eues ont bénéficié à cette thèse et de manière plus générale à ma réflexion, et ils ont été, à leur manière, extrêmement soutenant envers la doctorante que je suis. Merci de m'accueillir dans « la famille ».

Enfin, à l'occasion la fin de cette thèse, je pense proposer de donner sa *tenure* à Leïa, assistante féline de doctorat, qui a été très assidue pendant ces six années de CDI de projet. Merci Leïa le Chat.

Remarques formelles

Les citations courtes sont signifiées par des guillemets. Les citations longues font l'objet d'un paragraphe en retrait comme ceci :

« Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam ornare metus odio, et pulvinar massa malesuada semper. Vestibulum quis blandit magna. Vestibulum fermentum urna quis porttitor varius. Proin orci neque, posuere eu purus eget, convallis blandit tortor. Duis pharetra dignissim lorem, vitae gravida nibh dictum vel. Donec elementum facilisis dapibus. Vivamus id mi sed dolor ultricies elementum ac eu orci. Sed dapibus neque neque. Nunc viverra tincidunt ante in sodales. » [Auteur, 2021]

Les références de la citation sont indiquées par une dyade [nom de l'auteur, date] entre crochets, qui fait référence à la note bibliographique en fin d'ouvrage (tel auteur, à cette date). Si le même auteur a publié deux fois dans la même année, le système de bibliographie ajoute b, c, d...pour différencier les notices : [Auteur, 2021 ; Auteur, 2021b].

Les notes de bas de page sont réservées aux précisions sur le développement et aux sources occasionnelles, qui, sans être des références universitaires qui ont contribué à la présente thèse, aident son lecteur à la comprendre et étayent le discours.

Le texte des *tweets* est mis en forme de la manière suivante, signalé par un encadré bleu clair.

« Exemple de tweet ».

Cette thèse a été composée avec L^AT_EX en utilisant la fonte URW Palladio et la classe *thesul*, modifiée par l'autrice de ladite thèse.

Table des matières

Introduction générale	1
Un déplacement du regard	3
Du sujet aux questions	7
Directions de travail et hypothèses	13
I La construction symbolique de la ville : un processus de sédimentation	17
Introduction	19
1 Médiations visuelles et régimes de représentation de la ville	23
1.1 La ville comme système signifiant	24
1.1.1 La représentation de la ville comme discours sur la ville . . .	24
1.1.2 Le regard de la ville comme visée	31
1.1.3 Les images privées et la photographie : la médiation d'un rapport individuel au territoire	41
1.2 Vers l'industrialisation du regard : l'image cadrée	44
1.2.1 L'arrière-plan culturel de nos perceptions du territoire : un enjeu de pouvoir	45
1.2.2 L'industrie du tourisme : montrer la ville sous son meilleur jour, fabriquer le typique	55
1.2.3 Mettre la ville en scène : l'urbanisme comme travail de cadrage du regard	60

1.3	La photo amateur pour saisir les regards individuels sur la ville et la condition urbaine : approche communicationnelle	64
1.3.1	Un sujet engagé par son regard individuel sur la ville	65
1.3.2	La photographie comme pratique sociale	76
1.3.3	La photographie en collections	79
2	Un jeu d'échelles documentaires	93
2.1	Qui documente, pour qui?	93
2.1.1	La documentation dans le cadre des médias sociaux	100
2.2	La ville est-elle un document comme les autres?	108
2.2.1	L'infrastructure réseau en ville permet la documentation des pratiques	109
2.2.2	Le rôle pivot de l'équipement terminal dans la documentation de la ville	110
2.2.3	Une mise en collection des représentations	117
2.3	Qu'est-ce que c'est qu'une ville sur Twitter?	119
2.3.1	Un cas : la photographie de Thomas PESQUET	119
2.3.2	Les médias sociaux, ou le croisement des contextes	124
2.3.3	Comment encore définir la ville?	126
3	Une expérience partagée de la ville	129
3.1	Habitant, quotidien et événement	129
3.1.1	L'événement : un « catalyseur » de représentations	131
3.1.2	Un public difficile à définir	132
3.2	La Fête des Lumières	133
3.2.1	La Fête des Lumières comme rituel urbain	133
3.2.2	Le rituel saisi par l'événement en 2015	135
3.3	Un récit collectif?	136
3.3.1	Investir des parcours et des représentations collectifs	136
3.3.2	Une « condition partagée », celle du public de l'événement	137
3.3.3	Utiliser l'image pour raconter	139
3.3.4	Twitter : un des lieux où se déploient les récits modernes	144
	Conclusion	147

II	Du corpus et des méthodes : une discussion	149
	Introduction	151
4	Sur la piste de l'industrialisation du regard	155
4.1	Comment accorder la méthode à notre question de recherche? . . .	155
4.2	Enquête et sélection des matériaux de la recherche	161
4.2.1	Prélever des traces sur Twitter : le problème d'un corpus ouvert	163
4.2.2	Rendre visible les collections faites par le chercheur	164
4.2.3	Le problème de la sélection dans la photographie	166
4.3	Définir le corpus, déplacer la question	168
4.3.1	A la recherche des habitants	169
4.3.2	L'événement : une fausse évidence	171
4.3.3	Les conditions de collecte et le choix de Twitter	172
4.4	Plonger dans une « constellation verbale » : enjeux de la recherche sur les médias sociaux	174
4.4.1	Un objet de recherches aux contours difficiles à fixer	174
4.4.2	Prêter attention à ce que le corpus ne saisit pas	181
4.4.3	L'API Twitter : un système documentaire particulier	186
5	Collecter le matériau, constituer un corpus et l'analyser	193
5.1	Le matériau central : la collecte pendant la Fête des Lumières	193
5.2	Consolider le corpus	197
5.2.1	Le corpus collecté sur Instagram en 2017	198
5.2.2	Planches et captures d'écran	199
5.2.3	Cartes postales et <i>flyers</i> de la Fête des Lumières	201
5.2.4	Microfilms du Progrès	201
5.2.5	Le corpus consolidé	201
5.3	Choisir des outils d'analyse adaptés	202
5.4	L'étude sémiologique des images	207
5.4.1	Plusieurs temps d'analyse	207
5.4.2	Korpus : choisir une instrumentation <i>ad hoc</i> de la recherche .	210
5.4.3	Les critères d'analyse du corpus	215

6	<i>With great powers come great responsibilities : un retour sur l'enquête</i>	223
6.1	Les leçons de l'enquête	223
6.1.1	Ce que « interdisciplinaire » veut dire	224
6.1.2	Le statut paradoxal des données	231
6.1.3	Les silences du corpus	232
6.2	Un projet de recherche avec un enjeu éthique central	232
6.2.1	Qu'est-ce que l'éthique de la recherche?	233
6.2.2	Manipuler des données personnelles : une responsabilité . . .	234
6.2.3	Construire une éthique des données	242
	Conclusion	249

III Un mythe dans les rouages des médiations documentaires : l'expression sur les réseaux sociaux autour de la Fête des Lumières, un récit protéiforme **253**

	Introduction	255
7	Raconter la Fête, articuler des temporalités	259
7.1	Un temps qui nous dépasse : du souvenir à la tradition	259
7.1.1	Une « entrée en légende » de la Fête des Lumières	260
7.1.2	Mettre en scène la temporalité rituelle	263
7.1.3	Situer la Fête moderne dans la filiation d'une tradition	268
7.2	Un ou trois récits?	270
7.3	Étude de cas : la Fête des Lumières 2017 sur Instagram	285
7.3.1	L'objet d'une communication institutionnelle	286
7.3.2	Deux programmes narratifs entremêlés	286
7.3.3	Une synthèse : réactiver le mythe et la position du public . .	287
8	Un agencement de strates d'écriture	295
8.1	Un corps engagé devant l'écran	295
8.1.1	Des parcours, des points de vue	296
8.1.2	Un « faire-public »	302
8.1.3	En creux, la présence du terminal	303

8.2	Le travail du texte numérique	304
8.2.1	D'un contexte à l'autre : sédimentations d'écriture	305
8.2.2	Composer une image, assumer un point de vue	309
8.2.3	Délégation et expression sur le Web	313
8.3	Inscrire en collections : l'écriture qui ne dépend pas de nous	314
8.3.1	Un geste documentant pris en charge par la plateforme	316
8.3.2	Un paradoxe : témoignage photographique et espace documentaire instable	316
8.3.3	Déléguer la mémoire de l'événement à Twitter : le cas de la Fête des Lumières 2015	318
9	Ce que l'« agir computationnel » fait à l'événement	321
9.1	Une « généalogie » des images	323
9.2	Un récit pris dans les engrenages de la documentation	325
9.2.1	Temporalités de l'expression et récit	326
9.2.2	Twitter, un dispositif d'écriture fragmenté et contraint	327
9.2.3	Twitter, résolument un « fatras sémiotique »	330
9.3	Un cas : l'étude des <i>tweets</i> en planches	331
	Conclusion	333
	Conclusion générale	335
	Références	349

Introduction générale

Un déplacement du regard

Ce travail prend racine dans un déplacement du regard. Observer un geste devenu banal aujourd'hui, et en interroger ce qui peut apparaître si simple et si naturel : prendre une photographie dans l'espace urbain, puis la publier sur ce que nous appelons communément les réseaux sociaux. Porter attention à ce qu'il peut se passer dans les quelques minutes qui séparent la prise de vue de la publication sur le Web fait apparaître, derrière la familiarité des opérations effectuées, leur complexité.

La première de ces opérations consiste à (se) prendre en photo, en ville. Mais qu'est-ce qu'une ville, sinon un espace construit, pensé, modelé, disposé, où s'imbriquent voies de déplacement, espaces habités, perceptions sensibles et pratiques sociales ? Ce théâtre qu'on ne voit plus comme tel, patiemment mis en question par Georges PEREC, doit être sorti de l'évidence. En effet, nos espaces urbains sont aménagés et organisés par des architectes et des urbanistes, qui cherchent à anticiper les usages, à produire des effets esthétiques (perspective, par exemple), des paysages et des points de vue. L'importance que peut avoir l'aménagement urbain sur l'image de marque d'une ville suggère que le théâtre urbain est un décor où rien n'est laissé au hasard. Mais la lecture de *L'infraordinaire* [PEREC, 1989] met en lumière un autre élément : nous ne regardons jamais la ville dans sa totalité : nous sélectionnons dans notre environnement ce qui fait l'objet de notre attention.

C'est précisément ce qui se passe avec le cadrage de la photographie. Ce dernier ne s'effectue pas toujours avec un appareil photographique, mais de plus en plus fréquemment avec un *smartphone* – ce qui n'est pas du tout la même chose, ne serait-ce parce que ce sera le même terminal qui se chargera de la prise de vue et de la communication du cliché en public. Là aussi, le cadrage, l'ajustement sur l'écran du zoom avec nos doigts, avant d'appuyer sur le gros bouton rouge en bas de l'écran pour prendre la photo, relève d'un agencement de médiations, entre objets techniques et pratiques symboliques.

En effet, cadrer sa photographie, mettre l'accent sur un sujet plutôt qu'un autre, c'est faire un choix, qui est une pratique signifiante. La capture du cliché effective

est prise en charge par le terminal. Mais celui-ci ne se borne pas à la capture de l'image, le système informatique peut intégrer des médiations supplémentaires : les systèmes d'exploitation des terminaux récents prennent souvent en charge, en sus de la prise du cliché lui-même, des opérations d'« embellissement » du cliché (prise de vue ou traitement HDR¹, par exemple), sans forcément que leurs propriétaires les aient demandés. Dans le même geste, nous pouvons observer des médiations qui sont du fait de l'auteur de la photographie (cadrer, choisir, porter un regard sur), mais aussi du fait du terminal – plus précisément, du logiciel qui post-traite le cliché – avant même l'intervention de l'auteur lui-même pour apposer filtres, *Gifs*, et autres ajouts.

Lorsque nous parlons de médiations produites par des acteurs humains et mécaniques, nous adoptons un angle d'analyse des médiations qui prend en compte le fait que les opérations de mise en sens sont *outillées* : elles procèdent d'une interaction entre un individu et un outil et cette interaction peut être vue comme un réseau. En cela il y a bien ici un empreint qui est fait à la sociologie des techniques. Nos outils techniques font l'objet de ce que les études des sciences et technologies (mieux connues sous l'acronyme anglo-saxon STS, pour *Sciences and Technologies Studies* appellent un *script* :

« cette mise en forme technique, par le concepteur, de son point de vue sur les relations nécessaires entre son objet et les acteurs qui doivent s'en saisir se veut une prédétermination des mises en scène que les utilisateurs sont appelés à imaginer à partir du dispositif technique et des prescriptions (notices, contrats, conseils...) qui l'accompagnent. » [AKRICH, 2013]

Ce *script* est ce qui caractérise les objets techniques comme des éléments situés dans le social, situés dans un certain rapport de négociation entre l'usage proposé, envisagé par quelqu'un, et ce qui est pris en charge effectivement par la personne qui va utiliser l'objet, se conformant ou non au script.

C'est sur cette base que nous envisageons la médiation. Selon nous, elle n'a lieu, ni *uniquement* dans le geste de mise en sens qui est opéré par l'individu, ni *uniquement* dans les objets techniques ou les programmes (qui correspondent à la définition d'AKRICH ici puisqu'un programme est, de manière assez essentielle, un script : il constitue en une suite d'instructions destinées à être exécutées par un ordinateur). Elle se situe dans l'interaction, entre ces différents éléments. On peut voir cela comme des petites médiations qui s'enchaînent l'une dans l'autre.

Par exemple, dans le cas de notre photographie prise avec un *smartphone*, nous avons une personne qui cadre sa photographie, sélectionne son sujet, le met en valeur, et

1. Imagerie à grande gamme dynamique (*high-dynamic-range imaging* ou HDRI) : technique de photographie qui consiste à combiner plusieurs prises de vues avec des expositions à la lumière différentes dans la même image, ou en prenant la vue directement de cette façon, ou en recombinaison de deux prises de vue.

déclenche le cliché, en manipulant un programme qui va effectuer des traitements sur l'image. Ce programme suit un *script*, qui postule quelque part une prise de décision à propos de ce que c'est qu'une « bonne image », sur la capacité de l'utilisateur final à produire une « bonne image » sans aide, qui anticipe un désir chez l'utilisateur final d'une image présentant telle et telle qualité graphique. L'image dont on fera l'analyse sera le résultat de cette imbrication fine entre acteurs humains et machiniques, où chaque étape a ajouté une sorte de couche de médiation.

Enfin, la photographie est publiée ! Instagram, Twitter, Flickr... l'image commence alors sa « vie » numérique dans un espace morcelé et dynamique, où l'agencement éditorial des éléments entre eux, mais aussi leur écriture, sont automatisés, même industrialisés [JEANNERET, 2014]. L'image est attachée à divers contextes, liés à la manière dont elle est décrite et classée. En effet, ces sites de ce que GOMEZ-MEJIA [2016] appelle le « web contemporain » sont des bases de données. Comme tous les systèmes documentaires, ils sont faits pour classer et organiser des données et des documents. Les *tags* qui accompagnent l'image vont permettre par exemple son affichage avec d'autres images qui portent le même *tag*, changeant l'image de contexte éditorial.

S'intéresser aux photographies de la ville publiées sur les médias sociaux², c'est donc porter un regard sur le résultat de tout cet enchaînement de médiations. Il faut souligner ici que ce qui rend cet agencement intéressant, c'est le concours d'éléments liés au procès de la création de sens (par exemple photographier un monument qu'on trouve beau, pour le symbole qu'il représente, pour les souvenirs qu'il évoque), et des éléments purement *machiniques* (notamment : traitement de la photographie que le *smartphone* prendra en charge avant que la photographie soit publiée, l'algorithme de la plateforme choisie pour la publication qui intégrera la photo dans un ensemble éditorial).

En choisissant de considérer les photographies de la ville sur les réseaux médias sociaux comme des objets complexes, cette réflexion empreinte donc aux STS simplement l'attention portée à un *agencement*. Mais comme notre travail ne consiste pas en une observation des innovations techniques mais des *productions* issues de la négociation entre objets techniques et usages, cela ne suffit pas pour expliquer notre positionnement théorique.

Ces productions sont ce que Dominique COTTE [2004], avec SOUCHIER, appelle « écrits d'écran » : une photo publiée sur les médias sociaux relève du régime d'écriture

2. Nous y reviendrons : nous avons choisi de désigner les sites de réseautage social que nous appelons communément « réseaux sociaux » par le vocable « médias sociaux » pour mettre en avant leur propriété d'industrie médiatisante [GOYET, 2017] qui nous semble capitale.

particulier de ces derniers. COTTE les considère comme des « écrits en strates », en gardant à l'esprit trois lignes directrices :

- « – considérer ces objets comme des « textes », en faisant ainsi remonter, dans la notion même de texte, une dimension graphique et iconique qui en est constitutive (Christin, 1995 ; Souchier, 1996) ;
- prendre en compte les dispositifs techniques de production de ces objets, non comme un mode accessoire ou une contrainte nécessaire, mais comme un élément constitutif ;
- ne jamais observer ces objets en les abstrayant de leur mode d'(ap)préhension par les sujets qui les manipulent. » [COTTE, 2004]

Considérer la médiation comme un enchaînement, c'est quelque part prendre en compte cette « triple dimension, sémiotique, technologique et anthropologique est un cadre à la fois structurant et souple d'appréhension de la réalité de cet objet flou et mouvant qu'est l'écrit d'écran » [ibid.]. C'est là où l'héritage des STS et de l'étude des textes en société se joignent. Il s'agit de garder à sa juste place l'objet technique : il participe pleinement aux opérations d'écriture et de lecture et sa participation doit être prise en compte dans l'étude des médiations.

Il n'est pas facile d'essayer de comprendre, en observant les productions et leur contexte, les effets de médiation, tant ces gestes de prise de vue et de « partage » nous sont familiers : c'est notamment par le biais de ces photographies que nous interagissons en ligne [GUNTHERT, 2014]. Déplacer notre regard sur ce geste très ordinaire de la photographie publiée sur le Web contemporain permet de faire émerger sa complexité, l'épaisseur des médiations, qui font partie de notre *infra-ordinaire* [PEREC, 1989].

Du sujet aux questions

Voilà notre regard déplacé d'une situation banale à un sujet de recherche, dont nous commençons à saisir la complexité. Pour y voir plus clair et comprendre en quoi tout cela pose une question, un problème, nous pouvons prendre chaque terme de ce sujet (la photographie urbaine sur les médias sociaux) et tenter de les accoler deux à deux. Cela nous conduit à identifier trois couples de concepts : le territoire urbain et les médias sociaux ; le territoire urbain et la photographie ; la photographie et les médias sociaux.

Territoire et médias sociaux : la grande toile et les frontières

Ce territoire de la ville, nous allons l'aborder par le truchement de ces médiations, et donc fondamentalement, comme un espace *écrit*, qui a fait l'objet d'une *inscription* dans les médias sociaux [GOMEZ-MEJIA, 2016].

Quand on s'y arrête, ce rapprochement peut sembler une contradiction dans les termes. En effet, le territoire, c'est d'après le *Trésor de la langue française*, une « [é]tendue de terre, plus ou moins nettement délimitée, qui présente généralement une certaine unité, un caractère particulier ». La notion de frontières, de limites, accompagne toujours le territoire. Celui de la ville ne fait pas exception, d'ailleurs l'histoire de plusieurs villes se lit aussi dans le tracé de leurs remparts successifs.

Or, les médias sociaux sont, par définition, dépourvus de frontières. Ils permettent de s'abonner à des comptes dont le discours est situé en Italie ou en Suède depuis la France ; sur Instagram, les photos de la tour Perret de Grenoble vont ainsi côtoyer celles de la vieille ville de Stockholm dans une continuité éditoriale qui rassemble et organise ces textes disparates pour notre lecture *via* l'application. Gustavo GOMEZ-MEJIA [ibid.] note dans son livre qu'on donne à ces formes éditoriales des noms métaphoriques comme celui de *fil*, qui évoque la couture invisible opérée par le choix des abonnements entre ces éléments sans rapport entre eux *a priori*. Le territoire « déborde » ainsi, dans la médiation qui en est faite sur les médias sociaux. Grenoble peut être vue à Stockholm

et inversement.

Ce débordement du territoire hors de ses frontières cartographiques grâce à la médiation des réseaux socionumériques rend l'image du territoire plus accessible : on peut très facilement collecter moult images et discours à propos d'un territoire donné, sans s'y déplacer effectivement. Mais paradoxalement, cela n'en permet pas forcément une appréhension plus complète. En effet, comme toute médiation, le prisme des médias sociaux est un filtre. La « réalité » du territoire est vue à travers une lunette particulière, conditionnée notamment par le fait que ne s'expriment sur les médias sociaux que ceux qui y sont inscrits, et ce n'est pas *toute* la population d'un territoire donné.

C'est pour cela que nous ne pouvons pas déterminer facilement les contours de ce que serait Lyon, par exemple, sur Twitter. Pas plus d'ailleurs que Twitter ne permettrait de saisir le « pouls » d'un territoire donné, puisqu'ils ne constitue que « l'écume numérique » du territoire [BOULLIER, 2017].

Cette mise en tension du territoire par les médias sociaux nous oblige à remettre ce que nous appelons « territoire » en perspective. Elle nous rappelle d'abord que les contours du territoire ne sont pas forcément si faciles à dessiner que cela. Avec l'étalement urbain, déjà, les frontières des villes elles-mêmes se sont estompées. La ville n'est plus, depuis longtemps, ce territoire nettement délimité par une enceinte et des portes : banlieues et territoires périphériques viennent en compléter la géographie. Le développement des réseaux de transport rapide a aussi raccourci les distances, permettant notamment ce qu'on appelle le mode de vie pendulaire où l'on vit et travaille à deux endroits différents³. Ces modes de vie « à cheval » sur deux espaces différents posent d'une part la question de la clôture du territoire (où finit Paris, où commence Caen?) et d'autre part celle de l'appartenance à ce dernier, jusqu'au sens du mot « habiter » : le travail occupant l'essentiel de nos journées, est-ce que cela a encore du sens de dire d'un « turbo-prof » qu'il « habite » Paris? Où est-il ancré finalement?

Et pourtant, le territoire ne cesse pas d'exister. S'il résiste aussi bien, c'est peut-être parce qu'on ne peut pas le réduire à des frontières tracées sur une carte. En effet, si la définition du territoire passe par ses limites, il est également question d'un « caractère particulier ». Pour déterminer ce dernier, les frontières ne suffisent pas : il faut leur donner de l'épaisseur. C'est le rôle des médiations, et c'est en ce sens que BOULLIER parle d'un territoire « virtuel » : « [L]e territoire est par définition "virtuel", il est toujours

3. D'où, d'ailleurs, l'expression de « turbo-prof », due au « turbotrain » (un train propulsé par des turbines, ancêtre du TGV), notamment celui mis en service en 1971 sur la ligne Paris-Caen-Cherbourg, a permis à des enseignants d'habiter à Paris et de donner cours dans l'Ouest.

une construction faite de projection, de réinvention, de postulats, de lois et de mythes, toutes choses profondément virtuelles. » [ibid.].

En ce sens, les médias sociaux, finalement, mettent en lumière ces ajustements perpétuels que nous faisons aux contours du territoire, et leur donnent peut-être une visibilité qu'ils n'avaient pas auparavant. Ils mettent aussi beaucoup mieux en lumière ce qui fait la virtualité –au sens de BOULLIER– du territoire. Un étudiant grenoblois parti en séjour Erasmus en Italie peut parler de Grenoble sur son compte Instagram ; il n'y est pas du tout, en ce moment ; cela n'invalide pas son discours *en tant que grenoblois*, et justement, ce décalage est soudain plus visible, inscrit dans les métadonnées des images, la géolocalisation du message, et tous ces autres petits signes textuels qui nous aident à interpréter ce que nous lisons sur les médias sociaux. Notre *situation vis-à-vis du territoire*, dans l'énonciation (c'est à dire ces projections, postulats, mythes dont parle BOULLIER), devient plus lisible. D'où parlons-nous ?

Travailler le territoire sur les médias sociaux, c'est donc travailler la matière d'un premier problème, celui de l'équilibre fragile entre le territoire, comme objet politique et administratif et l'expression d'une situation vis à vis de ce dernier. Cet équilibre est ancien ; ce qu'ajoutent ici les réseaux socionumériques, ce sont des médiations supplémentaires. Ce discours sur le territoire s'intègre dans un ensemble de médiations, qui passe par des acteurs techniques et économiques qu'il faut intégrer à notre réflexion.

Territoire et photographie : informer, représenter, tenir ensemble

Cela nous amène à considérer un autre versant de cette question : si le territoire est « virtuel », il faut donner de l'épaisseur à cette virtualité pour lui permettre d'exister. Nous donnons sens à ce qu'est le territoire par des « projection[s], de[s] réinvention[s], de[s] postulats, de[s] lois et de[s] mythes » [ibid.].

Ainsi, la ville est un espace avant tout habité [DE CERTEAU, GIARD et MAYOL, 1994], également l'espace du parcours touristique. Ce sont ces pratiques signifiantes (habiter, visiter) qui permettent à ces frontières d'exister pour nous. Ces frontières ont une réalité, parce qu'elles sont imprégnées du sens dont nous les investissons.

La photographie tient une place de choix dans ce processus. La mission photographique de la DATAR en est un bon exemple : il s'agissait d'une commande gouvernementale qui entendait donner une image à la France, comme en atteste le

récit qui en est fait sur la page officielle de la mission⁴. « A l'occasion de ses vingt ans, la Délégation à l'aménagement du territoire et à l'action régionale (DATAR) lance une vaste commande artistique de photographies ayant pour objet de "représenter le paysage français des années 1980". ». Pour donner une image cohérente du pays et permettre à la population de se reconnaître dans ce paysage, il a fallu produire des images photographiques.

Il est également possible de se référer à la place qu'a l'image du territoire dans la presse locale : les cartes, les photographies ancrent le discours journalistique dans un territoire, permettent de s'y rattacher plus aisément et lui donnent sa cohérence [RAOUL, 2017].

Ce qui joint donc la question du territoire et de la photographie, c'est la représentation du territoire, et l'enjeu symbolique et politique de celle-ci. Finalement, il sera moins question du territoire comme espace géographique mais comme l'objet d'une médiation, d'une représentation, d'une inscription, dans la photographie, elle-même insérée dans les *files* des médias sociaux.

Le choix d'observer seulement des médiations et des représentations peut sembler étonnant de prime abord : ne serait-il pas plus judicieux d'aller observer directement le territoire ? Ce serait un autre sujet de recherche –ici, ce qui nous intéresse, c'est ce que devient le territoire après être passé par « l'alambic » (pour reprendre l'heureuse comparaison de Benoit LAFON [2019]) des médiations. Ce sont ces médiations qui nous permettent d'appréhender le territoire ; nous ne pouvons pas embrasser ce dernier, dans son étendue et sa richesse, d'un seul coup d'œil. Les médiations outillent notre regard, nous donnent des grilles de lecture de l'espace que nous occupons. Elles nous rendent le territoire lisible.

C'est en ce sens qu'on peut dire qu'elles *informent* le regard : informer, c'est donner une forme, mais c'est également apporter des informations. Les médiations relatives aux territoires constituent en ces informations qui permettent à notre regard de donner une forme cohérente à notre environnement. Ainsi, dans le cas de l'habitation comme de la visite touristique, le regard est central : celui, réflexif, qu'on peut porter sur notre quotidien, celui qui préside aux choix des espaces à visiter. Dans ce contexte, il est logique que notre choix se porte plus précisément sur l'analyse d'images, et d'images photographiques en particulier : pour ce qu'elles aident à voir, ce qu'elles cachent. Les photos, témoins de notre regard, *l'informent* en faisant elles-mêmes l'objet de médiations.

4. Mission photographique de la DATAR, <https://missionphoto.datar.gouv.fr/mission> (consultée le 02/02/2021).

Photographie et réseaux socionumériques : une industrialisation des moyens d'écrire l'image ?

Avec les médias sociaux, cette question de la représentation de la ville se complique. En effet, nous avons déjà mentionné précédemment l'industrialisation des moyens d'écrire évoquée par JEANNERET [2014]. Cet élément entre en contradiction avec l'enjeu d'une représentation cohérente du territoire, et surtout d'une représentation sur laquelle la puissance publique aurait un (relatif) contrôle éditorial.

En effet, la particularité des médias sociaux réside dans le passage à l'échelle industrielle de la création de *situations de communications*, grâce aux architextes. Mais il y a également la position particulière qu'ont ces derniers dans l'agencement éditorial des contenus qui sont ainsi créés. Chaque image est, dans l'économie des médias sociaux, une inscription faite dans une base de donnée, recombinaison avec d'autres inscriptions.

Cela n'est pas sans importance : là où, par exemple, la mise en scène du territoire dans le journal local était le fait d'une chaîne très réduite d'acteurs (photographes, journalistes, élus locaux...), sur les médias sociaux, l'agencement éditorial sur le *fil* d'actualité de l'utilisateur final est d'une part le fait d'un algorithme, qui automatise l'agencement de ces « blocs » GOYET [2017], et d'autre part lié aux abonnements de cet utilisateur final qui peut d'ailleurs, lui aussi, publier des photographies !

L'image du territoire peut être prise en charge par des auteurs non professionnels, qui jusqu'ici n'avaient pas autant de place dans la création de ces images : l'industrialisation des moyens d'écrire donne un formidable pouvoir d'expression, dans le sens où ces nouvelles images peuvent être créées par des personnes qui n'ont aucune expertise en la matière, puisqu'elles sont assistées par des moyens techniques (l'appareil photo, le *smartphone*, les algorithmes de correction d'image dudit *smartphone*, les différents filtres et ajouts qui peuvent être faits à l'image, et enfin la prise en charge de la publication de la photographie). L'image, de plus, évolue dans un espace documentaire très particulier, dont la médiation ne peut pas être ignorée.

Dominique BOULLIER [BOULLIER, 2017] a déjà pointé du doigt cette médiation, qui transforme un jeu jusqu'ici bipartite (la puissance publique-les médias) voire tripartite quand les citoyens-amateurs sont intégrés (c'est là l'intérêt de la recherche qui se fait sur la « participation ») en un jeu donc quadripartite, puisque nous voyons s'inviter un acteur technique et économique qui n'a rien à voir avec la télévision ou la radio, puisqu'il permet au plus grand nombre d'écrire.

Ce parcours dans les trois termes généraux de notre question de recherche (territoire,

photographie, médias sociaux) nous permet de comprendre que ce qui relie ces trois couples de problèmes, c'est la question du regard. En effet, si l'on s'intéresse au couple territoire et médias sociaux : ces frontières sont dépassées par la manière dont notre regard peut s'affranchir de ces dernières (et donc mêler à des représentations d'ici des images d'ailleurs); si l'on examine maintenant le couple territoire et photographie, c'est très clair : c'est le regard qui actualise ou non les représentations du territoire. Enfin, en ce qui concerne le couple photographie et médias sociaux, la question que l'on peut formuler est la suivante : si l'écriture de l'image est industrialisée, comment notre regard s'en trouve informé?

Par où commencer? Pour étudier ces médiations du territoire, nous sommes partis du territoire lui-même. En effet, cette thèse bénéficie d'un financement ARC 5 (Médias culture et société)⁵, soutenu par la région Auvergne-Rhône-Alpes. C'est donc tout naturellement que la recherche a pris pour terrain la métropole lyonnaise. Nous avons choisi un événement culturel majeur, la Fête des Lumières en 2015 et 2016. Nous avons procédé ces deux années consécutives à une collecte automatisée de *tweets*.

Le choix d'un tel événement, sur lequel nous reviendrons en détail par la suite, repose sur le postulat de départ que les événements sont plus propices à la création d'images. La Fête des Lumières a retenu notre attention pour deux raisons : une histoire particulièrement liée à celle de la ville de Lyon, et le fait de constituer une occasion de mise en lumière des bâtiments les plus importants, accentuant encore l'occasion de produire des photographies de la ville.

Cette situation de la recherche, objet d'une forme de commande publique, a permis de mettre en lumière une attente vis à vis de la compréhension des médias sociaux : ces derniers sont vus par l'institution politique comme un révélateur de ce qu'il se passe « réellement » sur le territoire. Or BOULLIER [2017] avait déjà montré à quel point les médias sociaux ne pouvaient au mieux ne permettre de récolter que « l'écume » des territoires. Penser, justement, notre matériau comme le produit d'une suite complexe de médiations permet d'éviter cet écueil. Évidemment, cela a l'inconvénient de décevoir, dès l'ouverture du travail, cette attente institutionnelle ; mais il nous semble que les pistes de recherche présentées ici sont assez fécondes pour mériter l'investissement qui été fait dans cette thèse.

5. Les ARC (Communautés de Recherche Académique en Rhône Alpes, finançaient des projets de recherche en Rhône-Alpes, selon huit axes, toujours en lien avec le territoire. Le dispositif a pris fin au 31 décembre 2017. Le site Web n'étant plus maintenu, les informations sur le dispositif se trouvent dans les documents de bilan : <https://issuu.com/arc-ra> et sur la *Way-back Machine* : <https://web.archive.org/web/20180509235859/http://www.arc.rhonealpes.fr/le-dispositif-arc/presentation-du-dispositif/> (liens consultés le 20/10/2021).

Directions de travail et hypothèses

C'est donc un questionnement sur l'information de notre regard sur la ville qui guidera notre travail. Nous pouvons le résumer dans la problématique suivante : par quelles médiations les expressions individuelles investissent les récits qui innervent le territoire ?

Nous pouvons décliner de trois manières notre direction de recherche :

1. Nous pouvons d'abord faire l'hypothèse que le partage de représentations photographiques sur les médias sociaux contribue à nourrir un récit collectif, qui *informe* le territoire ;
2. Une autre hypothèse découle de notre questionnement : déplacer la manière dont on pense le partage photographique vers un agencement de « gestes documentaires » ;
3. Ces deux hypothèses débouchent sur une dernière proposition, celle du concept d'industrialisation du regard.

Le partage de représentations photographiques sur les médias sociaux contribue à nourrir un récit collectif, qui *informe* le territoire.

Nous abordons le territoire par le biais des médiations pour comprendre comment les médias sociaux, en tant qu'architextes d'une part, et leurs utilisateurs avec leur productions d'autre part, viennent enrichir les « projections et mythes » [ibid.] qui donnent son épaisseur au territoire :

« Dès lors, le numérique possède seulement une autre matérialité, celle des réseaux, des processeurs et des écrans mais ce n'est pas en cela qu'il est virtuel. Il peut mobiliser d'autres récits fondateurs ou au contraire reprendre les anciens récits fondateurs à son compte, voilà en quoi il renouvelle la fiction vraie et dès lors permet d'associer d'une autre façon les êtres concernés. » [ibid.]

En nous inspirant des travaux de RICŒUR, nous avons enrichi cette direction de travail en y adjoignant un travail sur la temporalité et le récit.

La première hypothèse que nous allons essayer de vérifier dans ce travail est donc l'existence d'un processus *narratif* (au sens de RICŒUR) autour de la publication d'images vernaculaires sur les médias sociaux : d'une part, quel récit est déployé sur les médias sociaux, comment celui-ci s'accorde aux récits existants, et d'autre part est-ce qu'on peut voir dans ce récit les processus de *mimésis* exposés par RICŒUR ? Est-ce qu'on retrouve des marqueurs d'un travail des temporalités par le récit ?

Penser le partage photographique comme un agencement de strates, de « gestes documentaires »

L'attention à notre objet de recherche en « tenant ensemble » les différentes strates nous amène à essayer de comprendre comment s'écrivent ces représentations, comment sont sollicitées ces dynamiques dans la durée de la vie de l'image.

Cela passe par des gestes « documentants » [DESPRÉS-LONNET, 2014a]. En effet, sans qu'il y ait pour autant une *intention* documentaire, il y a des pratiques, qu'elles soient d'acteurs humains ou machiniques, qui sont d'ordre documentaire. Ce sont donc des gestes séparés, qui bout à bout, finissent par donner à un document son existence en société.

Nous ne savons rien du contexte de production précis de ces documents publiés sur les médias sociaux : cette direction de recherche nous permet de ne pas tomber dans le travers de prêter aux locuteurs des intentions sans pouvoir les vérifier, tout en mettant en lumière l'effet « documentant » qu'ils peuvent produire par ailleurs.

Ainsi, nous chercherons à étayer une deuxième hypothèse : l'expression sur les médias sociaux n'est pas une pratique homogène, mais un agencement de « gestes documentants ».

Pister les marques d'une industrialisation du regard.

Dans le fil du travail fait par Yves JEANNERET, qui a proposé le concept d'« industrialisation des moyens d'écrire » pour désigner la manière dont les contenus sur les médias sociaux sont tous originaux, mais produits selon la même méthode, qui peut être qualifiée d'industrielle, nous proposons le concept d'industrialisation du regard. Nous faisons l'hypothèse qu'à force d'évoluer dans des espaces où l'écriture est produite de manière industrielle, cette production-là influence non seulement notre expression vis à vis du territoire mais aussi notre manière de regarder le territoire.

En effet, ce dernier est traversé par des discours, des mythes, des représentations qui lui donnent son épaisseur symbolique. Ces discours se matérialisent dans des images que nous rencontrons au quotidien : présentations de projets immobiliers, photographies de presse, cartes postales et images de promotion du territoire. Ces images sont maintenant partagées sur les médias sociaux, et donc intégrées à ce système d'industrialisation des moyens d'écrire. Nous les adaptons aux normes d'écriture tacites (nous pouvons penser à ce que MANOVICH [2016] appelle l'« *instagramism* ») mises en place par les architextes.

Nous pensons que la fréquentation de ces images produites de manière industrielle nous fait intégrer ces normes esthétiques tacites, et que cela éduque notre regard : nous apprenons à reconnaître un type d'images particulier comme « la bonne image ». Notre hypothèse est que cela influence la manière de regarder le territoire, nos attentes quand à la forme de celui-ci.

Nous allons donc chercher à vérifier si cette proposition théorique est ancrée dans les productions photographiques que nous allons étudier : peut-on y trouver les marques d'une expression industrialisée par les architextes ?

Plan de la thèse

Pour rendre compte de ce travail de recherche, nous procéderons en trois parties.

La première nous permettra de revenir sur la manière dont la ville peut être pensée comme ce territoire « virtuel » dont parle BOULLIER ; un espace qui est aussi construit par des productions iconographiques, qui informent notre regard. On s'intéressera évidemment à la manière dont l'intermédiation apportée par les médias sociaux intervient dans ce processus d'information du regard, pour terminer avec la présentation de notre proposition du concept d'« industrialisation du regard » pour nommer la manière particulière avec laquelle les images, au prisme des médias sociaux, travaillent notre manière de voir le territoire.

La deuxième partie sera consacrée à l'exposé détaillé de nos corpus et de nos méthodologies de recherche. Nous reviendrons sur la manière dont corpus et méthodes se sont construits dans le même mouvement, sur la manière dont les deux sont articulés. Il sera question de la fabrique de l'outil principal avec lequel nous avons conduit la recherche. Nous terminerons en dressant un bilan de l'enquête, de ce en quoi elle a été formatrice, mais aussi des questions qu'elle a soulevées.

La troisième partie reviendra sur chacune des hypothèses exposées précédemment pour détailler les résultats que nous pouvons dégager concernant chacune d'elles.

Nous commencerons par l'hypothèse de l'*information* du territoire par la photographie, qui nous mènera vers l'étude attentive de la chaîne de médiations que nous avons évoquée. Enfin, nous terminerons avec la question de l'industrialisation du regard.

Première partie

La construction symbolique de la ville : un processus de sédimentation

« La ville rassemble les hommes, elle traduit leur organisation en société et crée les conditions de leur cohabitation, par bonheur souvent heureuse! Elle est l'espace dans lequel se déploie la solidarité quotidienne ou celle exceptionnelle et immémoriale des fêtes, des processions, des luttes collectives. »

RICCIOTTI [2018, p.17]

Introduction

À travers nombre de commentaires et d'études inspirés par *The image of the city*, l'ouvrage de Kévin LYNCH a fait émerger les horizons très larges qu'ouvre le concept d'« image de la ville ».

Il évoque d'abord la forme esthétique de l'espace urbain, la manière dont cet espace apparaît (et plaît plus ou moins) à ceux qui en font l'expérience. Nous pouvons chercher à définir d'après quels critères il est possible de dire qu'une ville a une « belle » image ou non, par exemple. Nous pouvons aussi chercher des manières de construire des villes dont la forme est la plus « belle » possible. Voilà tout un faisceau de questions qui émergent d'abord dans le champ de l'art pictural puis de l'architecture et de l'urbanisme.

En effet, si il y a bien un domaine dans lequel la forme de la ville est manipulée, travaillée, c'est bien celui-là. La forme de la ville change constamment : réparations de la voirie, installation de nouvelles boutiques, ré-aménagements urbains, projets immobiliers... en conséquence de décisions prises par des personnes dont le métier est de visualiser la forme future de la ville. Un plan, une perspective en trois dimensions d'un nouveau bâtiment... sont aussi des images de la ville. Celles de la ville à venir, projetées sur le présent.

La lecture de l'ouvrage de LYNCH peut être également mise en perspective avec la manière dont s'organise aujourd'hui la communication autour des villes : en laissant une part belle à l'image. On pense alors à l'image de la ville en des termes de *marketing* : comment faire rayonner une ville par son image ? Ici l'image de la ville fait autant référence à l'esthétique de son bâti qu'à sa réputation. D'image picturale, le concept glisse vers l'image de marque.

Dans les deux cas, il s'agit bien plus de la *perception* de l'espace urbain que de son apparence –et c'est là l'apport principal de l'étude de LYNCH : se concentrer sur la manière dont l'espace est perçu, à une époque où les urbanistes se focalisaient davantage sur l'analyse fonctionnelle de ce dernier.

Cette notion de perception permet de prendre en considération le fait qu'une

représentation d'un objet, quel qu'il soit, peut avoir un caractère symbolique – la représentation de la ville n'est pas en reste, l'histoire de l'art témoigne d'ailleurs de cette dimension, en fournissant de nombreux exemples d'usages purement symboliques de l'image de la ville.

LYNCH n'oublie pas cet aspect, mais reste pragmatique, et, de ce fait, ne le traite pas en profondeur. Son ouvrage traite de la manière dont la ville est perçue, mais dans l'optique où cette représentation est plus ou moins utile pour se repérer et s'approprier les lieux – c'est le sens du concept de « lisibilité ». L'opérativité de ce dernier dans le cadre de l'étude des espaces urbains ne doit pas nous faire oublier que la ville est aussi un espace symbolique.

Ainsi, la terminologie d'« image de la ville » n'a donc rien d'univoque, et nous voyons que le travail du chercheur américain n'a défriché qu'une partie des éléments qu'elle recouvre. Partons de cette complexité.

En effet, ces travaux seront pour nous un point de départ : nous ne faisons pas l'étude de l'espace urbain lui-même, mais des *médiations* visuelles de l'espace urbain sur les « réseaux sociaux », ce en quoi nos travaux ne prolongent pas ceux de l'urbaniste du MIT. Cependant, en nous permettant de comprendre que l'image de la ville elle-même est complexe, la lecture de l'ouvrage de Kevin LYNCH nous permet de démarrer notre réflexion en replaçant ces médiations dans leur contexte.

Nous allons donc bien traiter des images de la ville, mais en tant que *représentations*, en tant qu'elles portent une *intention* de signification. Représenter le réel, ce n'est pas simplement le reproduire sur un support, c'est opérer, nous allons le voir, une sélection dans celui-ci.

C'est en cela que nous nous éloignons de LYNCH : il s'intéresse à l'image de la ville d'un point de vue fonctionnel, en répondant surtout à la question : comment mieux se repérer dans la ville ? De notre côté, nous nous intéressons d'une part à la manière dont la ville représentée est avant tout le résultat d'un processus de signification, et d'autre part au contexte de publication particulier des médias sociaux.

Le concept de *vue* va nous servir de pivot dans cette réflexion : la vue désigne à la fois la manière de voir, l'action de regarder et ce qui se présente au regard. La polysémie de ce terme permet d'embrasser toutes les dimensions de ce que nous cherchons à observer. Il s'agit en effet d'étudier un processus qui transforme ce qui s'offre au regard en un point de vue particulier sur un espace. Irrémédiablement singulière, la vue articule des éléments particuliers (des souvenirs, des désirs...) à d'autres éléments de l'ordre du commun (des références culturelles, des valeurs...). L'occupation de l'espace urbain est mise en scène et prend sens dans le regard et

la médiation de ce dernier. Le partage des vues particulières permet de nourrir des représentations collectives.

Dans ce chapitre, nous allons faire l'étude des médiations visuelles de la ville en prenant en compte la manière dont les médias informatisés posent un contexte particulier à l'expression et au partage des *vues*. Aujourd'hui, l'omniprésence d'intermédiaires techniques, au premier rang desquels se trouvent les médias sociaux, a rendu plus complexes d'une part la construction symbolique du territoire urbain, d'autre part le dialogue entre ces différentes *vues* et les représentations communes. En effet, le travail d'élaboration et de partage de ces représentations symboliques passe par des médiations supplémentaires. Par exemple, les médias sociaux, nous le verrons, supposent la présence de bases de données, ce qui n'est en rien transparent en terme de médiation.

Ces éléments techniques participent à la création et au partage de représentations, mais selon des modalités nouvelles. En effet, les manières de faire contemporaines n'ont pas supplanté les anciennes. Envoyer des cartes postales se fait toujours, à l'époque des *stories*⁶ sur Instagram.

Pour travailler ces deux aspects (la ville comme espace symbolique et le contexte de publication des médias sociaux), nous concentrons cette recherche sur un objet singulier ; un événement culturel, ancré dans l'histoire locale de Lyon : la Fête des Lumières. La temporalité spécifique d'un événement culturel à l'échelle locale nous semble, d'une part, constituer un catalyseur pour l'expression photographique de l'espace urbain, d'autant plus qu'il consiste habituellement en des mises en lumières de bâtiments de type *mapping* vidéo⁷ sur les façades –et ainsi encourage les prises de vues de la ville.

D'autre part, la Fête des Lumières présente la particularité d'être chargée d'une histoire locale et de représentations propres à Lyon, ce qui confère à l'événement un sens particulier, qui s'est progressivement enrichi depuis sa création en 1852. Ce type de manifestation est l'occasion de partager des temps collectifs, où, symboliquement, les habitants de la ville renouvellent les liens qu'ils entretiennent avec leur territoire pour les faire perdurer. Ces temps sont un élément clef de la production de représentations collectives. La Fête des Lumières participe pleinement de la « solidarité immémoriale des fêtes, des processions, des luttes collectives » évoquée par RICCIOTTI [2018, p.17]

6. Contenus éphémères diffusés sur Instagram ou Snapchat. Après 24h, la photo, vidéo, ou le texte ne sont plus visibles par les abonnés du compte qui les a publiés

7. Technologie multimédia permettant de projeter de la lumière ou des vidéos sur les bâtiments, utilisée lors de la Fête des Lumières, mais aussi lors d'autres illuminations, comme par exemple la remise en couleurs de la façade de la cathédrale d'Amiens.

en épigraphe.

Dans cette perspective, il nous semble que c'est à l'occasion d'événements comme celui-ci que le dialogue entre les vues particulières et les représentations collectives est le plus intense.

Ces représentations sont pérennisées dans des récits, qui prennent la forme de textes (par exemple : un compte-rendu dans la presse), mais aussi d'images ; ce sont des documents qui prennent le relais de ces temps qu'on peut définir comme rituels, en permettant à leur trace de perdurer, en complétant parfois leur action par la production, non pas exceptionnelle mais quotidienne, d'éléments permettant de nourrir le récit, de s'y rattacher. Nous chercherons donc à voir comment ces photographies, qui rendent compte d'un important temps collectif, se mettent en dialogue avec des vues individuelles.

Nous proposons ainsi un parcours dans la production symbolique de la ville, où nous examinerons d'abord quel rôle tient l'image dans celle-ci. Nous verrons comment cette image est aujourd'hui mise en collections, c'est à dire en séries éditorialisées : la collection d'un musée peut être définie ainsi, un *hashtag* sur Twitter également, si nous considérons que c'est le fruit d'une éditorialisation automatisée. Nous chercherons à comprendre également ce que ces médiations en particulier apportent, pour enfin discuter la manière dont ces éléments permettent de mettre en dialogue vues particulières et condition collective.

La première étape de ce parcours consiste en une étude des représentations de la ville : comment celles-ci sont produites, de quelles médiations elles font l'objet, et la place de la photographie amateur dans cette production. La deuxième étape du parcours concerne l'étude des médias sociaux, saisis ici comme systèmes de documentation, pour mieux comprendre en quoi ceux-ci changent le contexte d'interprétation de l'image de la ville. La troisième étape de ce parcours revient sur le terrain particulier de la thèse, la Fête des Lumières.

Chapitre 1

Médiations visuelles et régimes de représentation de la ville

Tout d'abord, nous allons étudier les représentations de la ville en ce qu'elles sont porteuses de sens. Nous considérons en effet que la construction et le partage des représentations symboliques collectives portant sur la ville permettent d'enraciner ses habitants dans un commun, fût-il d'adoption. Selon nous, c'est notamment en se référant à ces représentations que ces derniers peuvent avoir la conscience de partager une expérience de la ville, de se sentir membre d'une « condition partagée » [LE MAREC, 2012] et qu'ils trouvent du sens dans l'occupation de cet espace ensemble. Ce qui n'empêche pas d'avoir, selon sa situation, une *vue*, un regard différent sur cet espace.

Ce sont ces passages entre le commun et le particulier qui nous intéressent : nous voulons étudier le rapport entre ces *vues* différentes de la ville et les représentations partagées. Comment ces dernières se nourrissent-elles des représentations particulières ? Qu'est-ce qui garantit que les visions concurrentes peuvent cohabiter ? Comment arbitrer les compromis entre les représentations communes (nécessaires à la cohésion du groupe) et l'expression d'une identité particulière ?

Pour ce faire, nous étudierons dans ce chapitre l'image comme mode de médiation de la ville, tout d'abord, puis la manière dont cette image peut être cadrée, contrôlée, voire industrialisée, pour enfin nous attarder sur la photographie amateur comme expression d'un regard individuel sur la ville.

1.1 La ville comme système signifiant

La simple opération de regarder la ville est loin d'être évidente : d'une part, il faut comprendre que la construction du regard sur la ville est le fruit d'une histoire aussi longue que celle de la ville. D'autre part, puisqu'il s'agit d'un point de vue, ce regard sur la ville ne peut qu'être pluriel.

Nous avons vu que parler de l'image de la ville suppose de considérer plusieurs choses : la forme de la ville, et la manière dont elle est perçue. Également la ville telle qu'elle est comprise, mais aussi telle qu'elle peut être idéalisée.

Nous allons explorer l'image de la ville, en nous concentrant sur la manière dont elle peut être considérée comme un espace symbolique. D'abord nous interrogerons le rôle des différentes représentations de la ville dans la fabrique de l'identité urbaine, pour ensuite nous focaliser sur l'une de ces représentations, celle de l'urbaniste, qui organise un espace signifiant. Enfin, nous nous intéresserons à la manière dont le partage de représentations permet de relier les individus entre eux.

1.1.1 La représentation de la ville comme discours sur la ville

Pour commencer, intéressons-nous à la manière dont les représentations structurent l'espace urbain. En effet, la ville fait l'objet, depuis longtemps, de nombreuses représentations dans l'art. L'organisation de la ville, mais aussi son identité, reposent sur un travail symbolique.

Comme l'indique SANSON dans l'ouverture de l'ouvrage collectif *Les arts de la ville dans le projet urbain* [SANSON, 2013] qu'il coordonne :

« Le concept de paysage urbain se fonde dans la représentation de la ville : il procède d'une redécouverte des dimensions signifiantes des espaces habités. Par conséquent, l'histoire du paysage urbain est liée à une histoire des différents types de représentation de la ville. inscrite dans son développement spatial, la ville se donne à voir dans son architecture, dans ses monuments, dans ses aménagements paysagers, dans les représentations dont elle fait l'objet sous la forme d'œuvres d'art ; en particulier, la représentation de la ville accompagne, en lui donnant sa consistance, l'invention de la perspective entre le Moyen Âge et la Renaissance ; elle se donne à penser sous la forme de discours et de philosophies et sous la forme de planification ; elle se donne enfin à connaître sous la forme de toutes les sciences de la ville.

Ainsi, pendant des siècles, le paysage urbain, avec ses monuments, ses éléments d'urbanisme, ses places, ses ponts et ses grands tracés, mais aussi avec ses architectures prestigieuses ou vernaculaires, a inspiré les peintres et les graveurs. Le petit pan de mur jaune de la Vue de Delft de Vermeer, si cher à Marcel Proust, est là pour nous le rappeler, avec de plus, par la même occasion, sa place dans l'imaginaire des écrivains. C'est en effet

l'investissement sémantique de ces formes urbaines qui est décrit en termes poétiques par des écrivains comme Julien Gracq (1990), Walter Benjamin (1989) ou Pierre Sansot (1984). » [ibid., p.13]

Si nous n'allons pas aborder ici tous ces types de représentations de la ville (notre propos reste centré sur l'image, ce qui met de côté la poésie et la littérature), il faut noter d'abord la grande diversité de ces dernières, mais surtout leur ancienneté : les représentations de la ville ont accompagné son histoire.

Si bien que représenter la ville par l'image aujourd'hui, c'est en fait convoquer un véritable héritage visuel, dont l'histoire de l'art s'est fait le témoin. Si ces peintures et gravures illustrent le développement des villes au cours de l'histoire, elles portent aussi, selon nous, un discours sur la ville : elles sont un témoin de notre rapport à l'urbain.

Vues surplombantes et *vedute* : un point de vue omnipotent

Avant les plans et les cartes géographiques telles que nous les connaissons aujourd'hui, les villes ont fait l'objet de visualisations à portée plus symbolique qu'informative. Ainsi, au XVI^e siècle, des vues de villes « à vol d'oiseau », où l'on embrasse la ville depuis un point de vue surplombant, sont produites. Ces visualisations hypertrophient les éléments jugés importants, comme les églises, ou les fortifications, parfois numérotés et nommés.

Ce qu'il est intéressant de noter, c'est que ces cartes à vol d'oiseau ne sont pas de simples reproductions de vues aériennes prises depuis un engin volant, par exemple. La *Vue de Venise à vol d'oiseau* de Jacopo DE'BARBARI (figure 1.1), datant de 1500, est un bon exemple. En effet, « [l]a volonté de voir la ville a précédé les moyens de la satisfaire. Les peintures médiévales ou renaissantes figuraient la cité vue en perspective par un œil qui pourtant n'avait encore jamais existé » [DE CERTEAU, 1990] : il n'était pas possible, à l'époque, d'adopter un point de vue aérien sur une ville. DE'BARBARI a dû fournir un important travail de relevés, mesures, et projections géométriques pour produire la gravure très précise qu'il a laissée à la postérité. Cette vue de ville totalisante est donc, jusqu'à une date très récente, une vue impossible : elle n'est accessible qu'après un travail important de réassemblage d'éléments distincts pour former cette visualisation.

Cette vue surplombante de la ville, si elle produit un regard surplombant qui permet d'en décrire la forme de manière très précise (l'œuvre de Jacobo DE'BARBARI est reconnue pour son caractère quasiment exhaustif), ce qui est le but premier, n'est pas dénuée d'une dimension symbolique : par exemple ici, nous remarquons les vents



FIGURE 1.1 – Jacopo DE'BARBARI, *Vue de Venise*, 1500. Gravure sur bois, assemblage de six panneaux de papier. Exemolaire détenu au British Museum. CC-BY-NC-SA The British Museum.

qui sont représentés par des personnages antropomorphes, soufflant sur les bords de la carte.

Dans le chapitre qu'il consacre à la ville saisie par l'art dans *Les arts de la ville dans le projet urbain*, Marcel RONCAYOLO revient sur deux représentations de la ville dans l'art pictural : les *vedute* et la ville impressionniste de la seconde moitié du XIX^e siècle. Les *vedute* sont des paysages urbains très détaillés, caractéristiques d'un genre pictural appelé le « vedutisme », qui se développe aux Pays-Bas et en Italie au XVIII^e siècle.

En analysant une vue du port de Marseille clairement inspirée de ce genre pictural, RONCAYOLO montre en quoi cette image nous présente finalement moins la ville qu'un point de vue, un regard particulier sur celle-ci :

« C'est la ville "bourgeoise", au sens de l'habitant qui réside. On remarque la hauteur de l'horizon choisi, l'étagement des trames et des architectures, et la représentation hors échelle de quelques "monuments" des dernières périodes. Une longue ligne de fuite, d'orientation oblique, met au contraire en valeur la multiplication des nouveaux bassins et l'arrière-pays industriel, évoquant ainsi le mouvement même et fixant l'horizon vers l'étang de Benne, du moins les collines qui le limitent. » [RONCAYOLO, 2013]

Jusqu'à une date assez récente dans l'histoire de l'art (le « grand mécénat » commence à décliner au XVIII^e siècle, dans un contexte où émergent les grands musées nationaux⁸), le financement de l'art est assuré par les puissants : clergé, bourgeoisie,

8. Luigi SALERNO, Nathalie HEINICH, « MÉCÉNAT », Encyclopædia Universalis [en ligne], consulté

élites politiques, souvent dans le but de faire étalage de leur pouvoir. On s'attend donc à ce que les représentations urbaines soient influencées par un point de vue situé : la ville est représentée pour montrer la puissance, pour faire étalage de son influence.

Les *vedute*, par exemple, étaient commanditées par les riches armateurs et avaient pour but de montrer l'importance de leur flotte dans le port de Venise. Il est difficile de détacher ces représentations de l'urbain des différentes autorités qui ont présidé à leur conception. Il s'agit d'embrasser la ville, pour symboliser son contrôle ; mais aussi d'imprimer sur la ville une manière de la regarder : voilà comment on doit représenter une ville. Voilà ce qui est intéressant à montrer, ce qui est digne d'intérêt. Ici, la ville ne mérite d'être représentée que comme prétexte à la monstration de l'influence économique. Le regard qui est choisi alors est le regard du puissant.

Le choix de cette perspective particulière est un discours sur la ville, présentée comme centre économique d'importance : il met en valeur le dynamisme du port de Marseille, avec cette ville « acquise » sur l'eau, le développement industriel alentour. De la même manière ici, l'image représente de manière très fidèle la forme de la ville mais constitue une médiation : il s'agit d'un point de vue porté sur la ville. Point de vue surplombant imaginé et reconstruit avec la vue de Venise de DE' BARBARI, monstration du développement économique d'une ville en essor avec celle de Marseille analysée par RONCAYOLO.

La ville impressionniste : un point de vue individualisé

L'analyse de la ville vue par les impressionnistes montre également un regard : « Je retiendrai trois directions, trois manifestations de ce regard : la mobilité et les rythmes urbains : la vue "corpusculaire" du paysage urbain brisant l'évidence formelle. Le paradoxe accentué de la foule et de la solitude. . . » [ibid.] En rupture avec toute une tradition picturale issue de la Renaissance, où la ville était présentée selon un point de vue unique et totalisant, rythmé par la perspective [RUBY, 2016], la ville impressionniste, selon RONCAYOLO, choisit le regard du citadin et l'évocation non pas de l'architecture, mais des rythmes : l'image est traversée par les voitures à cheval ou le chemin de fer.

Le point de vue sur la ville cesse donc d'être totalisant, il devient partial (on ne montre plus une vue surplombante, mais une rue, une place). Il cesse également d'être le point de vue du puissant (choix d'une perspective surplombante et omnipotente, mise en valeur d'une puissance économique avec l'activité du port par exemple) pour

être celui de la personne privée (point de vue « à hauteur d'homme », vue parcellaire de la ville). Plusieurs œuvres montrent d'ailleurs des personnages au balcon, ou montrent tous les signes d'un point de vue ancré dans une situation particulière : la ville est vue depuis l'appartement privé. Là aussi, cette représentation de la ville porte un discours : il décrit une ville qui change, qui se densifie, où les moyens de transport s'accélèrent, mais dépeint la solitude du citadin.

La représentation de la ville dans l'art pictural, même lorsqu'elle semble à première vue constituer en une simple mise en image du réel, constitue en réalité une médiation, c'est à dire une opération où apparaît l'entremise d'un tiers [DAVALLON, 2004]. Elle nous donne à voir la forme de la ville, mais à travers un discours que porte l'artiste sur cette dernière : dans le cas de la vue de Marseille, une ville comme pôle économique en expansion, dans le cas du Paris saisi par les peintres impressionnistes le paradoxe entre la marche du progrès et la solitude de l'individu.

La photographie pour documenter le territoire

Aujourd'hui, et comme nous l'avons évoqué précédemment, la forme de la ville change constamment. C'est pour cela que fabriquer des images de la ville est un outil important de planification urbaine. Le premier de ces usages est documentaire : il s'agit de pouvoir garder une trace de l'évolution du paysage. C'est d'ailleurs le sens de la première mission de la DATAR en 1969 (et de celles qui ont suivi) : produire une mémoire du paysage et un outil d'aide à la décision. Faire la ville, c'est à la fois en dessiner le futur, mais aussi tenter de garder une prise sur son présent et son passé en la documentant de manière systématique.

Nous comprenons mieux pourquoi Martin H. KRIEGER, professeur de planification urbaine à la *School of Policy, Planning, and Development* de l'*University of Southern California*, plaide dans un bref commentaire pour le fait que les urbanistes documentent systématiquement les paysages urbains : « In decades to come, will we remember what today's cities looked like? The actual environment of the early twenty-first century might well be lost to memory, especially its details, unless we systematically photograph urban life and phenomena today. » [KRIEGER, 2004]⁹.

Il insiste d'ailleurs sur la nécessité de produire non seulement des images, mais des métadonnées sur les lieux, organisées, qui permettent ensuite un nouveau traitement :

9. Traduction (par nos soins) : « Dans les décennies à venir, est-ce que nous garderons en mémoire à quoi ressemblent les villes d'aujourd'hui ? Le contexte du début du 21^e siècle pourrait bien être oublié, en particulier dans ses détails, à moins que nous ne photographions systématiquement la vie et les phénomènes urbains aujourd'hui. »

« Using an Excel spreadsheet is a good first start, with columns for addresses, dates, roll and frame, topic, and name of place. These spreadsheets can be fed into a program such as Streets and Trips, to produce a map in which the information about each image appears at a click on its location, and the image itself can so appear once it is digitized and downloaded into Streets and Trips. »¹⁰

Ceci n'est pas sans rappeler le travail de Marie DESPRÉS-LONNET sur le site archéologique de Bribracte. Ces informations contiennent en effet des éléments de contexte nécessaires à l'interprétation correcte de l'image. La complexe base de données qui entoure les images est indispensable :

« Le second moment au cours duquel le sens de l'image peut se modifier est celui de sa documentarisation. Ce terme imaginé par Manuel Zacklad désigne les activités qui visent à "optimiser l'usage d'un document" en lui adjoignant un appareil textuel. C'est également un processus de normalisation qui, en exigeant le recours à une grille descriptive commune, va contraindre les objets décrits à entrer dans des catégories partagées et des vocabulaires descriptifs spécifiques. Cette opération va d'une part confirmer le statut de document au sens plein de chacune des photographies et d'autre part permettre leur articulation sémantique externe avec d'autres documents. C'est cette double opération de description individuelle et collective qui fait entrer chaque image dans une *documentation*. »
[DESPRÉS-LONNET, 2014b, p.41]

Ceci dit, cela ne veut pas dire que la photographie n'est pas efficace en elle-même ; au contraire, BONACCORSI et JARRIGEON montrent qu'elle est investie, dans le cadre des Observatoires de la DATAR, d'une « capacité quasiment ontologique de la photographie à arrêter le temps » [BONACCORSI et JARRIGEON, 2013] en fixant sur un support une image à un instant donné du territoire –au final, le projet se repose sur l'indicialité mise au jour par BARTHES : la photographie atteste de ce qui a été. Ce statut symbolique particulier, s'il est sur-investi par les différentes parties prenantes du projet (la photographie n'arrête pas *vraiment* le temps) justifie le choix d'une documentation photographique et non seulement cartographique du territoire.

L'analyse des séries de l'Observatoire photographique de la DATAR faite par Julia BONACCORSI et Anne JARRIGEON [ibid.] montre que la photo est en fait prise entre deux injonctions contradictoires : d'une part documenter de manière précise, exhaustive, et objective le territoire, injonction matérialisée dans un protocole de prise de vue très rigide, et d'autre part, « faire œuvre ». En effet, « [l]e regard de l'artiste serait chargé d'une promesse liée à son statut : celle de "révéler" la dimension paysagère du territoire ». Au final ce que produisent les photographes sont moins des

10. Traduction (par nos soins) : « Utiliser une feuille de tableur Excel est un bon point de départ, avec des colonnes pour l'adresse, la date, la pellicule et le cadre, le sujet, et le nom du lieu. Ces tableurs peuvent être utilisés par un programme comme *Streets and Trips*, pour produire une carte dans laquelle l'information à propos de chaque image apparaît à la faveur d'un clic sur le lieu, et l'image elle-même peut également apparaître si elle est numérisée et téléversée dans *Streets and Trips*. »

œuvres originales qu'un point de vue particulier sur le territoire, hérité d'une tradition photographique.

« La prise en charge de la diachronie dans ces observatoires relève de plusieurs processus traversés par un double mouvement : une projection vers le futur et un regard au présent qui convoque le passé. Pour les photographes initiaux de l'Observatoire photographique du paysage de la ville de Montreuil, Anne Favret et Patrick Manez, les images sont par exemple projetées très longtemps avant leur réalisation. Conçues sur plan, elles sont au cœur d'un documentaire ouvertement topographique. C'est d'ailleurs dans la perpétuation d'un héritage photographique, celui des « New topographics » américains qu'ils se situent. »
[BONACCORSI et JARRIGEON, 2013]

Ce point de vue est aussi celui du commanditaire, l'État, dont la volonté est aussi de s'appuyer sur ces clichés pour étayer ses décisions en matière d'aménagement du territoire, ainsi :

« Chaque image produite n'a de sens qu'en fonction d'une image future. Il s'agit au présent de produire des archives. Par delà les procédures d'archivage, surtout virtuelles et ponctuellement réalisées, l'archive est exhibée comme une valeur en soi. De fait, la dimension topographique peut s'avérer décevante si les points de vue retenus ne coïncident pas avec le projet d'aménagement, ou le projet territorial, avec le temps plus court de l'action politique. Le manque de variation voire l'invariance nuit à la visée téléologique de l'image. » [ibid.]

Le montage en séries des images renforce cette lecture : puisque ce qui est donné à voir, c'est finalement les variations, par comparaison des images entre elles, elles mettent en valeur l'intervention sur le paysage.

Parfois, ce type de geste documentaire est du fait non pas de l'urbaniste, mais de l'habitant. Dans son analyse des photographies du concours « C'était Paris en 1970 », Catherine E. CLARK montre que la documentation de la forme de la ville est un moyen pour les parisiens, à qui la ville de Paris et la Fnac font appel dans le cadre de ce projet, destiné à documenter les transformations urbaines en cours, de faire part de leurs appréhensions concernant ces dernières. A la surprise des commanditaires, qui avaient planifié une documentation exhaustive de Paris en prédécoupant le territoire à l'avance : « les candidats reçoivent des enveloppes définissant leur mission : photographier durant le mois de mai une ville subdivisée en carrés de 250 mètres de côté » (on retrouve ici le type de méthode employé par la DATAR, ainsi que la recherche de « neutralité » induite par ces découpages), cette documentation s'avère inégale : « certains carrés n'ont pas été couverts (les chemises qui leur correspondent sont vides), d'autres le sont par des centaines d'images prises par de multiples photographes ».

De plus, « dans cette volonté affirmée de neutralité, [les commanditaires] n'ont pas prévu que les photographes puissent porter un regard critique sur les problèmes sociaux de la ville ou sur les conséquences immédiates de la rénovation urbaine »

[CLARK, 2014]. Or, cela transparaît dans de nombreux clichés :

« L'esprit de contestation contre les forces inhumaines du développement immobilier incite certains concurrents à accorder une attention particulière au coût humain de la transformation de Paris. En photographiant des immeubles anonymes en cours de destruction, ils expriment leur préoccupation pour l'avenir de leurs habitants plus que pour l'importance historique du bâti. Les vues d'immeubles en cours de démolition ou de vestiges de cheminées et d'escaliers dans des murs mitoyens mettent en lumière le prix d'une rénovation qui fait disparaître du paysage urbain non seulement des spécimens d'architecture mais également leurs habitants. Au dos d'une photographie qui représente un écriteau annonçant des démolitions et la construction de Galaxie (un centre commercial du 13^e arrondissement), un participant s'exclame « Mais qui vivait là ? » » [ibid.]

Nous voyons ici que même le cas des observatoires photographiques, qui sont présentés et mis en place dans une volonté avant tout de documenter le territoire et ses variations, passer par la production d'images produit un point de vue sur le territoire. Que ce soit le point de vue administratif, celui d'un état qui aménage, administre son territoire, ou celui d'un habitant, qui peut justement se placer dans une position critique vis à vis de ces projets qui bouleversent son cadre de vie. Il est intéressant ici de remarquer que, dans les deux cas, ce point de vue émerge malgré une volonté de neutralité, d'objectivité, matérialisée par les protocoles de documentation. La photographie semble s'entêter à communiquer point de vue, un regard.

1.1.2 Le regard de la ville comme visée

Mais porter un discours sur la ville par l'image ce n'est pas seulement rendre compte de son point de vue. C'est aussi donner une visée, représenter non pas la ville telle qu'on la voit, mais telle qu'elle pourrait ou devrait être : la ville idéale. Le point de vue se projette dans un futur plus ou moins proche. C'est ce que nous avons commencé à toucher du doigt avec le cas des observatoires de la DATAR, qui sont aussi des documents d'aide à la prise de décision en matière d'aménagement du territoire.

Mais ici il ne s'agit pas simplement d'archiver le présent pour prévoir le futur, mais de se projeter dans une représentation du futur. On cherche à fabriquer une image de la ville idéale. D'après ARGAN, ces représentations sont le fait d'un mode de pensée bien particulier, propre à la Renaissance. En effet,

« poser l'hypothèse de la ville idéale implique l'idée que la ville est représentative, ou qu'elle concrétise visuellement des concepts ou des valeurs, et que l'ordre urbanistique reflète non seulement l'ordre social, mais aussi le fondement métaphysique ou divin de l'institution urbaine » [ARGAN, 1995, p.60].

Nous n'avons pas arrêté, depuis la Renaissance, de produire des représentations qui nous permettent de projeter un futur de la ville. C'est le rôle endossé aujourd'hui

par les architectes et les urbanistes. En effet, organiser, aménager l'espace urbain, c'est bien sûr organiser au mieux le flux de personnes : circulations, rapports entre habitat, travail, équipements divers, etc. Mais c'est aussi—et c'est l'aspect qui nous intéresse dans la planification urbaine— penser des points de vue, anticiper l'émergence de lieux plus photogéniques que d'autres. En effet, dans la création d'une place surplombant la ville, la question cruciale est celle du point de vue : pouvoir embrasser la ville d'un seul regard. Au départ, il s'agit de pouvoir défendre la ville des ennemis potentiels. Aujourd'hui, il s'agit surtout de profiter d'une expérience esthétique.

Nous pouvons, sans nous lancer dans une histoire du point de vue dans la planification urbaine, poser quelques jalons.

Dessiner la ville idéale

Urbanistes et architectes sont depuis longtemps soucieux de la valeur esthétique de leur travail, et la ville est assez tôt considérée comme un objet esthétique dans la littérature : « on peut remarquer que la ville fait l'objet, dès le XVIII^e siècle, d'une littérature louant son apparence, ses paysages. D'abord limitée, cette littérature connaîtra son heure de gloire sous la plume de Charles Baudelaire avec la figure du flâneur » [ORILLARD, 2003]. En particulier, ORILLARD s'attarde sur le travail de Camillo SITTE (auteur de *L'art de bâtir des villes*, publié en 1889). Organiser une ville, c'est pour cet urbaniste allemand anticiper les tableaux que le flâneur se verra proposer durant son parcours : « [s]elon l'auteur, l'observateur perçoit la ville comme une suite de tableaux différents. La qualité artistique de la ville est alors proportionnelle au nombre et aux différences entre les multiples tableaux proposés par l'espace urbain ». Penser la ville comme une succession de tableaux, c'est, de fait, penser un parcours entre différents points de vue.

Le travail de SITTE est intéressant, parce qu'il combine d'emblée deux éléments, les tableaux successifs qui doivent fournir une bonne impression au flâneur, et la dimension symbolique de ces derniers, puisqu'il est aussi important que les places évoquent des symboles —notamment du pouvoir— de manière claire.

« [Que] ce soit dans les célèbres vedute italiennes ou les plans-portraits, la ville est représentée graphiquement d'une manière qui associe toujours un certain réalisme géographique à des éléments purement symboliques » [ibid., p.5] indique ORILLARD. Ainsi, Sitte « propose, au-delà d'un espace urbain conçu comme un système de circulation, de considérer places et rues comme des lieux mettant en scène la vie publique, ou l'évoquant métaphoriquement » [ibid., p.5].

Aujourd'hui, la conception de bâtiments et de projets d'urbanisme passe par la pro-

duction quasi systématique de visualisations en 3D, qu'Isabelle GRUDET [2010] appelle des « images intermédiaires ». Ces images, destinées aux investisseurs (promoteurs immobiliers, clients...), sont souvent produites dans une situation de concours : les différents cabinets d'architecture et d'urbanisme sont en concurrence les uns avec les autres, et c'est celui dont le projet sera le plus attractif qui sera choisi. Cela explique en partie pourquoi les architectes se montrent aussi jaloux de leurs images.

Il faut noter ici que la production de visualisation en 3D est devenue une activité à part entière des cabinets d'architectes, les obligeant parfois à faire appel à des compétences externes pour promouvoir leur travail. L'essentiel du travail de l'architecte est en réalité concentré autour du plan. La profession a progressivement intégré cette notion de fabrication de belles images dans son activité [BUE, 2021].

Ces images sont ensuite utilisées pendant toute la phase de construction pour communiquer auprès des habitants du quartier –forcément indisposée par les travaux– et lui expliquer le bien-fondé de l'entreprise. La visée est clairement de rendre désirable le projet, ce qui facilite qu'on prenne son mal en patience. Isabelle GRUDET montre dans son travail [GRUDET, 2010] que ces images ont une valeur collective et contractuelle : ces images, affichées sur le lieu du chantier et présentées sur différents support de communication, projettent si bien celui qui les regarde dans le futur (toujours idéalisé) de la ville, qu'elles sont en quelque sorte prises au mot. Si bien que la réception du bâtiment est souvent l'objet de déceptions, puisqu'il ne correspond jamais à l'image idéalisée et lisse qui en avait été présentée.

Le travail de conception de l'espace urbain (urbanisme, architecture), est ainsi indissociable de sa portée sémiotique, comme Nicolas NAVARRO l'indique :

« Dès lors, la ville en tant qu'espace ou support d'inscription peut devenir l'objet de multiples interprétations, en partie modélisées par les producteurs. Cette dimension sémiotique du support conditionne en effet les usages et par conséquent l'interprétation du discours faite par les usagers. Elle induit un certain type d'implication définissant "les possibilités effectives offertes aux publics pour prendre part à la communication" »
[NAVARRO, 2017]

A l'étape du projet, ce sont les « images intermédiaires » qui portent cette dimension. Une fois le bâtiment sorti de terre, ce dernier prend le relais. Ainsi la pratique de la ville peut être considérée de manière communicationnelle : comme le mouvement d'interprétation sémiotique d'un espace dont l'aménagement est aussi pensé dans cette perspective.

Organiser une ville « lisible »

Nous pouvons comprendre l'intuition originale de LYNCH, au fond, comme une volonté de revenir à cette relation qui s'installe, inévitablement, entre la ville et celui qui la pratique. Il n'est pas dans la recherche de la *belle* ville, mais de la ville la plus vivable, en tant que milieu, au sens biologique du terme : un espace où les habitants se sentent bien, et trouvent facilement ce dont ils ont besoin. Pour comprendre si la ville remplit son office, le chercheur du MIT va essayer de visualiser la représentation mentale qu'en ont ses habitants, ceci dans le but de faire coïncider au mieux les besoins des habitants et l'espace dans lequel ils évoluent.

Pour LYNCH, il faut que l'espace urbain soit avant tout *lisible*. En effet, le quotidien du citadin est fortement marqué par des trajets dans la ville : se rendre à tel rendez-vous, acheter du pain, aller chercher les enfants à l'école –mais aussi, en dehors des commodités : visiter tel lieu, se rendre à l'aéroport...pour satisfaire ces besoins, il faut pouvoir composer un parcours efficace dans la ville. La lisibilité, c'est avant tout la possibilité d'anticiper facilement les trajets en ayant en tête une image globale cohérente de l'espace dans lequel on évolue.

Kevin LYNCH envisage en effet la pratique de la ville comme un parcours, une « navigation ». La ville est avant tout un espace perçu dans un parcours où il s'agit de s'orienter pour trouver son chemin. C'est en quelque sorte le dénominateur commun entre toutes ces manières de pratiquer la ville.

C'est pour cela qu'il considère que la qualité de l'expérience urbaine tient à la bonne « imagibilité » de la ville : « [d]ans l'opération qui consiste à trouver son chemin, le chaînon stratégique est l'image de l'environnement » [LYNCH *in* CHOAY, 2014, p. 387].

Sa thèse est que si nous pouvons organiser l'environnement urbain selon un schéma global qui nous permet de nous repérer, notre perception de la ville s'améliore : notre environnement, en devenant logique, organisé, cesse d'être hostile (*i. e.*, nous savons que nous y trouverons ce dont nous avons besoin). Une bonne image de la ville est donc une image synthétique : parce que nous sommes capables de relier les parties de la ville entre elles, nous en avons une image globale, qui nous permet de l'appréhender comme un espace familier, nous repérer dans notre parcours, et de découvrir de nouveaux chemins.

En cela, la connaissance de la ville n'est pas différente de la connaissance de la montagne en randonnée :

« Ainsi, dans nos vastes aires métropolitaines, nous ne faisons pas la liaison entre le chœur et les cloches; comme le sherpa nous ne voyons que les faces de l'Everest et pas la montagne. Étendre et approfondir notre perception de l'environnement serait la

poursuite d'un long développement biologique et culturel, allant des sensations de contact aux sensations à distance, et des sensations à distance aux communications symboliques. Notre thèse est que nous sommes maintenant capables de développer l'image de notre environnement en agissant sur la forme physique externe, aussi bien qu'en suivant un processus interne d'apprentissage » [LYNCH, 1969, p.15].

C'est d'ailleurs avec un tel processus de cartographie mentale que se construisent les premiers liens avec un espace urbain. L'expatrié au Japon doit « construire une familiarité » pour se sentir « chez lui » : « Habiter la ville suppose la mise en œuvre de repères physiques et affectifs. Les individus élaborent dans leur tête une "carte" des lieux : topographique, sentimentale (Bailly et al., 1995) » [BONACCORSI, 2008]. Plus on connaît une ville, plus l'on est capable de relier les lieux entre eux, ou de les relier à des choses spécifiques.

Un même espace peut ainsi être « cartographié » très différemment par deux personnes différentes, mais aussi par la même personne à des moments différents, en fonction de ses préoccupations ou ses besoins. Par exemple, si notre citoyen se mettait à fumer, les bureaux de tabacs « apparaîtraient » dans sa carte mentale de la ville :

« Dans la vie de tous les jours, les citoyens incorporent dans leurs parcours une foule d'activités annexes qui ont besoin d'espaces d'accueil très divers. Ils empruntent ici et là, à différents univers de promenade, des parcours et des lieux qu'ils combinent pour constituer leurs propres itinéraires personnels en fonction du temps dont ils disposent, de leurs envies du moment et des opportunités parfois inattendues qui se présentent d'y accomplir des activités et des gestes de sociabilité. » [LAVADINHO et WINKIN, 2005]

Le travail de LYNCH va consister à produire une représentation graphique de cette image-là, qui n'est pas si loin, finalement, du « monde perceptif » de HALL que nous abordons en section 1.3.1.0. Il va produire des représentations d'un espace urbain tel qu'il peut être découpé, organisé dans notre esprit. C'est une image mentale de la ville, dans laquelle nous naviguons en pensée pour nous repérer. C'est la ville, envisagée comme une structure cohérente, qui relie les différents espaces entre eux. Ce travail a permis de développer des méthodologies pour faire émerger différentes visualisations [ORILLARD, 2014] et représentations, notamment cartographiques, de la ville prise au prisme des intérêts particuliers (figure 1.2).

Ainsi, quand il s'agit de produire des cartes à partir de son expérience sensible du territoire, comme cela a été demandé aux participants de l'atelier de cartographie sensible proposé par Stereolux en novembre 2018¹¹, on est frappé par la grande disparité des cartes. Les participants ont sélectionné dans le territoire ce qui importait

11. « Cycle ville (in) visible : retour sur l'atelier de cartographie subjective », *Stéréolux*, <https://www.stereolux.org/blog/cycle-ville-invisible-retour-sur-l-atelier-de-cartographie-subjective> (Consulté le 15 juillet 2019).

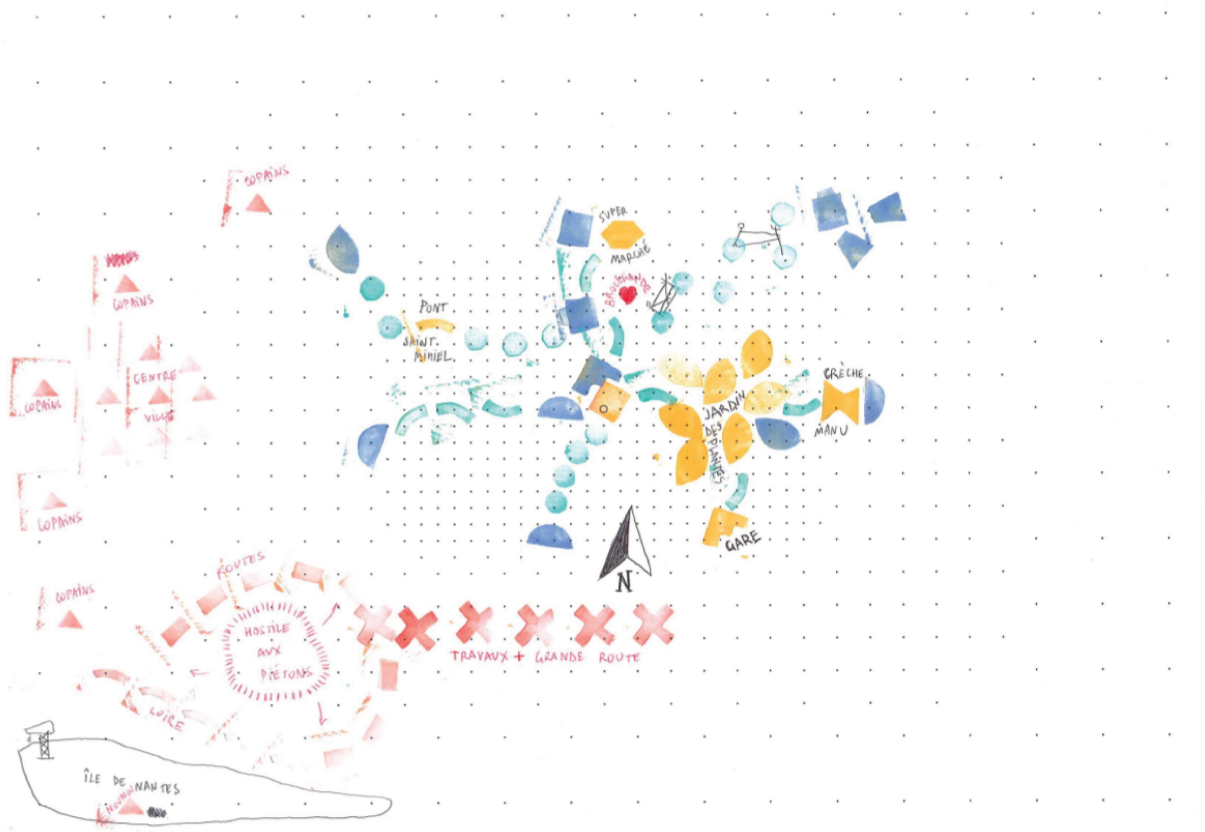


FIGURE 1.2 – Territoire Nantais. Carte produite à l’occasion de l’atelier de cartographie subjective proposé le 17 novembre 2018, par Stereolux, la revue Sur-Mesure et le designer et urbaniste Quentin LEFÈVRE.

pour eux. Nantes, dans la carte présentée en figure 1.2 est centrée sur le pont St-Mihiel et le Jardin des Plantes, en omettant la quasi-totalité des autres éléments qui composent la ville.

Ceci dit, il faut noter que nous sommes nombreux à disposer d’un plan de la ville, grâce à la démocratisation des terminaux capables d’afficher une carte interactive. Jusqu’ici le plan de la ville était l’apanage des touristes, qui par définition ne connaissent pas les lieux. Les « habitants », plus habitués, circulent sans plan à la main, puisqu’ils reconnaissent les lieux, savent relier les quartiers entre eux pour se diriger. L’usage d’applications de direction, par exemple, en assistant le parcours dans la ville de manière à ce que l’utilisateur puisse circuler sans se perdre, permet en quelque sorte d’outiller ce qui, jusqu’ici, ne devait reposer que sur la perception de l’espace urbain, parfois doublée d’une carte. Je ne sais pas où mène cette rue, mais *Maps.me* trouvera bien le chemin ...

Nous remarquons que ces artefacts n’ont pas fait disparaître la nécessité d’une

image de la ville, et à fortiori d'une image signifiante de celle-ci. CHOAY concède ainsi que :

« Les travaux de K. LYNCH se limitent volontairement aux significations les plus immédiates, les plus élémentaires. Mais il [lui] semble que ce champ devrait, dans l'avenir, être élargi, de façon à intégrer des systèmes de signification plus médiatisés et plus complexes. »
[CHOAY, 2014, p.73]

Que la ville soit lisible et permette, dans l'immédiat d'un parcours, de se repérer, ce n'est que le premier niveau, en réalité, des représentations de la ville.

Représentations sociales et regard interprétatif sur la ville

Maintenant que nous voyons mieux où elle intervient, nous pouvons définir les représentations plus précisément. Pour JODELET [2003], une représentation sociale constitue en 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. »

Autrement dit, les représentations constituent une sorte de « réserve » de références communes, qui nous permettent d'avoir une connaissance minimale, partagée, sur le monde qui nous entoure. Notre perception est donc un phénomène bien complexe, puisque nous percevons toujours au prisme d'une sensibilité donnée, d'une culture donnée, et enfin de représentations sociales données. Denise JODELET continue en effet :

« On reconnaît généralement que les représentations sociales, en tant que systèmes d'interprétation régissant notre relation au monde et aux autres, orientent et organisent les conduites et les communications sociales. De même interviennent-elles dans des processus aussi variés que la diffusion et l'assimilation des connaissances, le développement individuel et collectif, la définition des identités personnelles et sociales, l'expression des groupes, et les transformations sociales. » [ibid.]

Nous voilà donc équipés d'un système d'interprétation du monde ! Comme l'auteur le remarque, ce système a un impact tout à fait important sur la manière dont nous faisons société. En particulier, nous lisons que les représentations sociales ont une incidence sur la « définition des identités personnelles et sociales ».

Les représentations nous permettent de lire le monde. Lorsque nous sommes en contact avec quelque chose que nous ne connaissons pas –c'est le cas dans le cadre du tourisme, où l'on visite un pays étranger pour une période beaucoup moins longue– nous allons chercher à rattacher ce que nous voyons à des représentations, des stéréotypes, des éléments symboliques que nous connaissons déjà. En cela, nous interprétons le réel. Les auteurs de *The tourist gaze* expliquent comment le regard touristique impose à tout élément urbain une dynamique signifiante :

« This mode of gazing shows how tourists are in a way semioticians, reading the landscape for signifiers of certain pre-established notions or signs derived from discourses of travel and tourism. » [URRY et LARSEN, 2019]¹²

Ainsi –c'est l'exemple que prennent les auteurs de l'ouvrage– pour un touriste, un couple d'amoureux assis sur un banc constituera en un symbole évident du caractère romantique de la ville de Paris. Selon ces derniers, le regard touristique investit d'une dimension sémiotique tout objet qu'il saisit.

Il y a deux éléments remarquables ici : d'une part, la manière dont les représentations sociales fonctionnent comme des « filtres », permettant de décoder le territoire visité et de le rattacher à quelque chose de connu (sa propre culture, ou une idée que l'individu se fait de la culture avec laquelle il est en contact *via* des stéréotypes, ou des éléments présentés dans des guides touristiques). D'autre part, nous voyons poindre le caractère signifiant de l'espace urbain : c'est un espace qu'on interprète.

Si nous reprenons l'exemple de l'étude portant sur les discours des expatriés au Japon et l'analyse des médiations qu'ils produisent [BONACCORSI, 2008], nous repérons que la cartographie « sentimentale » qu'ils font de la ville est un processus d'interprétation de l'espace (où un signifiant et un signifié sont reliés ensemble). Ce processus apparaît également nécessaire au séjour dans un pays étranger. En reliant des lieux à du sens, les expatriés font de la ville un espace signifiant, interprétable, pour que l'espace cesse d'être hostile (ce en quoi nous retrouvons LYNCH).

Il faut concéder au chercheur américain qu'il avait touché du doigt la fonction d'ancrage sémiotique que produit la familiarité avec la ville, construite dans une fréquentation longue de cet espace particulier : « Tout citadin a longtemps fréquenté certaines parties de sa ville, et l'image qu'il en a baigne dans les souvenirs et les significations » [LYNCH, 1969, p.2].

Il est intéressant de noter ici que les souvenirs et les significations sont deux éléments distincts : il y a d'une part la sédimentation dans la mémoire de moments passés, rattachés à des lieux, et d'autre part, les « significations », rattachables entre autres à la culture locale ou à celle de la personne qui pratique la ville. Ici, l'image de la ville semble recouvrir bien plus qu'une fonction de repérage. Il y a bien une question d'identification, d'ancrage dans un lieu. Parce que l'image que le citadin s'est fait de son espace est plus qu'un espace organisé et logique, mais bien, une sédimentation de « souvenirs et significations », cette dernière peut devenir identitaire, il peut la

12. Traduction (par nos soins) : « Cette manière de voir montre comment les touristes sont quelque part des sémioticiens, cherchant dans le paysage des signifiants de notions pré-établies, ou des signes dérivés des discours sur le voyage et le tourisme. »

mobiliser pour entrer en contact avec d'autres par exemple.

« Un cadre physique vivant et intégré, capable de "produire" une image "aiguë", bien typée, joue aussi un rôle social. Il peut fournir aux communications de groupe, la matière première des symboles et des souvenirs collectifs. Un paysage impressionnant est pour beaucoup de races primitives le squelette sur lequel elles bâtissent les mythes importants de leur société. Des souvenirs communs de leur ville natale ont souvent servi, pendant la guerre, de premier et de plus facile point de rapprochement entre des soldats solitaires » [ibid., p.5]

L'interprétation est une affaire de réception, et donc est fortement influencée par le cadre de référence de la personne qui reçoit. Par exemple, la manière dont les villes indiennes sont organisées peut dérouter un voyageur européen, puisque les cadres d'interprétation dépendent en partie de la culture. Cet espace, au sens de LYNCH, ne sera pas « lisible » pour lui. Pour un indien, qui dispose du bagage culturel adéquat, ce sera beaucoup plus facile à décoder.

Nous comprenons la nécessité médiatrice des représentations de la ville à destination des touristes : elles visent à minimiser l'effet d'étrangeté en rattachant l'espace à des cadres d'interprétation connus. D'où ce que NAVARRO désigne comme une tendance à « l'hypersémiotisation » [NAVARRO, 2017] des espaces urbains. Puisque les touristes se raccrochent à des signes pour comprendre le territoire qu'ils visitent, il faut leur présenter ces derniers de manière claire pour les guider au mieux dans leurs parcours. Par exemple, les terrasses des restaurants dans la ville d'Annecy sont saturées de signes évoquant le drapeau savoyard.

En considérant ces éléments comme un discours qui se déploie autant sur le territoire que dans la communication de l'Office du tourisme, Nicolas NAVARRO est conduit à considérer la ville « comme un espace d'écriture où l'espace urbain devient outil pour la mise en communication du discours touristique ».

Cette idée que la ville est un espace d'écriture est ancienne. Dans deux chapitres de *Notre Dame de Paris* « Paris à vol d'oiseau » et « Ceci tuera cela », Victor HUGO amène, avant BARTHES et DE CERTEAU, cette notion de ville constituée comme un texte. D'après lui, nous avons élevé des monuments pour signifier, pour donner à voir des symboles. Nous avons commencé à faire des mots avec les premières pierres levées, puis nous avons complexifié ce que nous cherchions à exprimer jusqu'à construire des monuments (qui sont donc comparables à des livres) –tels la cathédrale Notre-Dame de Paris.

L'architecture est donc, selon HUGO, l'art qui incarnait les symboles qui rassemblaient les hommes. Avec l'arrivée de l'imprimerie, l'auteur déplore que les hommes soient passés d'un mode d'expression à l'autre, en incarnant le sens non pas dans des

édifices, mais dans des livres.

Dans « Paris à vol d'oiseau », HUGO dresse un portrait de la ville comme un texte, une « chronique de pierre ». La ville assemble plusieurs types de bâtiments, cependant homogènes. Pour le poète, l'architecture, en perdant la préférence des hommes pour signifier (au profit des livres, donc), a perdu sa capacité à rendre la ville cohérente. Ainsi, « [le] Paris actuel n'a aucune physionomie générale, c'est une collection d'échantillons ».

Le structuralisme et l'étude approfondie de la linguistique permettent à BARTHES [1985c] d'approfondir cette pensée à sa manière. Le sémiologue considère en effet la ville comme une super-structure conçue comme une grammaire, qui articulerait des éléments plus petits (des mots, des propositions) pour en faire des phrases, des éléments signifiants. Donc, de la même manière que des écrivains différents ont un style différent, les villes se caractérisent par leur style. Ce serait, pour le sémiologue, en cela que Lyon est différente de Chambéry ou Annecy.

« Ici nous retrouvons la vieille intuition de Victor HUGO : la ville est une écriture ; celui qui se déplace dans la ville, c'est à dire l'usager de la ville (ce que nous sommes tous), est une sorte de lecteur, qui, selon ses obligations et ses déplacements, prélève des fragments de l'énoncé pour les actualiser en secret. » [ibid.]

Michel DE CERTEAU [1990] cite d'ailleurs ce passage dans le chapitre VII de son *Invention du quotidien*, mais pour nuancer en quelque sorte le propos de BARTHES, qui faisait de l'usager de la ville un lecteur. Pour DE CERTEAU, la marche est une énonciation, une parole qui fait son choix dans ce que la ville propose. L'usager de la ville n'est pas un lecteur passif : il transforme le texte de la ville en choisissant tel itinéraire contre tel autre :

« Il crée ainsi du discontinu, soit en opérant des tris dans les signifiants de la "langue" spatiale, soit en les décalant par l'usage qu'il en fait. Il voue certains lieux à l'inertie ou à l'évanouissement, et, avec d'autres, il compose des "tournures" spatiales "rares", "accidentelles" ou illégitimes. » [ibid., p.149]

Après avoir étudié la manière dont nos représentations graphiques de la ville sont toujours les produits d'un point de vue situé, même quand elles sont produites avec une exigence de « neutralité », nous avons fait un parcours dans les représentations de la ville qui ne visent non pas à la décrire mais à produire une visée.

Il s'agit de représentations graphiques (celles de la ville idéale à la Renaissance, mais aussi, plus près de nous, les perspectives en 3D des architectes pour promouvoir leur projet) qui projettent la ville dans le futur. Il s'agit aussi de la manière dont nous projetons sur la ville des souvenirs et des représentations symboliques pour nous repérer dans l'espace et pour nourrir notre attachement avec le territoire.

1.1.3 Les images privées et la photographie : la médiation d'un rapport individuel au territoire

L'image, du moins en matière de représentation de la ville, constitue donc irrémédiablement la représentation d'un point de vue. Produire des images par la photographie apparaît donc comme un moyen privilégié de médiation du rapport individuel au territoire.

Pour traiter du rapport individuel au territoire, un passage par la figure de l'habitant s'impose. Luce GIARD et Pierre MAYOL, dans l'ouvrage *Habiter, cuisiner*, écrivent dans la continuité de Michel DE CERTEAU, expliquent qu'« [h]abiter à part, hors des lieux collectifs, c'est disposer d'un lieu protégé d'où la pression du corps social sur le corps individuel est écartée » [DE CERTEAU, GIARD et MAYOL, 1994]. Voilà un premier élément, la notion de « lieu protégé » : être chez soi, c'est être à l'abri des dangers. Cette idée d'ailleurs ouvre le livre de Mona CHOLLET, *Chez soi* [CHOLLET, 2016], consacré à l'espace domestique. Comme Mona CHOLLET, nous allons partir de là, et considérer que ce point fixe, stable, protégé des pressions du corps social, est un point d'ancrage : être un habitant, c'est disposer d'un lieu fixe auquel on peut se rattacher.

Mais peut-on s'arrêter à la permanence dans un lieu pour définir l'habitant ? Dans leur étude sur l'image d'Amsterdam sur Instagram, BOY et UITERMARK [BOY et UITERMARK, 2015] considèrent comme des habitants ceux dont les messages sont géolocalisés au même endroit sur de longues périodes, considérant que la permanence dans un lieu suffit à définir l'habitant.

Mais si c'est un critère important, cela ne nous semble pas suffisant. CHOAY parle d'enracinement : « L'habiter, c'est l'occupation par laquelle l'homme accède à l'être, en laissant surgir les choses autour de soi, en s'enracinant. » [CHOAY, 2014, p.17]

Cette idée pose l'habitation comme un processus (qui se déploie dans le temps) et non une simple fixation dans un lieu. A partir de ce lieu fixe et protégé, on « laisse surgir les choses autour de soi », ce qui est possible parce que l'individu se sait à l'écart des pressions du corps social. Ces choses qui surgissent, c'est à la fois ce qui se passe sous ses fenêtres, les événements de la ville, la vie sociale, et ce qui se passe dans l'intérieur domestique, où l'on s'enracine en se laissant aller à une expression de soi à l'écart du regard des autres. L'habitation, selon CHOAY est donc un processus d'enracinement, où finalement ce laisser-aller de l'individu derrière la porte close de son appartement ou de sa maison lui permet de construire un rapport entre lui et son environnement.

Certains architectes, comme Simone et Lucien KROLL [BOUCHAIN, 2013], définissent

ainsi l'habitat : c'est non seulement là où se trouvent les ressources vitales et la protection, mais aussi quelque chose qui doit être mis en relation avec la nature, l'extérieur, et qui met en relation les hommes entre eux.

Le couple d'architectes est rejoint ici par Valérie LÉBOIS, maîtresse de conférence en psychosociologie à l'école d'architecture de Strasbourg :

« Derrière cet investissement, autrement plus complexe que la recherche d'un seul confort matériel, se joue principalement une quête d'identité. Il s'agit tout à la fois de « configurer » son environnement, de lui reconnaître des formes distinctes et uniques et, dans le même temps, de se forger une identité personnelle dans le but d'assurer sa participation au monde, à la communauté. En d'autres termes, un environnement m'est familier si je le reconnais et si je me reconnais à travers lui. » [LÉBOIS, 2003]

Habiter, pour la psychosociologie, c'est donc un processus de « configuration » de son identité, opération qui permet la rencontre, la participation au corps social, à l'extérieur du cocon qu'est l'habitation.

Dans ce processus, l'image joue un rôle important. Ce rôle a été notamment identifié par LYNCH, dont LÉBOIS fait une relecture dans son article. Elle reprend en effet les mots de l'urbaniste du MIT en expliquant que : « le territoire, dans sa capacité à imprimer les souvenirs et les symboles, joue un rôle social, car il devient matière à communication entre les individus. » [ibid.]

Ce sont ces « souvenirs et symboles » qui constituent la matière de l'enracinement dont parle Françoise CHOAY [CHOAY, 2014] également. Mais le sens qui est donné à « image » ici est plutôt celui de « projection mentale » : cela désigne les représentations, les imaginaires, que nous attachons à un lieu et qui nous aident à nous y relier.

C'est pour cela que nous sommes plus proches d'un lieu où nous avons des souvenirs, que d'un lieu où l'on est expatrié, où il faut recréer du matériau pour nourrir la relation au territoire. Ce matériau peut servir ensuite pour entrer en communication avec les autres.

Dans son étude des blogs d'expatriés au Japon, Julia BONACCORSI [BONACCORSI, 2008] montre ainsi comment la photographie constitue un mode de médiation pour faire entrer la ville japonaise dans le « monde » (cf. section 1.1.2) des auteurs des clichés. En effet, ces derniers sont des habitants déplacés. Ils investissent un territoire dont ils ne sont pas originaires. Ils doivent donc construire quasiment entièrement cette configuration de la relation entre individu et territoire, qui a pu se faire auparavant, en France. La photographie, en matérialisant le point de vue particulier de son auteur, sa situation, l'aide à opérer cette configuration.

Le travail de Julia BONACCORSI sur les blogs d'expatriés au Japon trouve un écho intéressant dans celui de Ela KAÇEL sur les travailleurs détachés (« *migrant workers* »)

[KAÇEL, 2017]. En effet, ses recherches montrent que l'usage de la photographie peut permettre de se forger une identité en tant que migrant, dans ce double rapport entre le territoire d'où l'on vient et celui où l'on vit.

L'exemple le plus riche de l'article est peut-être celui-ci de ce jeune homme qui retrouve son père, qui prenait beaucoup de soin, dans les photographies envoyées à ses enfants, pour bâtir des mises en scènes dans lesquelles il apparaît toujours dans son plus beau costume, dans des espaces verts. Ces mises en scènes disent déjà quelque chose de la migration. Elles sont un message qui dit à la famille (qui vit encore sur le territoire d'où il vient) : « tout va bien, la vie ici est agréable ». Elles mettent en scène le territoire d'accueil de la migration sous son plus beau jour.

Ce jeune homme va se retrouver confronté, en retrouvant son père, à ce qu'il ne présente pas dans ses photographies : les dortoirs, la vie en communauté, etc. Il va prendre lui aussi des photos de l'espace dans lequel il vit, et, en les juxtaposant aux clichés de son père pour une exposition, il met en lumière le geste de représentation de soi opéré par ce dernier.

Ainsi l'autrice met en lumière l'interaction intéressante qu'il y a entre le regard du photographe (ici deux photographes regardent le même quotidien différemment), le regard sur soi (qui suis-je et qui suis-je en relation à ce territoire), et la démarche d'exposition (qui déplace la photographie de son contexte premier).

La photographie joue un rôle similaire dans les deux cas : en se photographiant dans l'espace urbain, les auteurs des clichés fabriquent un lien symbolique avec leur territoire d'adoption.

Cela nous amène à la fonction d'ancrage symbolique que peut avoir la photographie dans la relation au territoire. Relation dont nous commençons à sentir la dimension temporelle. Cette relation, pour Marie-Christine JAILLET, citée par FONTANILLE, est avant tout de l'ordre de la maîtrise, de la possession : « [...] le territoire désigne à la fois une circonscription politique et l'espace de vie d'un groupe [...] qui] cherche à en maîtriser l'usage à son seul avantage [...] » [FONTANILLE, 2014].

La photographie joue un rôle important ici en raison de sa capacité à fixer le passé –le « ça a été » cher à BARTHES, mais aussi tout ce qui est de l'ordre des représentations symboliques.

*

* *

Nous comprenons ici comment la représentation de l'espace urbain se construit dans un aller-retour : en changeant de point de vue (par exemple, en reliant deux

quartiers, ou en vivant une nouvelle expérience qui va « attacher » à tel lieu un nouveau souvenir agréable), on modifie son idée de la ville, mais cela peut aussi arriver si la forme de celle-ci change (avec la construction d'un nouveau bâtiment par exemple, avec la mobilisation des « images intermédiaires »).

Le processus étudié dans l'écriture –notamment photographique– des blogs d'expatriés au Japon permet de comprendre en partie ce qu'il se passe lorsqu'on confronte ses a priori et ses habitudes à un nouvel espace dans lequel on va vivre pendant un temps plus ou moins long : l'appropriation d'un nouveau territoire se fait aussi par un travail symbolique.

La photographie en tant que medium joue un rôle particulier dans la manière dont le regard se construit. Elle capture déjà quelque chose qui relève d'une mise en ordre du monde selon un point de vue, elle vient documenter un *regard* ancré dans la singularité d'une subjectivité. La photographie façonne la lecture que nous avons d'un territoire autant qu'elle est un outil pour faire émerger de nouvelles manières de l'organiser.

1.2 Vers l'industrialisation du regard : l'image cadrée

Nous avons dans le chapitre précédent en quoi la production d'images permettait de nourrir la relation avec la ville. Mais il se trouve que notre œil est aussi éduqué, par la fréquentation des images qui se trouvent à notre disposition : en étant exposé à ces images, on intègre qu'elles constituent une norme. C'est en ce sens que les images qui nous entourent façonnent l'arrière-plan culturel de notre perception –notre perception de la ville n'y est pas étrangère, c'est ce que nous avons exploré dans les parties précédentes. Les images susceptibles de contribuer à cette éducation de notre regard, ce sont les images que nous rencontrons dans le contexte éducatif : livres d'images, illustrations des manuels scolaires, etc. Mais ce sont aussi tout simplement les images avec lesquelles nous sommes en contact, même si leur statut socio-culturel est moindre : la publicité, par exemple.

Aujourd'hui, l'un des moyens privilégiés par lesquels nous rentrons en contact avec des images, ce sont les médias sociaux, qui viennent s'ajouter à la télévision et la presse, qui permettaient déjà la diffusion large d'images. C'est ainsi que Horst BREDEKAMP –cité par GUNTHERT [2017] en ouverture de son article sur les méthodes visuelles– parle de « déferlement d'images ». L'essai pointe avec acuité la production *industrielle* d'images qui nous arrivent par les moyens numériques aujourd'hui. Pour Fabio LA ROCCA,

« La présence massive des images qui nous entourent nous amène souvent à parler d'une

"civilisation de l'image", d'une "ère de l'image", ou bien d'un règne ou régime d'images. Au-delà du "définitionnisme", cela illustre la centralité que l'image acquiert dans le monde contemporain. » [LA ROCCA, 2011]

L'hypothèse que nous allons travailler dans la section qui s'ouvre est construite sur le postulat que la construction de cet arrière-plan culturel change de modalités avec le numérique. En effet, il nous semble que ce « déferlement » qui se caractérise par son échelle (il n'y a jamais eu autant d'images autour de nous) est rendu possible notamment par le fait qu'il est plus facile de produire des images, parce que des systèmes d'ordre industriel ont pris en charge une partie de leur production.

Nous cherchons à vérifier l'impact de ces modes de production industrialisés sur l'éducation de notre regard dans le contexte urbain. En effet, nous considérons que le regard est éduqué par la fréquentation des images, dans le sens où il y a une intégration d'une norme de ce qui est digne d'être regardé dans le paysage et immortalisé par la photographie. Ainsi, la fréquentation d'images dites « de cartes postales » nous fait intégrer une norme tacite de la représentation de la plage, que nous reproduisons sans y penser dans nos photographies de vacances. Si les images qui éduquent notre regard sont produites de manière standardisée, notre regard en subit l'influence, et il semble opportun de qualifier cette influence.

1.2.1 L'arrière-plan culturel de nos perceptions du territoire : un enjeu de pouvoir

Évidemment, le fait que les images éduquent notre regard n'a pas attendu les médias sociaux pour exister. Notre manière de voir le territoire est déjà configurée par toute l'histoire des images de la ville dont nous héritons : c'est ce que nous avons commencé à comprendre avec la partie 1.1.1.

Pour comprendre cela, nous pouvons nous intéresser aux images de la ville que nous fréquentons déjà : dans l'art, dans la culture populaire, mais aussi dans le tourisme, grand producteur d'images de la ville, et enfin dans un domaine où la production d'images a une incidence directe sur la transformation du territoire : la planification urbaine.

Nous allons essayer de montrer que la maîtrise de ces images, ou du moins de leur circulation dans l'espace public, consiste en un enjeu de pouvoir. En effet, la représentation de la ville qui devient la norme, c'est aussi celle vers laquelle l'urbaniste va tendre dans la fabrique de la ville.

La carte : produire du savoir (et du pouvoir) sur le territoire

Le fait de produire du savoir sur son espace, de le documenter, informe le regard. Dans les deux sens du terme : à la fois donner de l'information et donner une forme. Non seulement le regard est enrichi par de nouvelles informations, mais il est également déplacé : la carte porte l'attention sur des éléments qu'on ne voit pas d'ordinaire.

Nous savons depuis FOUCAULT que le contrôle passe par la construction d'une connaissance. Il faut connaître la ville, répertorier ses quartiers, inventorier les points d'eau... cela facilite les interventions des forces de l'ordre et les mesures en cas d'urgence médicale par exemple. De là, pour Paul CLAVAL,

« la division nécessaire de l'espace en secteurs individualisés : pour que le regard qui l'inspecte soit efficace, il importe que les limites soient claires, et que tous les corps opaques qui gêneraient la vision soient supprimés : l'espace doit être rendu aussi transparent que possible. » » [CLAVAL, 1991]

L'espace ainsi *quadrillé*, segmenté, s'offre plus facilement aux regards du surveillant.

Pour asseoir cette connaissance de la ville qui classe et organise l'espace, l'outil tout désigné est la carte. En effet, si l'on en croit Pascal Robert :

« comme toute technologie intellectuelle, la carte travaille également le couple contrôle / coordination. Car la carte, par l'information qu'elle suppose comme par celle qu'elle met en forme, met en scène, autorise le développement de stratégies de contrôle et de coordination. Contrôle, pour le puissant, de ceux qu'il gouverne (quel est leur nombre et sa répartition) et de leur richesses et activités (que possèdent-ils, que font-ils et ou, avec qui... ?); coordination des activités politiques et/ou commerciales sur le terrain, à l'échelle locale (à l'instar d'un plan d'urbanisme) ou à l'échelle globale (nationale ou internationale – ou sont les ports, les grands axes routiers etc.). La carte peut aussi bien faire l'objet d'une rétention, dans les régimes qui supposent que leur pouvoir croît à proportion de leur aptitude à confisquer l'information, que d'une large diffusion, dans les régimes qui ont appris que la richesse vient d'abord d'un accès le mieux partagé possible à l'information – niveau toujours fonction des circonstances locales; la carte et sa disponibilité s'offre ainsi comme un indicateur pertinent du régime politique. » [ROBERT, 2008]

La carte procède donc d'un regard qui ordonne l'espace, et ceci, dans une forme synthétique : toute la ville peut être embrassée dans le même regard. Voir la ville par cet œil inhabituel et surplombant, c'est embrasser le territoire du regard qui contrôle, qui organise. C'est quadriller un espace d'où peut surgir une émeute, une épidémie, et organiser au mieux la réponse du pouvoir à cette « invasion » de l'intérieur.

Les visions cartographiques d'aujourd'hui procèdent d'une vue un peu différente. Il faut d'abord constater que la carte s'est répandue : de l'apanage de l'État (et de l'État-Major), elle passe progressivement dans les mains de tous, comme un outil, manipulé à des fins touristiques ou pratiques. Ainsi, SÖDERSTRÖM [2000], en retraçant

l'histoire des différents outils de l'urbanisme, note que : « Le *Collins' Illustrated Atlas* de la ville de Londres, publié en 1854, est ainsi destiné à être utilisé dans la rue. Ces nouveaux instruments de connaissance du monde urbain vont permettre de jeter un regard inédit sur la ville. » [ibid., p.61]

Ici c'est la conjonction entre la carte et son utilisation in situ qui change la donne.

Récemment, la conception des cartes est devenue collaborative, avec le projet OpenStreetMap¹³ ce qui change d'une part, le regard sur la carte, et d'autre part, le regard sur la ville *via* la carte.

D'une part, la carte cesse de n'être seulement l'apanage de quelques-uns pour devenir également un outil construit par et pour la communauté. La production de savoir sur le territoire se distribue. Ce n'est plus seulement un regard surplombant, c'est un croisement de différents regards, qui partent du terrain.

De ce fait, la carte cesse d'être un outil de contrôle pour devenir (aussi) un outil humanitaire : en Amérique du Sud, la cartographie collaborative est un moyen d'atteindre des populations dans des territoires enclavés, de faire des campagnes de vaccination et de mieux organiser l'arrivée des secours en cas de catastrophe naturelle.

Jérôme DENIS et David PONTILLE ont observé ces communautés [Jérôme DENIS et PONTILLE, 2013] : le fait de collaborer ensemble à une même carte oblige à la mise en place de règles de vie en communauté, de logiques pour arriver au consensus... en changeant de mains, l'outil cartographique change la manière de construire l'image de la ville, et même le regard qu'on peut porter sur elle.

En effet, il n'est pas rare que les bénévoles les plus assidus fassent attention à des éléments de mobilier ou d'infrastructures urbaines qui seraient passés inaperçus dans un autre contexte : points de mutualisation de fibre optique, poteaux électriques, aménagements pour personnes à mobilité réduite... En obligeant la personne à décrire son environnement, le geste cartographique permet de prêter attention à l'infra-ordinaire.

La carte, qu'elle soit produite par l'État ou collaborative, change notre regard sur le territoire : elle attire le regard vers ce que l'on ne voit pas forcément. Dans le cas d'OpenStreetMap, contribuer à la carte nous oblige à porter attention à du mobilier urbain relevant de l'infrastructure réseau, que nous ne remarquons pas d'habitude : les points de mutualisation du réseau de fibre optique, par exemple. Ce sont de petites armoires installées dans la rue, souvent au pied des immeubles, et qui servent pour le raccordement des abonnés à Internet. Ce mobilier urbain n'existe pas pour la plupart des citoyens, qui n'ont pas de raisons particulières de s'en occuper (ces objets sont donc

13. openstreetmap.org. Carte collaborative, entièrement renseignée à partir de données publiques (cadastre...) et de contributions bénévoles.

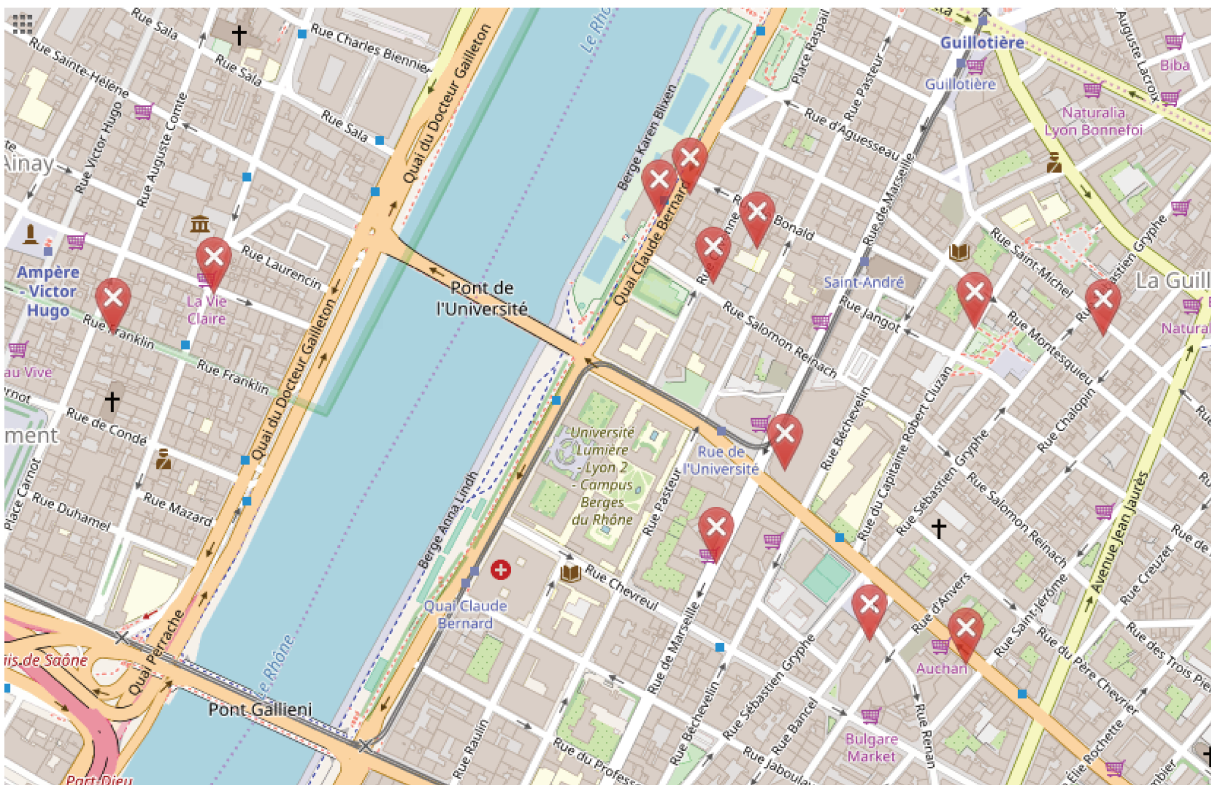


FIGURE 1.3 – Extrait de la carte OpenStreetMap de Lyon, avec affichage des « notes de carte » que se laissent les contributeurs pour indiquer des éléments à corriger. © les contributeurs d’OpenStreetMap.

relégués dans l’infra-ordinaire). En les cartographiant, le contributeur à OpenStreetMap peut prendre conscience de la présence de cette infrastructure autour de lui. Dans le cas d’une carte traditionnelle, elle change le regard sur la ville en permettant à son propriétaire d’adopter un point de vue surplombant, omniscient, qui peut être mis à profit pour planifier le développement futur de la ville mais aussi en contrôler la population.

C’est pour cela que la carte donne une prise sur le territoire : cet enrichissement du regard se révèle utile pour nous orienter mais aussi pour contrôler l’espace. Le cas de la carte nous permet d’entrevoir en quoi la représentation de la ville peut être un enjeu de pouvoir.

La carte postale : « la production d’un regard »

Cet enjeu de pouvoir peut également être repéré dans des objets vernaculaires, comme la carte postale. Cette dernière cristallise un autre type d’enjeu, qui est celui de l’influence que peut avoir un territoire *via* la promotion de son image.

L'image de la ville, est, et depuis longtemps, indissociable de ce que nous appellerions l'image de marque aujourd'hui. Les vues de villes avaient aussi pour but de mettre en avant la ville. Le regard qu'on propose alors est forcément sélectif : on va montrer les belles demeures et les églises, et passer sous silence les quartiers moins agréables à l'œil.

Nous considérons la vue de ville comme une représentation de la ville où un point de vue est assumé : même si la vue rassemble, dans une seule image, des éléments phares qui permettent de reconnaître la ville, elle est forcément partielle. Elle a un but de monstration, voire de promotion. Ces vues peuvent par exemples être éditées dans des guides ou dans des ouvrages monographiques. L'idée est donc de donner un aperçu, d'inviter au voyage.

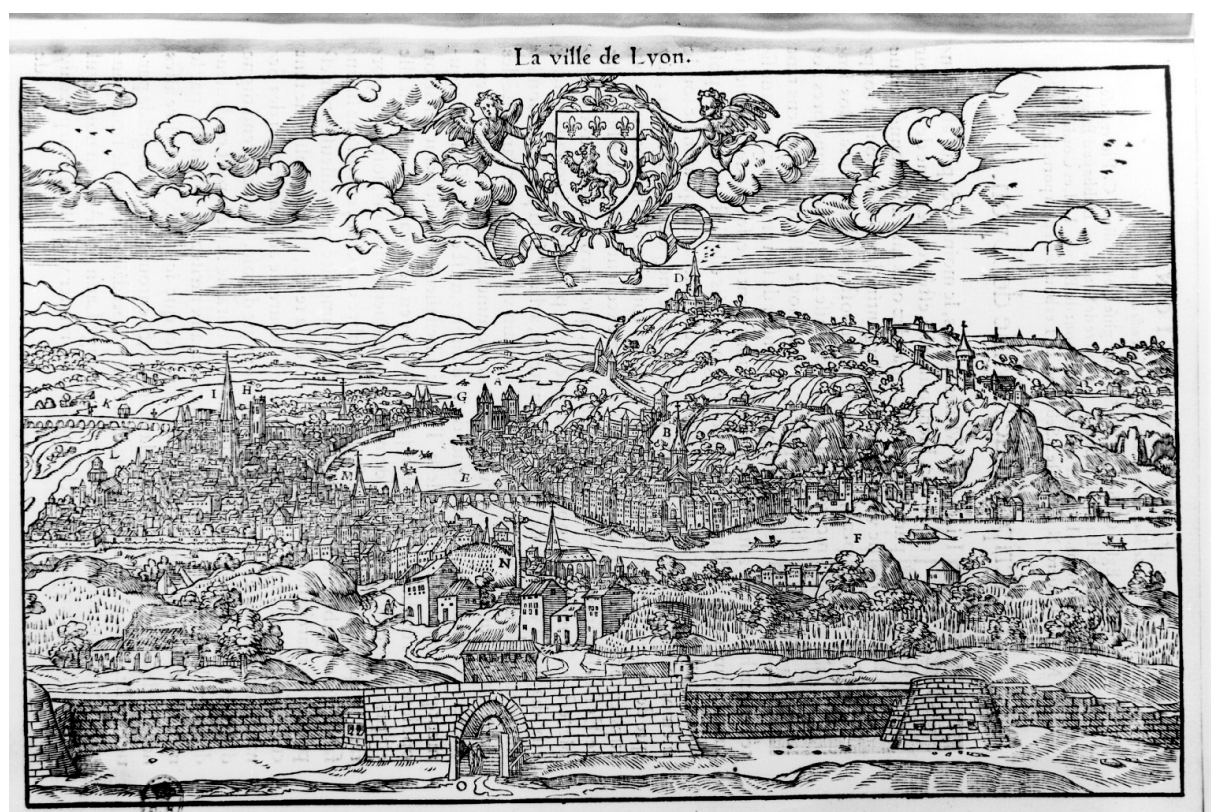
La vue de Lyon (figure 1.4) décrite par Estelle LEUTRAT [LEUTRAT, 2006], une gravure de 1553, dans *L'Epitome de la Corographie d'Europe*, un ouvrage cosmographique dont l'ambition originelle était de décrire toutes les villes d'Europe, est une vue de Lyon dans toute sa gloire : sa puissance militaire, économique, et religieuse, est mise en avant.

On observe que ces vues ne présentent pas forcément des images du bâti : mais aussi des marchés, des événements, des photos de gens à la terrasse de cafés. . .

« La récente restructuration et la mise en scène des espaces publics à des fins récréatives dans les grandes villes témoignent des modifications qui ont transformé temps de travail et de loisirs, mobilités et sédentarité. Lieux de vie, d'événement, d'expression de l'identité et de l'ambiance, voire de "l'âme" d'un système urbain, parfois véritables agoras ou au contraire simples voies de cheminement, de passage, les places, rues, parvis, points de repère créent dans les villes des endroits privilégiés et libres d'accès où se mêlent l'habitant et le voyageur. » [VLÈS, 2011]

La promotion des territoires par l'image a trouvé, avec l'apparition de la carte postale à la fin du XIX^e siècle, un support de choix. En effet, le couplage entre une image du territoire (le recto de la carte postale) et un moyen de communication accessible (le dos de la carte postale) a permis une circulation efficace d'image mettant en valeur les territoires. La carte postale, qui constitue un des premiers médiums de circulation et de reproduction à l'échelle industrielle d'images, a très certainement contribué à former l'arrière-plan de nos représentations de la ville.

Apparue à la fin du XIX^e siècle – DE LEMOS MARTINS, OLIVEIRA et DA LUZ CORREIA [2011] mentionnent que la première carte postale aurait circulé en Autriche en 1869 – elle va connaître, en raison de son caractère économique (c'était un moyen de communication bon marché, en tout cas en Angleterre dans la période édouardienne selon GILLEN et N. HALL [2010]), un rapide essor et va s'imposer au cours du XX^e siècle dans



Source gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France

FIGURE 1.4 – Guillaume Guérault, « Vue de Lyon » in *Epitome de la corographie d'Europe, illustré des pourtraictz des villes les plus renommées d'icelle*, 1553. Source gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France.

la correspondance privée.

Si l'article de DE LEMOS MARTINS *et al.* fait mention d'un « âge d'or » de la carte postale entre 1900 et 1920 (c'est tout à fait notable en Angleterre, cf. l'étude de GILLEN et N. HALL [2010]), MARESCA, qui n'a pas oublié la carte postale dans son étude sur l'introduction de la photographie dans la vie quotidienne, remarque, de son côté, une introduction beaucoup plus lente de ce mode de communication dans les foyers français.

« Si nous nous intéressons à présent à la circulation des cartes postales (écriture et réception), et mis à part l'épisode exceptionnel de la Première guerre mondiale, nous constatons qu'elle concernait encore relativement peu de personnes avant 1939. Elle supposait en effet une culture lettrée, des relations en dehors du lieu de résidence ou encore l'habitude de se déplacer. [...] Pour une bonne partie de la population, la découverte des cartes postales semble dater d'après la Libération. Elle survient lors des premiers déplacements, du voyage de noces ou des premières vacances. » [MARESCA, 2004]

Outre son prix, donc, la carte postale doit son essor, dans l'Angleterre du début du



FIGURE 1.5 – *Lyon illustré. 71. Le pont du palais de justice et coteau de Fourvière.* M. F. Années 1920. Collection Fonds Bry, tous droits réservés. Source : Médiathèque de la Communauté Urbaine d'Alençon. <https://bibliotheque-numerique-patrimoniaire.cu-alencon.fr/idurl/1/4202> (consultée le 20/10/2021).

XX^e siècle, à deux éléments : d'une part, la grande efficacité de la Poste britannique alors –GILLEN et N. HALL [2010] expliquent qu'il pouvait y avoir jusqu'à six distributions de courrier dans la même journée !

« Multiple daily deliveries in some centres meant that multimodal communications could be exchanged more rapidly than ever before. The postal service was so efficient that up to six deliveries a day were being made in major cities. For the first time in British history there was a literacy-related object that did not demand too much writing or reading, could be posted extremely cheaply, in which a significant part of the overall message could be conveyed by a printed picture and in its relative informality was ideally suited to vernacular writing. The consequence was the use of the postcards by most sectors of society for a great range of purposes.¹⁴ » [ibid.]

14. Traduction (par nos soins) : « Grâce aux multiples livraisons quotidiennes dans certains centres, les communications multimodales peuvent être échangées plus rapidement que jamais auparavant. Le service postal est si efficace que jusqu'à six livraisons par jour sont effectuées dans les grandes villes. Pour la première fois dans l'histoire britannique, il existait un objet lié à l'alphabétisation qui n'exigeait pas trop d'écriture ou de lecture, qui pouvait être posté à un prix extrêmement bas, dans lequel une partie importante du message global pouvait être transmise par une image imprimée et qui, par sa relative informalité, convenait parfaitement à l'écriture vernaculaire. En conséquence, les cartes postales

D'autre part, il y a donc ce couplage entre une reproduction industrielle d'image et un support d'écriture. Une carte postale est destinée à être envoyée, depuis un endroit que l'on visite, à une autre personne pour lui signifier qu'on pense à elle. C'est par essence un objet destiné à faire circuler une communication, et cela se retrouve dans la forme même de l'objet : au dos de la carte postale, on retrouve les lignes pour écrire l'adresse du destinataire et le carré pour le timbre. D'ailleurs, ce qui fait décoller l'usage de la carte postale, c'est l'apparition de ce côté illustré :

« The early postcards were preprinted, rigidly sized and pre-stamped ; the whole of one side had to be taken up by the address and the other side could only contain the message. In the late 1890s this began to change and in 1902 one whole side was allowed to be taken up with an illustration and half of the other side was used for the message. Within 2 years postcard sending rose dramatically, reaching almost a billion cards a year at the end of the Edwardian period. ¹⁵ » [GILLEN et N. HALL, 2010]

Son introduction plus tardive en France n'a pas empêché la carte postale de s'imposer comme un mode de communication privilégié, notamment, comme MARESCA le note, pendant les voyages. Un mode de communication qui semble, selon les recherches de DE LEMOS MARTINS, OLIVEIRA et DA LUZ CORREIA [2011], même connaître un renouveau :

« Malaurie, ainsi qu'Hossard considèrent que de 1975 à nos jours, nous vivons le deuxième âge d'or de ce morceau de papier cartonné. Les articles de la presse internationale parus récemment sur ce sujet, en révélant certaines données statistiques sur la production, la consommation et l'utilisation des cartes postales dans l'actualité, confirment ce renouveau de la carte postale. » [ibid.]

Nous pourrions tout à fait arguer que la carte postale est un des premiers avatars de l'industrialisation des formes d'écrire : nous avons une image, reproduite de manière industrielle, qui n'est que choisie, dans un éventail restreint, par l'expéditeur. L'espace dans lequel il faut écrire est restreint, et déjà pré-délimité par des lignes imprimées au dos de la carte. Si la recherche montre des exemples de braconnage, le système peut déjà être lu ainsi.

Mais ce qui nous intéresse davantage ici, c'est cet aspect :

« au recto de la carte postale, il y a la production d'un regard. Il s'agit d'un phénomène culturel, aussi bien qu'un instrument de promotion touristique, un instrument de publicité

ont été utilisées par la plupart des secteurs de la société à des fins très diverses. »

15. Traduction (par nos soins) : « Les premières cartes postales étaient préimprimées, de taille rigide et préaffranchies ; la totalité d'un côté devait être occupée par l'adresse et l'autre côté ne pouvait contenir que le message. À la fin des années 1890, les choses ont commencé à changer et, en 1902, un côté entier pouvait être occupé par une illustration et la moitié de l'autre côté était utilisée pour le message. En l'espace de deux ans, l'envoi de cartes postales a augmenté de façon spectaculaire, atteignant presque un milliard de cartes par an à la fin de la période édouardienne. »

ou même de propagande politique, qui a accompagné la transformation de la société rurale en société urbaine. » [ibid.]

L'enjeu autour de l'émergence de la carte postale est donc double : d'une part, l'image du territoire entre en contact avec des public très divers. La carte postale, mobilisée dans le cadre du tourisme, communique aussi un message injonctif, qui fait l'objet de l'analyse de URRY et LARSEN [URRY et LARSEN, 2019] : « je suis dans un lieu "à voir" ! ». En ce sens, elle participe à la promotion du territoire. Mais ce medium fait plus que promouvoir : la grande popularité des images et leur production standardisée produit un regard, une manière de représenter la ville particulière. C'est déjà un avatar de ce que nous avons appelé l'industrialisation du regard.

Le marketing et le cadrage du regard

Il existe une autre manière de configurer le regard sur territoire : toutes les images produites dans le cadre ce qu'on peut appeler le « marketing territorial » : les villes, pour attirer des visiteurs, doivent continuellement susciter et entretenir le désir. En sus de la création de véritables marques (*OnlyLyon, I Amsterdam...*), cela passe par la production de documents divers mettant en valeur la ville, son patrimoine, etc. : les plaquettes, cartes postales, cartes et dépliants que l'on vient récolter à l'office du tourisme pour planifier son séjour. Avec ces éléments, c'est une communication contrôlée qui circule : des professionnels fabriquent et choisissent avec soin les images de tel spectacle, de tel bâtiment, pour que la ville apparaisse sous son meilleur jour.

« Le marketing territorial est devenu maître dans l'art de vendre ses services aux collectivités territoriales, qui ont bien compris que dans une "économie d'opinion" (Orléan, 1999), il fallait exister avant tout par sa réputation, et que les médias étaient les vecteurs clés pour la révélation de la valeur de leur territoire. La question n'est plus tant celle de la ville en tant que cadre bâti, mais celle de la ville en tant qu'image de ce cadre bâti, image qui doit circuler : elle est mise en scène. La question n'est plus tant celle de la ville en tant qu'elle est peuplée d'habitants, mais celle de ce qui peut singulariser ces habitants, tout au moins quelques-uns d'entre eux, pour "faire la différence". Car l'événement n'est que secondairement adressé à ces habitants en chair et en os : la bataille se déroule entre images concurrentes, images des autres villes, images présentes dans l'esprit des investisseurs, des décideurs de tous types que l'on cherche à influencer. Les habitants ne sont alors plus des acteurs de leur vie, mais plus souvent des figurants d'une opération entre institutions et entreprises. » [BOULLIER, 2010]

La documentation croissante de la pratique des espaces urbains sur les médias sociaux vient bousculer cette documentation méticuleuse de la ville comme un espace désirable, offerte à la déambulation des touristes. Sur ces plateformes, les images du

photographe accrédité par la municipalité cohabitent avec les *selfies* des touristes, les instantanés du quotidien des habitants. . . Toute une somme d'images qu'il n'est pas possible de contrôler, d'autant plus que l'intention derrière chaque geste documentant varie : on photographie la ville pour la mettre en valeur, mais aussi pour se souvenir d'un moment passé avec des amis, pour indiquer un dysfonctionnement, ou pour discuter. GUNTHERT [2017] explique en effet que l'une des fonctions sociales majeures occupées par l'image sur les médias sociaux aujourd'hui, c'est d'être « conversationnelle », autrement dit de constituer un médium alternatif à l'écrit pour communiquer avec autrui.

Les municipalités se sont adaptées à cette situation de cohabitation forcée avec habitants et touristes dans un même espace médiatique. Elles peuvent d'ailleurs tourner cela à leur avantage en encourageant, par exemple, au moyen de concours, la production d'images destinées à la promotion de la ville. Les images issues de ces concours sont donc à voir non pas comme des productions spontanées d'habitats, mais comme le résultat d'une négociation entre le désir de l'habitant de représenter quelque chose et ce qui ne se fait pas, ce qui ne sera pas retenu par la ville comme une « bonne » photo.

Les jeux d'acteurs sont complexes : il n'y a pas, d'un côté la ville qui fabriquerait des images à sa guise et des habitants qui présenteraient une image plus « réelle ». Les habitants et les passants participent aussi au façonnement d'une image désirable. En effet, la communication sur son environnement relève aussi de la présentation de soi : en parlant de l'endroit où il vit, en le rendant désirable, l'habitant rend aussi désirable son style de vie –et donc, se valorise, par extension.

Aujourd'hui « l'image de la ville » est le résultat d'interactions complexes entre les médias locaux, les habitants et les stratégies de communication publiques et municipales. La parole des habitants est aussi un moyen puissant de communication que les villes essaient de mettre à leur service.

L'image de la ville semble finalement constituer un ensemble dynamique. Les différentes représentations que l'on se fait de la ville s'agencent entre elles : la manière dont la ville est conçue est déjà chargée en représentations sociales et en projections sur ce que la ville doit montrer ; la manière dont la photographie est un savant mélange entre documentation et monstration de soi.

1.2.2 L'industrie du tourisme : montrer la ville sous son meilleur jour, fabriquer le typique

Lorsqu'on étudie un événement d'envergure comme la Fête des Lumières, qui attire chaque année des milliers de personnes, porter attention aux dynamiques communicationnelles spécifiques au tourisme est inévitable.

En effet, s'intéresser à un événement touristique demande de prendre en compte les situations de communication très spécifiques liées à cette activité. D'abord, on observe une population qui se rend sur un territoire qui lui est étranger pour le visiter ; ce qui implique une relation au territoire différente de l'habitation par exemple. Cette pratique est configurée par de nombreuses médiations, à commencer par le guide touristique, qui oriente le regard vers ce qui est digne d'être visité ou non. Elle suppose aussi l'organisation d'une communication spécifique sur le territoire : fléchages, affiches, dispositifs d'information aux abords des monuments historique, etc.

Le tourisme est enfin une pratique configurée par les discours médiatiques, comme l'expliquent URRY et LARSEN :

« Tourist sites proliferate across the globe as tourism has become massively mediated, while everyday sites of activity get redesigned in 'tourist' mode, as with many themed environments. Mobility is increasingly central to the identities of many young people, to those who are members of diasporas and to relatively wealthy retired people who can live on the move or spend much time in their cottage or holiday flat (Urry, 2007).¹⁶ » [URRY et LARSEN, 2019]

Le tourisme se développe notamment grâce à la médiatisation dont il fait l'objet, comme le remarquent les auteurs. Si bien que cette activité représente un apport non négligeable pour l'économie d'un territoire, en faisant travailler hôtellerie, restauration, et autres services. L'enjeu de présenter la ville sous son meilleur jour, que ce soit dans la communication à destination des futurs touristes (pour les attirer sur les lieux), ou dans l'organisation de l'espace (« circuits » touristiques, par exemple) est donc très important.

16. Traduction (par nos soins et avec l'aide de DeepL) : « Les sites touristiques prolifèrent à travers le monde car le tourisme est devenu massivement médiatisé, tandis que les sites d'activités quotidiennes sont réaménagés en mode "touristique", comme c'est le cas pour de nombreux environnements à thème. La mobilité est de plus en plus au cœur de l'identité de nombreux jeunes, des membres des diasporas et des retraités relativement aisés qui peuvent vivre en déplacement ou passer beaucoup de temps dans leur maison ou leur appartement de vacances. »

Le touriste, un usager de la ville au regard particulier

Le tourisme a également participé, dans sa progressive massification, à cette *industrialisation du regard*, en se structurant autour de formes médiatiques qui orientent le regard et nourrissent les attentes.

Le guide touristique, pour commencer, a entamé un partage de ce qui mérite ou pas d'être vu : Paris se réduit soudain à Montmartre, la Tour Eiffel, l'Île de la Cité. Ainsi :

« La fonction documentaire et utilitaire du guide touristique permet au voyageur d'organiser son séjour sur le plan pratique, de s'équiper d'un ensemble d'adresses, d'informations actualisées, de mises en perspective qui l'aident à mieux comprendre sa destination, ses pratiques culturelles, son histoire, etc. Par nature, le guide touristique est prescriptif en ce qu'il propose un ensemble de références, de conduites à tenir, d'itinéraires à reproduire et à adapter aux envies de chaque voyageur. » [DESEILLIGNY, 2014]

En orientant le regard avant même que le voyageur ait posé un pied sur le territoire à visiter, le guide touristique façonne ses attentes. Il lui propose même, grâce aux cartes, des parcours dans la ville. Yves JEANNERET revient la manière dont le guide configure une promesse dans sa *Critique de la trivialité* [JEANNERET, 2014, p.70]. Il remarque d'ailleurs que le guide prescrit, mais s'adapte aussi à son lecteur –ou du moins la figuration qui en est faite par l'auteur, en adjoignant des conseils qui varient selon les époques :

« les guides du début du XX^e siècle étaient remplis d'indications sur les précautions à prendre et les modalités d'hygiène du voyageur, alors que les guides plus récents accordent une place déterminante aux lieux de fête nocturnes et aux conditions pour faire des rencontres. » [ibid., p.116]

Les lieux « à voir » et les choses « à faire » changent donc avec le temps, et au gré des attentes des éditeurs et des voyageurs, mais la logique de production d'un regard est déjà présente : les guides sont des productions éditoriales très populaires, dont la structure est fortement codifiée ; ils façonnent ainsi les attentes et les parcours de milliers de personnes.

Hécate VERGOPOULOS, analyse avec Emilie FLON des guides touristiques contemporains, même qualifiés d'« innovants », comme le *Lonely Planet*. Elles remarquent que : « [L]'expérience touristique, qui peut aller jusqu'à prendre la forme d'une expérimentation, se situe, non plus sur le plan de ce qui a déjà été vécu, mais sur celui de la promesse de ce qu'il reste à accomplir » [VERGOPOULOS et FLON, 2012]. Il s'agit bien de projeter le visiteur dans une anticipation du voyage.

Plus qu'une anticipation du voyage, elles notent que dans ces guides « c'est un certain regard qui se construit sur l'Autre et son territoire autre. ». C'est l'objet de la recherche de John URRY et Jonas LARSEN, dans *THE TOURIST GAZE*. Nous avons déjà

remarqué (p.38) la manière dont les touristes se muaient en « sémioticiens » en prenant toute chose qu'ils découvraient sur le territoire qu'ils visitent comme un signe (deux amoureux sur un banc parisien devenant alors le signe du romantisme attribué à la Capitale par moult guides.)

Mais URRY et LARSEN [2019] vont plus loin en faisant la théorie d'un « regard touristique » (« *tourist gaze* »). Dans leur ouvrage, ils identifient une manière de regarder spécifique au tourisme, à la croisée entre interprétation d'un lieu inconnu et expérience façonnée par tout un système médiatique (auquel participent les guides, mais aussi les blogs de récits de voyage, les sites spécialisés, les cartes postales...) où les lieux touristiques sont produits comme tels.

« Media cultures also create desires for tourism, novel destinations and for new forms of mediated gazing, what in Chapter 1 we called 'mediatised gazing'. There are complex intersections between these different modes of virtual, imaginative and corporeal travelling that are increasingly de-differentiated from one another. The tourist gaze is increasingly media-mediated. In postmodernity, tourists are constantly folded into a world of texts and images – books, magazines, paintings, postcards, ads, soap operas, movies, video games, music videos and so on – when gazing in and upon places.¹⁷ » [ibid., p.130]

La force de cette analyse réside selon nous dans la manière dont les objets évidents du tourisme (comme les guides ou les cartes postales) mais aussi les formes culturelles plus modestes comme les publicités ou les magazines sont pris en compte. Cela permet de se déplacer du modèle de la prescription, qui suggérerait un modèle un peu simpliste où les touristes eux-mêmes sont dépossédés de leur pouvoir d'agir en étant réduit au rôle de récipiendaires passifs d'une prescription) vers une attention à finalement à ce qui fait la *trivialité* du tourisme. Le regard n'est pas formé, éduqué simplement par des prescriptions mais aussi par le contact avec des objets culturels divers, qui sont aussi réinterprétés. Le touriste a toute sa part dans la production de son regard.

Vers la standardisation des espaces urbains sur les sites touristiques

Dans le travail de VERGOPOULOS et FLON [2012], nous avons remarqué que les guides touristiques opéraient un déplacement, incarné notamment par le « tourisme

17. Traduction (par nos soins, avec l'aide de Deepl) : « Les cultures médiatiques suscitent également des désirs de tourisme, de destinations nouvelles et de nouvelles formes de regard médiatisé, ce que nous avons appelé au chapitre 1 le "regard médiatisé". Il existe des intersections complexes entre ces différents modes de voyages virtuels, imaginatifs et corporels qui sont de plus en plus dissociés les uns des autres. Le regard du touriste est de plus en plus médiatisé. Dans la postmodernité, les touristes sont constamment plongés dans un monde de textes et d'images - livres, magazines, peintures, cartes postales, publicités, feuillets, films, jeux vidéo, clips vidéo, etc. »

expérimental », dans leur manière de former le regard, vers « l'expérience » touristique. Les guides « innovants » supposent un lecteur qui ne cherche plus à voir des lieux particuliers ou à découvrir une culture mais à vivre une « expérience ». Ainsi, il peut faire du tourisme dans sa propre ville.

Il se trouve que les nouveaux sites spécialisés autour de la pratique touristiques, comme *Tripadvisor*, qui permet de planifier son voyage et de réserver hôtels, restaurants et activités, ou *Airbnb* qui a rendu populaire l'hébergement chez l'habitant, semblent avoir subi le même déplacement.

Ces sites ont certainement renouvelé les pratiques du tourisme, avec notamment la popularisation de l'hébergement chez l'habitant : voir la ville depuis un hôtel et voir la ville depuis la fenêtre de la cuisine d'un appartement, ce n'est pas tout à fait la même chose, mais aussi l'émergence d'une recommandation qui n'est pas prise en charge par des auteurs identifiés comme c'est le cas des guides : ce sont des algorithmes de recommandation [POIROUX, 2021] qui proposent des destinations et des choses à voir ou à faire.

Cela a changé l'éventail des points de vue et des circuits disponibles, mais il ne faut pas oublier la manière dont ces plateformes cadrent tout autant que les guides les attentes des voyageurs. Par exemple, sur *Tripadvisor*, les villes sont bien identifiées par des attributs particuliers (comme des bâtiments emblématiques), mais le point de vue qui caractérise les photographies est le même : c'est la même manière de voir la ville, et donc de cadrer l'expérience touristique. Cet effet est accentué par les architextes, qui fournissent un cadre techno-sémiotique identique à chaque ville.

Ceci de telle façon que les villes apparaissent comme presque interchangeable. En regardant attentivement les nouvelles interfaces d'*Airbnb*, nous retrouvons le cadrage autour de « l'expérience » remarqué par VERGOPOULOS et FLON : le lieu qui lui sert d'écran à cette expérience semble anecdotique.

Ainsi l'industrialisation des moyens d'écrire, que l'on remarque bien avec la présence de modèles prêts à remplir, mais aussi d'éléments « discrétisés » participe à cette uniformisation des vues de la ville dans le cadre du tourisme.

Une standardisation sensible dans l'aménagement urbain

Cela nous amène à nous demander si le paysage de la ville est lui-même influencé par ces médiations, ces cadrages.

Pour aborder cela, rappelons d'abord que le tourisme de masse est une invention récente et que l'interaction entre la production d'un lieu comme lieu touristique et son paysage n'a pas attendu *Tripadvisor*. Le tourisme dans la forme que nous lui

connaissions aujourd'hui ne date que du XIX^e siècle. L'idée du pittoresque, du typique, semble venir de là :

« Au XIX^e siècle, la noblesse provinciale française, qui a perdu ses privilèges pendant la Révolution, veut renouer avec la mémoire familiale et avec les territoires auxquels elle s'identifie. À partir de 1820, les voyageurs ne dépassent plus que rarement les frontières de leur pays : ils recherchent un passé national oublié. Le pittoresque se transforme en patrimoine [Becker-Jeanjean, 1999]. Les notables – aristocrates, propriétaires et érudits – affirment alors une identité provinciale [Guillemin, 1982] que l'on peut considérer comme l'un des fondements du tourisme. » [COUSIN et RÉAU, 2016]

C'est un regard très particulier qui se construit alors : celui d'une classe sociale aisée qui cherche à profiter de quelque chose qu'elle idéalise sans doute ; le « pittoresque », de ce point de vue, est une manière de caractériser positivement des territoires moins bien dotés économiquement.

Il est intéressant de noter que l'émergence de ce regard touristique particulier, qui comme nous l'avons vu est structuré par un ensemble de médiations a eu un impact direct sur le paysage. La catégorie du « pittoresque » est par exemple utile pour comprendre les choix d'aménagements de certaines stations de ski, qui vont imiter le style architectural des chalets de la région.

COUSIN et RÉAU [ibid.] soulignent aussi le rôle de l'état dans l'aménagement du territoire (et donc la transformation du paysage) en faveur du tourisme, avec l'exemple de la structuration du littoral atlantique avec plusieurs plans d'urbanisme dans les années 1960.

Des changements dans la forme de la ville, à la faveur du tourisme de masse, parfois colossaux, ont également été remarqués : on pense aux ambitieux plans entrepris par Barcelone, qui est. Cela ne se font pas sans heurts pour la population locale, qui sent bien que ces nouveaux espaces ne sont pas faits pour elle. Ces aménagements ont en effet pour conséquence la standardisation des paysages. Toutes les villes tendent, comme le fait remarquer VLÈS, à se ressembler :

« L'urbaniste a offert souvent au tourisme de masse et à ses grandes migrations des destinations banalisées, aux différences gommées ; les places, les rues des villes et des stations sont ainsi devenues stéréotypées et ont été insérées dans un mode de consommation uniformisé, bâti autour d'avenues ou de dalles dans lesquelles s'imbriquent des centres commerciaux » [VLÈS, 2011]

Nous pouvons ici revenir au pittoresque et au *typique* : le quartier typique, la construction typique. Nicolas NAVARRO explique comment la stratégie de communication de la ville d'Annecy s'inscrit dans la forme même de la ville et les éléments sémiotiques qu'elle présente. En effet, Annecy apparaît comme une

« ville qui transcende les simples particularismes locaux pour devenir l'archétype de la ville savoyarde. Pas de déception possible, la stratégie marketing touristique fait en sorte que le

touriste retrouve les signes nécessaires à la reconnaissance du discours correspondant à ses attentes supposées : restaurants de fondues et de raclettes, décorations intérieures de commerces dignes des chalets alpins, architecture traditionnelle aux couleurs sardes. . . »
[NAVARRO, 2017]

Cette archétypisation des villes touristiques, d'une part met en avant les particularismes, et d'autre part, semble renvoyer à ce qu'une ville en soi doit constituer comme signes : c'est ainsi que toutes les villes semblent se ressembler dans les présentations en ligne qui sont faites d'elles.

Ce parcours rapide dans l'aménagement urbain nous permet de comprendre que l'image de la ville, c'est également la ville désirée, fantasmée par les touristes, mais également standardisée par une activité maintenant devenue une véritable industrie.

1.2.3 Mettre la ville en scène : l'urbanisme comme travail de cadrage du regard

Nous pouvons approfondir cette réflexion sur le rôle des cadrages du regard dans la planification urbaine en nous attardant sur ceux dont le métier est de fabriquer et de mettre en scène la ville. Effet, la ville est un espace traversé par une pensée, celle des architectes et des urbanistes, qui ont la charge de mettre l'espace en forme ; celle des professionnels du tourisme, à qui incombe la promotion de cet espace, celle des spécialistes du politique, qui organisent l'espace pour signifier et renforcer le pouvoir. L'espace urbain est par définition signifiant, et construit comme tel.

Faire la ville : façonner un espace désirable

Le vieux Paris n'est plus (la forme d'une ville
Change plus vite, hélas ! que le cœur d'un mortel) ; »

— Charles Baudelaire, *Le cygne*

Ces vers de Baudelaire nous rappellent à quel point la ville est un espace construit, et donc susceptible de changer au cours du temps. Et de fait, nos espaces urbains contemporains sont continuellement en chantier : réfection de la voirie, construction de nouveaux équipements...

Les changements réguliers de la forme de la ville impliquent l'intervention régulière de ceux qui font la ville. Ces derniers la façonnent selon des représentations sociales particulières également.

Ces derniers peuvent être animés de la volonté de créer un espace désirable. Il s'agit, comme pour les représentations de la ville elle-même, que nous avons étudiée au chapitre 1, d'augmenter le rayonnement économique et culturel de la ville, d'attirer des touristes. mais plus concrètement pour les architectes et les urbanistes de rendre les espaces bâtis plus agréables à habiter.

En effet, d'après VLÈS [2011], « les villes concentrent la plus forte consommation touristique en France (40 %), estimée à près de 25 milliards d'euros, dont 60 % sont le fait de touristes étrangers, en partie fondée sur ces nouvelles vitrines marchandes ». Les villes ont tout intérêt à faire venir des touristes sur leur territoire.

VLÈS dessine deux types de stratégie d'aménagement urbain : ou ce qu'il appelle une logique de récit, ou une réduction des éléments particuliers à la faveur du tourisme de masse. Les deux visent une forme de désirabilité de la ville, puisqu'ils cherchent à attirer des touristes. Mais dans l'une, l'aménagement urbanistique est fait en relation avec le tissu urbain, et signifie quelque chose, dans l'autre, il s'agit de standardiser au maximum le paysage urbain, suivant la logique du tourisme de masse : enseignes commerciales, aménagement urbain sans originalité, etc.

L'image de la ville, une représentation politique

Pur aborder la manière dont la désirabilité de la ville peut être un enjeu dans l'aménagement urbain, nous pouvons nous intéresser au travail de Camillo SITTE. Ce dernier est intéressant, parce qu'il combine d'emblée deux éléments, les tableaux successifs qui doivent fournir une bonne impression au flâneur, et la dimension symbolique de ces derniers, puisqu'il est aussi important que les places évoquent des symboles –notamment du pouvoir– de manière claire. « [Que] ce soit dans les célèbres vedute italiennes ou les plans-portraits, la ville est représentée graphiquement d'une manière qui associe toujours un certain réalisme géographique à des éléments purement symboliques » indique ORILLARD.

Si finalement cette vision semble minoritaire dans la pensée de l'urbanisme, une résurgence de ce besoin de dresser des « tableaux » avec les modélisations 3D produites pour faire la promotion des projets de renouvellement urbain. Mais dans ce cas, il s'agit moins de faire ressurgir le « typique » que projeter l'habitant dans une vision d'un futur fantasmé, utopique. Ainsi, Isabelle Grudet [GRUDET, 2010] remarque que les « images intermédiaires » produites autour du projet urbain de Lyon - Confluence « sont construites sur les mêmes thèmes que celles des années 1970 vantant la vie dans les villes nouvelles (mise en avant de l'espace, des loisirs, de lieux destinés aux enfants), sinon que, grâce à la situation du site à proximité du centre historique de

Lyon et à la diversité des modes de transports, on peut promouvoir un mode de vie urbain ».

La photographie de l'espace urbain apparaît alors comme un discours, où l'on montre ce dans quoi l'habitant va pouvoir projeter son désir. Ces images ont pour unique but de projeter l'habitant dans ce que Françoise CHOAY appelle le mythe qui entoure l'urbanisme. Projeter l'habitant dans une idée du « bien vivre », du futur désirable...qui souvent provoque de fortes déceptions une fois que le projet est terminé.

« La dimension sémiotique des espaces urbains illustre ainsi un processus de singularisation dans une volonté tant de différenciation territoriale – où Annecy n'est pas Chambéry – que de renforcement de l'identité et du sentiment d'appartenance de la population. »

[NAVARRO, 2017]

L'influence du tourisme sur la planification urbaine

Comme l'indique VLÈS, il y a un angle mort dans le travail de LYNCH : il ne pense la ville que dans une optique de planification urbaine, pour faciliter la vie des résidents. Il n'y a pas d'analyse de la ville du point de vue touristique. Or, le tourisme implique une autre manière de « lire » la ville. Le touriste ne parcourt pas la ville dans le même but que l'habitant. Il est, d'après le *Trésor de la Langue Française* celui qui « voyage pour son plaisir, pour se détendre, s'enrichir, se cultiver », ce qui est une focale toute autre que celle du résident. Le point de vue est hédoniste. Il ne circule pas, il s'arrête. Il ne prend pas la voiture, il déambule. Et, comme le remarque d'ailleurs NAVARRO [ibid.], il est aujourd'hui valorisé par l'aménagement urbain dans cette approche.

Le touriste se rend dans une autre ville, parfois, à la faveur d'une occasion : une manifestation culturelle, par exemple. Nombreuses sont les manifestations qui en font un argument : les Francofolies de La Rochelle, la biennale de Saint-Etienne, la Fête des Lumières de Lyon...d'opportuns partenariats avec la SNCF provoquent l'occasion, en permettant aux touristes de profiter de tarifs avantageux pour rallier la ville.

Cette pratique hédoniste de la ville, qu'elle soit ou non « événementialisée » par une manifestation culturelle, met en jeu des personnes qui ne sont pas des usagers au long cours de l'espace urbain : les touristes, par définition, ne restent sur le territoire qu'un temps défini et relativement court. Ils ne peuvent donc pas interpréter la ville comme un espace qui « baigne dans les souvenirs et les significations ». Pourtant, c'est très important que la ville soit « lisible » pour eux. Pour, et c'est là que LYNCH reste pertinent, que l'image qu'ils en gardent soit agréable.

Ce qui nous intéresse ici, c'est comment le regard touristique, très particulier, a une influence sur la forme de la ville. Il y a en effet ce paradoxe entre l'usage très court qui

est fait de l'espace et l'influence que le tourisme peut avoir dans la manière dont la ville est faite.

Mais d'autres éléments rentrent en compte dans cette articulation fabrication de la ville / image de la ville. Le tourisme, activité assez récente du point de vue de l'histoire, a eu une influence certaine sur la manière dont les espaces urbains étaient conçus. On a déplacé la finalité de cette conception de l'habitat à la circulation de populations externes venues admirer les lieux. En ce sens, on retrouve les « tableaux » de SITTE. Mais il y a plus : on a aussi déplacé de nombreux éléments symboliques liés à la ville. Ainsi :

« [la] mise en valeur des lieux touristiques correspond à une forme d'urbanisation. À partir de la fin du XIX^e siècle, le tourisme a contribué à la diffusion d'un mode de vie et des habitudes de la bourgeoisie citadine. » [VIDAL, 2010]

La manière dont les bâtiments sont construits et même réhabilités semble elle aussi subir l'influence du regard touristique :

« Faut-il y voir une nouvelle doctrine des monuments historiques et s'attendre à contempler bientôt la place de la Concorde et la Madeleine en jaune poussin, permettant aux touristes de prendre même par mauvais temps des photos moins tristes que la pierre grise un peu noircie par les ans et les gaz d'échappement ? » [PANERAI, 2018]

Cette remarque, dont le ton semble volontairement provocateur, pointe ici l'importance de la photographie. Il ne s'agit pas seulement de produire un paysage qui conviendrait aux standards de la « ville touristique », mais surtout de produire un paysage joli sur les photographies que feront les touristes. Le choix de cette couleur en effet un peu incongrue pour un bâtiment historique apparaît d'autant plus étonnant qu'il procède de l'influence d'un regard qui n'est pas celui de l'architecte des bâtiments de France ou de l'historien de l'art. Il ne s'agit pas d'admirer un bâtiment historique, mais de faire des « photos moins tristes ».

L'impact de la photographie est à remarquer ici. C'est bien pour que les touristes prennent des photos moins tristes que le bâtiment est repeint en jaune poussin. VLÈS appelle cela l'« architecture de marketing » :

« À Barcelone comme ailleurs, ils sont le fait d'une architecture de marketing largement programmée dans les opérations de rénovation ou de requalification urbaines, soumises aux concepts réducteurs du quartier commercial des chaînes franchisées plutôt qu'à la recherche, par le voyageur, de lieux de convivialité, de sociabilité, d'échange culturel. » [VLÈS, 2011.]

Si VLÈS identifie ici avec acuité le danger d'uniformisation des changements opérés dans la forme de la ville dans le but de développer le tourisme, il oppose à cette standardisation les « lieux de convivialité, de sociabilité ; d'échange culturel ». C'est une autre manière de concevoir le tourisme.

Les cadrages du regard opérés par le tourisme se remarquent dans les aménagements spectaculaires, comme cette façade colorée, mais aussi dans la toponymie. Pour Nicolas NAVARRO, qui étudie la promesse touristique de la ville d'Annecy, la logique de séduction à destination des touristes se retrouve jusque dans la dénomination des lieux :

« On s'approche ici d'une autre fonction accordée au titre : la fonction séductive, qui doit « [dire] assez pour exciter la curiosité, et assez peu pour ne pas la saturer ». En proposant une dénomination conventionnelle – "vieux ville" ou "vieux Annecy" – facilement compréhensible par un public exogène, ces expressions ont pour effet de faire résonner, dans une volonté d'attractivité, un imaginaire touristique fondé sur les représentations sociales de la ville ancienne. » [NAVARRO, 2017]

Il existe donc toute une organisation, de la disposition des lieux aux photos publiées dans la presse, d'éléments pensés pour rendre plus désirables les villes : villes agréables à vivre pour celles et ceux qui voudraient s'y expatrier, villes « typiques », intéressantes à visiter, pour les touristes.

*
* *

Ce chapitre nous a appris en quoi l'image constituait un discours, un point de vue situé sur la ville. Mais l'image, nous l'avons vu également, configure la relation politique à la ville : par le tourisme (et notamment : la carte postale, la mise en scène de la ville), mais aussi des productions médiatiques comme la presse locale, ou encore les images qui projettent le futur de la ville : visualisation de la ville idéales, perspectives d'architectes...

Mais comment l'image peut-elle nous renseigner, au niveau individuel, sur la condition urbaine ?

1.3 La photo amateur pour saisir les regards individuels sur la ville et la condition urbaine : approche communicationnelle

Parmi toutes les représentations visuelles de la ville, nous nous focalisons dans le cadre de cette recherche sur la photographie en particulier. En effet, la photographie est essentiellement une question de *point de vue*, au sens premier du terme. Le cadrage et le choix des objets photographiés rendent compte de ce que le sujet photographiant voit depuis l'endroit où il est placé (depuis son point de vue). Ce sujet, c'est l'*operator*

chez BARTHES. Ce dernier distingue dans *La chambre claire* trois intentions dans la photographie : l'*operator* (le photographe), le *spectator* (celui qui regarde), le *spectrum* (ce qui est photographié, ce qui est l'objet de la photographie). Le regard du photographe est celui qui découpe dans le réel ce qui va devenir le *spectrum*. Opérer ce choix, c'est fondamentalement une question de point de vue.

La photographie oblige donc à poser la question du regard sur la ville, de la *vue* : si prendre une photographie de la ville, c'est d'abord vouloir *enregistrer* ce que le sujet voit, alors il est nécessaire d'interroger ce que c'est que regarder la ville, avant de s'intéresser au regard photographique en particulier.

À ce stade, nous n'avons étudié que la manière dont les représentations urbaines sont organisées, anticipées, selon des intentions différentes en fonction des acteurs. Mais il se trouve que ces représentations sont photographiques et que les photographies elles-mêmes sont des objets sociaux complexes.

On se souvient de la citation de DELEUZE, « percevoir, c'est soustraire de l'image ce qui ne nous intéresse pas » [DELEUZE, 2003]. La photographie permet d'opérer une seconde sélection dans l'image (en soustrayant, volontairement, des éléments qui avaient été perçus). C'est, de manière encore plus aiguë, un point de vue. Nous avons pu voir à quel point ce point de vue est engagé dans une pratique de la ville. Mais il y a plus : la photographie est aussi un moyen de faire lien avec d'autres, de s'investir dans un commun.

1.3.1 Un sujet engagé par son regard individuel sur la ville

Nous commencerons par nous pencher sur la fabrique de ce regard. En effet, regarder (et *a fortiori* regarder en photographe) nécessite l'apprentissage de critères esthétiques et moraux qui permettent de faire la distinction entre ce qui est digne d'intérêt et ce qui est au contraire illégitime ou choquant [BOURDIEU et al., 1965]. Ces critères permettent de construire la perception, de choisir les sujets des photographies, d'apprécier les clichés des autres.

C'est pour cela qu'il est intéressant, en tant que chercheuse en Sciences de l'Information et de la Communication, de considérer la vie triviale des images. Leur dissémination dans l'espace social, le fait qu'elles sont regardées, discutées, acceptées ou au contraire rejetées éduque notre regard. Autrement dit, à force de côtoyer des images, de les voir commentées et liées à un système de valeurs (qualifiées de « belles » ou de « choquantes » par exemple), on apprend à les qualifier comme telles. Les membres d'une même culture refont constamment cette opération qui vise à définir

et redéfinir le spectre des « belles images ». C'est ainsi que les critères esthétiques évoluent, quand le consensus autour de certaines images se déplace.

D'autre part, le regard précède l'action. Regarder dans une direction, c'est aussi tendre vers elle : les images en disent long sur les peurs et les désirs de leurs auteurs.

Nous nous proposons ici d'étudier cette fabrique du regard appliquée à un objet particulier : la ville. En effet, les espaces urbains peuvent être définis à partir de ce paradoxe : ils constituent, pour plus de la moitié de l'humanité aujourd'hui, un milieu, au sens biologique du terme ; mais ces espaces, entièrement modelés par la main de l'homme, ne sont pas naturels, ils sont de l'ordre de la *technê*, des « machines à habiter » (LE CORBUSIER).

Si on les considère comme des objets techniques, des machines, les villes sont alors susceptibles, comme tous les objets techniques, de porter la trace des présupposés, des attentes et des désirs de leurs concepteurs [AKRICH, 2013]. Ces attentes, désirs et présupposés se sont construits, du moins en partie, grâce à la vie sociale des images et à ce jeu de définition collective de ce qui est socialement valable et ne l'est pas.

Mais contrairement à d'autres machines, les villes sont vues de l'intérieur par ceux qui les habitent. Le regard sur la ville est engagé. Celui qui regarde est en train de voir un objet qu'il pratique en même temps qu'il le regarde. Comme Françoise CHOAY [2014] le rappelle dans son commentaire sur l'analyse de LYNCH, l'habitant ne fait pas l'expérience d'une ville comme il regarderait un tableau : il la pratique. Son expérience est ainsi nécessairement partielle : il ne peut pas embrasser toute la ville du regard en une fois, cela dépend de là où il est placé.

Le regard que pose le citadin sur la ville est donc particulièrement intéressant. Il est toujours en mouvement, indissociable d'une pratique. Au quotidien, c'est une opération que l'habitant fait sans y penser : l'espace qu'il habite est tellement familier qu'il en devient *infra-ordinaire* [PEREC, 1989]. La ville est un cadre, un arrière-plan à toutes les activités du quotidien, elle est rarement regardée pour elle-même.

Si nous considérons la ville comme un objet *infra-ordinaire*, tout en admettant que regarder, c'est aussi une manière des *performer* des codes culturels liés à une société, alors regarder la ville, c'est *performer* une certaine définition de ce que la ville est pour le sujet en tant qu'espace social. Il y a ici un intéressant paradoxe entre le statut très ordinaire de ce regard et cet enjeu.

Comme nous l'avons noté, ce qui caractérise le regard sur la ville, c'est l'engagement du sujet qui regarde : voir la ville, c'est en faire une expérience partielle, déterminée par un point de vue situé. En déambulant dans les rues, un passant ne peut voir que les bâtiments qui sont dans son champ visuel. S'il se situe à l'extérieur de la ville,

dans un hélicoptère par exemple, il aura une vue globale, mais il y a des éléments qu'il ne verra plus, masqués par la perspective : c'est ce que montre une photographie aérienne.

Thierry PAQUOT l'explique ainsi :

« Yves Lacoste [Paquot, 2008] admet que le paysage urbain qui s'offre à la vue du citadin grimpé en haut du Sacré-Cœur est partiel et ne montre que ce qu'il ne dissimule pas, les cours intérieures, les passages couverts, les rues cachées par les immeubles du premier plan, les dos des façades... Ainsi, le paysage urbain, comme représentation, n'est pas l'équivalent bâti du paysage des peintres de l'école de Barbizon. » [PAQUOT, 2016]

S'il se trouvait deux personnes en haut du Sacré-Cœur, devant le même paysage, percevraient-ils la même chose ? Ce n'est évidemment pas aussi simple. La première aura tout de suite repéré la gare, par exemple, et l'autre sera perdue dans la contemplation des toits en zinc vus du dessus. Leurs sens auront certainement capté les mêmes signaux, mais –et c'est ce qui nous intéresse– elles auront une *perception* différente de ce paysage.

Le regard est une opération de sélection

S'intéresser à la perception permet de comprendre qu'il y a une opération active de la part du sujet, qui se trouve engagé par cette activité. C'est en ce sens qu'elle est d'ailleurs décrite par le *Trésor de la langue française* : « l'opération psychologique complexe par laquelle l'esprit, en organisant les données sensorielles, se forme une représentation des objets extérieurs et prend connaissance du réel ».

C'est donc l'esprit qui est en charge de la perception. Mais cela ne va pas de soi. Pour l'auteur de la *La phénoménologie de la perception*, Maurice MERLEAU-PONTY, l'activité qui consiste à percevoir engage d'abord le corps, avant toute opération intellectuelle, qui viendrait organiser le monde à partir de concepts. Il y a d'abord un engagement, que Etienne BIMBENET, commentateur de MERLEAU-PONTY présente ainsi :

« De fait, l'esprit qui perçoit n'est pas un esprit désincarné, qui jugerait ou connaîtrait le monde à distance, sans s'y compromettre. Nous sommes "du" monde avant d'en être les spectateurs ; l'enracinement du sujet percevant dans son corps et dans son monde défait l'illusion d'un regard de survol, délié de toute attache dans l'être. » [BIMBENET, 2012]

Cela nous paraît tout à fait fécond pour l'analyse du regard sur la ville, puisque, nous l'avons vu, le corps joue un rôle important dans l'émergence du point de vue. La ville est avant tout un espace que nous pratiquons en nous y « compromettant », pour paraphraser BIMBENET. Dans la pratique ordinaire que nous en faisons, nous sommes engagés par notre corps dans la perception de la ville. C'est bien notre corps qui est

situé dans cette rue, sur cette place, et c'est parce que ce corps est fini que nous ne pouvons pas embrasser la ville d'un seul regard.

Comme nous avons tous des corps différents, cette perspective d'analyse de la perception suppose que le sujet est au centre de la mise en sens du monde. C'est ainsi que nous comprenons MERLEAU-PONTY lorsqu'il écrit, dans la *Phénoménologie de la perception* : « il n'y a pas de monde sans une Existence qui en porte la structure ». Autrement dit, le monde n'a pas de structure préexistante, en soi. C'est l'engagement du sujet dans le monde qui va structurer de telle manière sa perception du monde.

« Le corps propre est dans le monde comme le cœur dans l'organisme il maintient continuellement en vie le spectacle visible ; il l'anime et le nourrit intérieurement, il forme avec lui un système. » [MERLEAU-PONTY, 1945]

Si nous revenons à notre exemple des deux personnes placées sur le toit d'une très haute tour, nous comprenons mieux pourquoi les éléments du paysage qu'elles remarquent diffèrent : l'opération de la perception consiste en une organisation du monde, en fonction d'une subjectivité incarnée.

C'est ce qu'explique MERLEAU-PONTY quand il applique cette perspective d'analyse à l'expérience de l'art¹⁸ :

« Nous n'avons pas d'autre manière de savoir ce que c'est qu'un tableau ou une chose que de les regarder et leur signification ne se révèle que si nous les regardons d'un certain point de vue, d'une certaine distance et dans un certain sens, en un mot si nous mettons au service du spectacle notre connivence avec le monde » [ibid.].

Ainsi, il y aurait autant de « mondes urbains » contenus dans une seule ville que d'habitants, qui chacun configurent ce monde à leur manière. Pour chacun de ses habitants, le quartier dans lequel il vit constitue « son monde » : un monde qui doit sa structure signifiante au fait qu'il est habité et perçu par un sujet particulier, incarné dans un corps engagé par sa pratique de la ville.

La perception elle-même engage donc le sujet dans son rapport à la ville. D'abord, comme nous l'avons vu, parce que ce dernier structure sa perception par le biais de son corps, qui occupe une position précise dans l'espace, qui l'oblige à adopter un certain point de vue.

Mais nous ne pouvons pas nous arrêter là dans notre étude de la perception. Comme le remarque BIMBENET :

« Située "plus bas" que le cogito des philosophes, mais "plus haut" que le corps objectif de la science, la perception est un acte ambigu, situé à mi-chemin de l'esprit et du corps, du sujet et de l'objet, de la connaissance et de l'être. » [BIMBENET, 2012]

18. Nous soulignons.

Nous comprenons pourquoi la définition du *Trésor de la langue française* mentionne que la perception est une opération complexe. Elle est à mi-chemin entre une opération intellectuelle et un rassemblement pur de stimuli sensoriels.

Si nous avons pour l'instant exploré en quoi la perception est située « plus bas » que le *cogito*, en s'incarnant avant tout dans un corps situé, il nous reste à comprendre en quoi ce processus se détache également de la pure sensation, par la structuration des informations sensorielles.

Selon quel critères sont-elles organisées? Pour répondre à cette question, nous pouvons utiliser une citation de DELEUZE, introduite par Patrick BAUDRY dans son essai : « percevoir, c'est soustraire de l'image ce qui ne nous intéresse pas » [BAUDRY, 2012, p.75].

Dans les *Pourparlers* dont est extraite cette citation, DELEUZE commente le cinéma de GODARD. Cette analyse est en fait nourrie par une réflexion croisée du philosophe, qui commente d'une part le premier chapitre de *Matière et mémoire* de BERGSON et d'autre part ce que le cinéma apporte à la perception. Il a d'ailleurs consacré plusieurs cours à cette réflexion, notamment à Paris VIII en 1981-1982. Les *Pourparlers* et les retranscriptions de ces cours nous permettent d'aller un peu plus loin dans l'explication de cette phrase que ne le fait BAUDRY dans son essai.

En effet, cette pensée de la perception comme soustraction est tirée d'un postulat, que DELEUZE doit à la lecture de BERGSON : « Il y a des images, les choses mêmes sont des images, parce que les images ne sont pas dans la tête, dans le cerveau. C'est au contraire le cerveau qui est une image parmi d'autres. » [DELEUZE, 2003, p.62]¹⁹. Comme tout est une image qui agit, le cerveau n'est qu'une image qui est agie par les autres images, et peut les stocker, et c'est ce que DELEUZE appelle la perception.

La théorie de DELEUZE suit donc un mouvement qui va à l'inverse de la phénoménologie. Pour cette dernière, c'est la conscience qui, en visant les objets, leur donne sens, à la manière d'une lampe qui éclairerait les objets dans la pénombre. Pour DELEUZE, c'est le contraire : les images n'ont pas besoin de la conscience pour exister. Le travail de la conscience consiste alors à opérer une soustraction dans les images qui la stimulent pour ne garder que ce qui l'intéresse. Le sujet est alors comparable à un filtre qui ne retient que certaines fréquences de la lumière qu'il reçoit des choses.

Le fonctionnement de la plupart de nos organes perceptifs donne raison à DELEUZE : avant même toute décision consciente de porter attention à quelque chose en particulier, le cerveau opère une sélection dans les sons qui sont perçus par l'appareil auditif. Si

19. Il développe ce point notamment dans ce cours de 1981 http://www2.univ-paris8.fr/deleuze/article.php?id_article=67 (consulté le 20/10/2021).

bien que certains bruits de fond, qui nous paraissent insignifiants, paraissent amplifiés quand ils sont enregistrés par un micro, qui n'effectue pas de tri préalable dans les stimuli. C'est fort heureux, le monde serait probablement insupportable sans ce filtre.

Le sujet, en effectuant cette sélection dans ce qu'il perçoit, où il soustrait ce qui ne l'intéresse pas, construit donc par son regard « son monde », sa version du monde qui l'entoure, modelée par ses intérêts. Cette version du monde prend sens avec la subjectivité –un autre sujet aurait organisé le monde selon d'autres priorités.

Le travail que fait Georges PEREC avec la description minutieuse de la rue Vilin fait émerger en creux cette mise en sens, qui opère une sélection. L'auteur, dans cette étude sur *l'infra-ordinaire* [PEREC, 1989], ne porte en effet attention qu'à ce qu'il ne regarde pas vraiment, d'habitude. L'analyse s'attache justement aux objets qui ne font aucun sens pour le sujet, qui ont fait l'objet de cette soustraction que nous venons de définir.

Si le résultat auquel arrive DELEUZE, qui est de qualifier la perception de *soustraction* est tout à fait stimulant, il suppose une théorie très particulière du sensible, à laquelle il est difficile d'adhérer lorsqu'on fait de la sémiotique, puisqu'elle suppose que la perception fait de nous une image agie par d'autres images. En effet, il devient compliqué ensuite de comprendre le point de vue sémiotique, qui suppose un sujet interprétant et un objet interprétable, ce qui est distinct de cette idée d'images mises en équivalence. Nous ne pouvons pas embrasser entièrement le point de vue de DELEUZE.

Que retenir de ce détour par la philosophie ? D'une part –c'est l'apport de la pensée de MERLEAU-PONTY, qu'il ne faut pas faire l'omission du corps et de son engagement dans la perception. De ce point de vue, les travaux sur la ville comme espace sensible sont particulièrement utiles : ils permettent de mettre en avant comment nos aptitudes à voir, toucher, sentir, entendre la ville changent la perception qu'on peut en avoir. Ainsi, une personne aveugle opère déjà, par l'entremise de son corps, une sélection dans toutes les informations puisqu'elle n'a pas accès aux images. Mais elle est capable de percevoir l'espace par les sons, ce que les personnes voyantes ne sont pas habituées à faire. Une des techniques consiste à émettre certains sons avec la main ou la langue pour caractériser l'espace : le même claquement de doigts ne résonne pas de la même manière dans un placard et dans un vaste salon.

De même pour la plus ou moins grande sensibilité (pour des raisons, par exemple, neuro-psychologiques) que nous pouvons avoir vis à vis de certains stimuli sensoriels : le même marteau piqueur peut être simplement pénible ou une torture auditive. L'information est alors en quelque sorte amplifiée en fonction de cette sensibilité, ce qui ne donne évidemment pas du tout le même résultat.

D'autre part, les travaux des phénoménologues d'une part, et de BERGSON (du

moins, restons prudents, dans le commentaire qu'en fait DELEUZE), d'autre part, nous aident finalement à penser un monde qui n'est pas unique, mais configuré en fonction d'une multiplicité de subjectivités. Cela nous permet également de ne pas tomber dans l'écueil de penser une perception « neutre » des images, préalable au procès d'interprétation ou de mise en sens des objets perçus. Nous voyons que la perception est plus complexe que ça : percevoir, ce n'est pas accueillir passivement les objets perçus, c'est une opération active de sélection, qui demande même un apprentissage.

En effet, cette opération de filtrage, qui nous paraît naturelle, ne l'est qu'en partie. Il y a une part qu'on peut attribuer au fait que l'espèce humaine est le fruit d'une évolution, et donc d'une adaptation à un environnement, qui a amené ses organes à se modifier : Edward T. E. T. HALL [2014] explique que notre œil s'est spécialisé dans le fait de repérer le mouvement pour nous permettre de repérer des prédateurs de loin. Nous sommes déjà « naturellement » des héritiers de sélections dans le monde sensible faites bien avant nous. Mais il y a aussi tout un apprentissage qui se fait dès notre plus jeune âge, de hiérarchisation des stimuli, jusqu'à constituer ce que HALL appelle un « monde perceptif » : « La différence entre les mondes perceptifs de deux individus appartenant à une même culture est certainement moins considérable que pour deux individus appartenant à des cultures différentes, mais elle peut néanmoins poser des problèmes » [ibid.].

C'est cet apprentissage qui nous permet, par exemple, de ne pas faire attention aux bruits des voitures qui passent à la fenêtre, mais de sursauter au son d'un klaxon ; de lire en priorité les panneaux de signalisation et les noms des rues et d'ignorer les enseignes des boutiques. Nous avons appris à distinguer les informations importantes que notre environnement nous donne des autres. Évidemment, et c'est le sens de l'étude de HALL, ces éléments sont culturels : comme selon les cultures, nous baignons dans des environnements différents, nous n'aurons pas les mêmes critères de sélection dans la perception. Comme le remarque HALL, ce n'est pas pour autant forcément une connaissance uniformément partagée au sein d'un même groupe. Des différences similaires peuvent apparaître entre les individus d'une même culture : ce n'est pas étonnant, nous avons vu combien de paramètres entrent en jeu dans l'activité perceptive.

Ainsi, la perception que chaque habitant a de la ville est déjà une mise en ordre du monde, une sélection. L'image de la ville, ce qu'on perçoit de la ville, est déjà quelque chose de construit. La frontière entre la perception et l'interprétation se retrouve bien mince, puisque cette sélection met en jeu déjà la mémorisation, plus ou moins consciente, d'informations : « [L]'espace figuratif, comme l'a fort bien démontré

FRANCASTEL, n'est pas fait seulement de ce que l'on voit, mais aussi d'une infinité de choses que l'on sait et que l'on mémorise, d'informations. » [ARGAN, 1995, p.33]

ARGAN [ibid.] n'a pas tort : si nous nous posons maintenant la question des critères selon lesquels nous sélectionnons des éléments dans notre environnement pour les faire entrer dans notre « monde perceptif », nous voyons bien que pour y répondre, nous ne pouvons pas rester au niveau de la perception seule.

En effet, nous avons vu comment notre regard, notre visée vers les objets qui nous entourent, est déjà orienté par la culture dans laquelle nous sommes immergés. Nous effectuons en quelque sorte un premier tri, qui procède déjà d'un construit.

Mais il y a plus, comme le dit ARGAN [ibid.], « une infinité de choses que l'on sait et que l'on mémorise, d'informations » viennent s'ajouter aux stimuli perceptifs, pour nous permettre de l'interpréter. Là s'opère, si l'on veut, une seconde sélection, au niveau individuel. Lorsque nous disons : « cette rue est bondée, passons par un autre chemin », nous ne faisons pas que constater qu'il y a beaucoup de monde, nous capitalisons sur toutes les expériences passées pour conclure qu'il est désagréable pour nous d'entrer en contact avec la foule ; lorsque nous déclarons que « ce panorama est agréable », nous sommes en train de formuler un jugement esthétique. Nos expériences passées, nos connaissances, mais aussi nos goûts et nos besoins entrent en jeu dans ce jugement. Ceci, évidemment parce que nous sommes des êtres de culture, mais surtout parce que le contact avec une ville est, rappelons-le, d'abord ancré dans une pratique.

Deux questions émergent alors.

D'abord, comment penser un espace commun, si toute expérience de la ville est radicalement ancrée dans une individualité ? En effet, cette subjectivité radicale de nos particularités sensorielles, de nos besoins divers et variés, construit pour l'instant des « versions de la ville » séparées. Or, ce serait invivable si l'on n'était pas d'accord sur une base commune de perception.

Ensuite, comment démêler perception et interprétation ? Nous sommes en train de comprendre comment l'expérience de la ville nous engage et se construit de manière complexe. Quels sont les autres éléments qui entrent en jeu dans notre expérience de la ville, et comment s'articulent-ils entre eux ?

Regarder en photographie, c'est, nous le disions, adopter un point de vue et donc, affirmer une position. C'est choisir, dans l'éventail des choses acceptées comme regardables, de produire une image, de focaliser sur un angle, un objet, un détail. C'est éventuellement choisir de sortir délibérément du cadre de ce qui est accepté comme regardable pour produire un effet chez celui qui regarde le cliché. Le point de vue nous informe donc sur d'où l'*operator* regarde. Depuis quel endroit géographique de la ville,

mais aussi depuis quelle position dans le jeu social. Pour lire correctement l'image, il faut donc avoir en tête qui regarde, depuis quelle place, avec quelle intention.

Ce processus culturel construit le regard et lui donne son épaisseur, que nous appellerons ici la fabrique du regard. L'enjeu de comprendre cette dernière est double. D'une part, nous partons de l'idée que les membres d'un même groupe social entretiennent leur lien grâce au partage de valeurs communes, qui leur permettent de discréditer ce qui les intéresse du reste. Le regard met en lien les témoins d'un même événement, il permet de *performer* l'appartenance à un groupe social. Nous utilisons ici la définition large de « groupe social » prise par les sociologues : « Terme général désignant un ensemble d'individus en interaction et/ou ayant conscience d'appartenir au groupe. » [CLERC et PIRIOU, 2011], qui, selon le scope de l'analyse peut désigner le public d'un spectacle comme les membres d'une même culture.

Partager un point de vue

Commençons par notre première interrogation. Heureusement, notre point de vue, en plus de toutes ces particularités qui nous engagent comme sujet, est également construit autour d'éléments que nous avons en partage avec d'autres personnes : à commencer par nos cadres culturels.

Nous avons commencé à évoquer Edward T. HALL, dont la recherche sur la perception de l'espace dans *La dimension cachée* [E. T. HALL, 2014] a justement pour but de comprendre comment l'espace est « codé » culturellement. En effet, suivant les cultures, la perception de l'espace n'est pas la même. Il donne l'exemple de la différence entre les Eskimos et les Américains. Les uns structurent l'espace en fonction de critères qui n'ont rien à voir avec ceux des seconds : « ils vivent dans un espace acoustique et olfactif plutôt que visuel ». Imaginons ces Eskimos un instant dans une ville américaine, qui fonctionne essentiellement sur des repères visuels : ils auront en partage le fait d'être déroutés, pour la même raison. D'ailleurs, plus loin dans le même ouvrage, HALL s'intéresse aux populations immigrées dans les grandes villes américaines telles que Chicago. Il explique ainsi que l'acclimatation des populations immigrées à la ville est difficile à cause de la trop grande disparité entre la manière dont ils s'attendent à ce que l'espace soit organisé, et la manière dont il l'est effectivement à Chicago. Par exemple, les grands immeubles très denses accentuent le malaise des populations qui y vivent, puisqu'ils « découpent » l'espace d'une façon qui ne correspond pas à leurs cadres culturels.

Le fait d'appartenir à une même culture nous donne donc en partage des outils sensoriels et cognitifs différents pour que notre regard décode le monde. HALL est

catégorique : « des individus appartenant à des cultures différentes [...] habitent des mondes sensoriels différents » [E. T. HALL, 2014, p.15]

Nous l'avons vu, l'apprentissage de ces cadres culturels façonne la perception. Mais c'est aussi un premier moyen de partager un point de vue commun sur la ville. HALL remarque que ces cadres culturels de la perception peuvent être exprimés dans l'art, autant pictural que scriptural, auxquels il va consacrer chacun un chapitre de son livre. L'expression artistique de ces cadres de perception permet de créer de la connivence avec d'autres personnes qui auraient les mêmes : on voit se dessiner un premier espace partagé.

Les préjugés et les stéréotypes, qui perdurent précisément parce qu'ils sont partagés, sont aussi des cadres de lecture à prendre en compte dans la construction d'un point de vue sur la ville. D'après BOYER [2019], « le *stéréotype* est bien une modalité de *représentation* que la notoriété, la fréquence, la simplicité ont imposée comme évidence à l'ensemble d'une communauté (ou d'un groupe à l'intérieur de la communauté) ». Il est intéressant de souligner que les stéréotypes peuvent être partagés à différentes échelles : on peut partager un stéréotype avec un tout petit groupe social, par exemple, celui d'un quartier. Ainsi, le stéréotype qui concerne les HLM est particulièrement entretenu, d'après MARCHAL, STÉBÉ et LIQUÈTE [2019], par un petit groupe :

« la frange la plus vulnérable de la classe moyenne résidant dans les espaces les plus proches des cités d'habitat social, notamment au sein d'anciens lotissements pavillonnaires modestes, est celle qui utilise et entretient de façon exacerbée l'image des cités-ghettos afin de se démarquer des habitants des grands ensembles, de peur d'être assimilée à eux. »
[ibid.]

Mais ce préjugé, en étant partagé à une échelle un peu plus large, va avoir une influence sur la manière dont d'autres personnes vont aborder ces quartiers quand ils vont s'y rendre. On va par exemple se méfier davantage, parce que le préjugé dépeint un quartier rempli d'individus malveillants. Le stéréotype a non seulement un impact concret sur les comportements, mais également sur la manière dont nous allons considérer notre environnement.

Fort heureusement, nous ne nous cantonnons pas toujours à la lecture très simplificatrice que les stéréotypes offrent du monde. D'autres paramètres entrent en jeu, comme par exemple notre éducation. En France, où il existe un système d'éducation publique, l'école joue un rôle important dans la transmission de cadres collectifs à la perception du monde. Les connaissances acquises durant le parcours scolaire permettent de construire un terrain d'entente commun, et notamment en ce qui concerne le territoire : manipuler des cartes de géographie, savoir placer où sont les grandes

villes, les montagnes, c'est un bon moyen pour apprendre à se situer, comme individu, dans un territoire, et former un premier lien d'appartenance.

Dans *Do Kamo*, Maurice LEENHARDT explique comment l'apprentissage de la géographie, justement, bouleverse les cadres de perception du monde des enfants mélanésiens. En effet, la géographie, en situant précisément les lieux dans l'espace et les uns par rapport aux autres, entre en conflit, explique l'ethnologue, avec le mode de pensée mythique (qui est lui aussi un cadre commun à la perception, d'ailleurs). Les enfants sont ainsi bouleversés de constater que Jérusalem existe et est situé sur une carte à cet endroit.

Nous pouvons encore resserrer l'échelle d'analyse à des groupes sociaux plus petits encore : les personnes qui partageant une passion commune, par exemple les amateurs d'art contemporain, auront des priorités particulières, dans leurs pratiques touristiques notamment, caractéristiques de ce groupe : ici, par exemple visiter les musées et les galeries en priorité.

Les touristes, d'après les auteurs de *The tourist gaze* [URRY et LARSEN, 2019], partagent d'ailleurs eux aussi des cadres communs, qui leur permettent de « lire » l'endroit qu'ils visitent, et, ce, spécifiquement, depuis que le tourisme s'est mondialisé.

La manière dont nous sélectionnons dans la ville les éléments dignes d'intérêt est donc à la fois influencée par des éléments personnels et des éléments communs aux groupes sociaux plus ou moins importants auxquels on appartient.

Cet aspect est important pour notre projet de recherche, qui s'inscrit dans le cadre d'un événement culturel : la personne qui vient visiter la ville dans l'optique d'assister à un tel événement a des chances de sélectionner dans son environnement des éléments qui trouvent un écho avec sa vision du monde.

*

* *

Ce rapide tour d'horizon du partage de représentations de l'urbain au sein d'un groupe social nous enseigne deux choses. D'une part, nos représentations sont plus complexes qu'elles n'en ont l'air, puisqu'elles imbriquent ensemble des éléments nécessairement individuels et des éléments communs, partagés avec un ou plusieurs groupes. D'autre part, nous voyons déjà que nos critères de sélection dans le réel ne se limitent pas à nos seuls besoins, et touchent au symbolique, sur lequel LYNCH, remarquait Françoise CHOAY, avait botté en touche.

En effet, le chercheur du MIT avait bien identifié que la ville pouvait avoir une force symbolique, mais celle-ci est ramenée à un angle d'analyse très pragmatique, qui

laisse de côté le procès de signification.

La perception engage donc le sujet, d'autant plus que, comme nous venons de le voir, le territoire (et le territoire urbain en particulier) est signifiant : la ville est construite selon une structure qui est interprétable. Nous avons vu que les cadres d'interprétation étaient fonction notamment des représentations sociales partagées dans la culture à laquelle le sujet percevant appartient. La manière dont un groupe social perçoit le territoire structure sa relation avec celui-ci.

Nous avons vu que les représentations nous donnaient une grille de lecture sur le monde, et qu'elles nous permettaient, dans la situation touristique notamment, de nous familiariser avec quelque chose d'inconnu en l'interprétant à partir de cette grille de lecture.

Parce qu'en effet, la relation que nous construisons avec le territoire, et avec le territoire urbain en particulier, est aussi instituée via des éléments symboliques.

Ces éléments symboliques peuvent prendre diverses formes. Mais la plus évidente reste la forme graphique : de la représentation picturale à la visualisation en trois dimensions, en passant par la photographie. En effet, l'image est un excellent médium pour fixer sur un support partageable ce qui retient notre intérêt, la représentation qu'on se fait de la ville, mais aussi sa dimension symbolique. Attardons-nous sur la manière dont l'image peut d'une part hériter des dynamiques culturelles que nous avons vu à l'œuvre dans la formation de nos représentations, et d'autre part participer à la structuration de notre relation au territoire urbain.

1.3.2 La photographie comme pratique sociale

L'infra-ordinaire constitue précisément en une étude de ce qui ne sera pas photographié, parce que c'est trop ordinaire – ou de ce qui, si c'est photographié, va changer de statut, en étant « solennisé » de la sorte. En effet, BOURDIEU et al. [1965] remarquent que, dans les classes populaires dans les années 60 en France la fabrication d'images photographique est toujours liée à une forme de rituel, une solennité :

« C'est pourquoi la pratique photographique, rituel de solennisation et de consécration du groupe et du monde, accomplit parfaitement les intentions profondes de l'esthétique populaire, esthétique de la fête, c'est-à-dire de la communication avec les autres hommes et de la communion avec le monde. » [ibid., pp.133-134]

L'image photographique arrache les objets à leur contexte banal pour les immortaliser sur le papier – l'image restera fixée sur le papier alors que l'objet qu'elle représente changera, ou disparaîtra (c'est ainsi qu'on arrive à l'expérience que BARTHES fait de l'absence en regardant la photographie de sa mère). C'est d'ailleurs cela qui fonde le malaise des enquêtés devant des photographies de sujets tirés de la vie quotidienne,

comme les mains d'une paysanne, ou une femme qui allaite : ces figures apparaissent trop ordinaires pour mériter d'être consacrées par la photographie.

L'ethos du groupe par le photographiable

L'ouvrage dirigé par Pierre BOURDIEU, *Un art moyen*, rappelle également combien le geste photographique est investi de dynamiques sociales. Il en va ainsi du champ de ce qui est « photographiable » :

« Si, abstraitement, la nature et les progrès de la technique photographique tendent à rendre toutes choses objectivement "photographiables", il reste qu'en fait, dans l'infinité théorique des photographies qui lui sont techniquement possibles, chaque groupe sélectionne une gamme finie de sujets, de genres et de compositions » [ibid., p.24].

En effet, l'ouvrage montre comment, en fonction de l'*ethos* du groupe social, les individus considèrent leur pratique photographique. Ainsi dans les classes populaires, BOURDIEU remarque que ce qui sort de la bienséance sort aussi du champ du photographiable. Dans ce contexte, la photographie ne peut pas être un outil de distinction, elle doit être mise au service du collectif : photos de famille, documentation de moments solennels dans la vie du groupe... Les valeurs du village étant centrées sur la cohérence de la communauté. En toute logique, il est par exemple reproché à celui qui s'adonnerait de manière trop appliquée à la photographie de chercher à se distinguer.

« Les productions symboliques doivent donc leurs propriétés les plus spécifiques aux conditions sociales de leur production et, plus précisément, à la position du producteur dans le champ de production qui commande à la fois, et par des médiations différentes, l'intérêt expressif, la forme et la force de la censure qui lui est imposée et la compétence qui permet de satisfaire cet intérêt dans les limites de ces contraintes » [BOURDIEU, 2001, p.345].

Photographier pour entretenir un cercle social

Le partage des photographies apparaît également comme un élément important dans l'entretien des relations sociales : c'est pour cela qu'on photographie plus volontiers les enfants, même dans les milieux les plus modestes. Envoyer les photographies des enfants permet en effet d'entretenir le lien entre les membres de la famille, malgré l'éloignement géographique. Elle permet également de signifier, voire de solenniser l'intégration d'un nouveau venu dans le groupe social (par la naissance ou le mariage). MARESCA [2004] indique par exemple que la photographie d'un nouveau-né parvient souvent aux autres membres de la famille, avant même qu'ils l'aient vu pour la première fois.

Ainsi, « [c]omme la lettre et mieux que la lettre, la photographie a son rôle à jouer dans la perpétuelle mise à jour de l'interconnaissance. » [BOURDIEU et al., 1965, p.45] – L'image est très tôt le support du lien entre les différents individus. C'est à cet effet que sont systématiquement faites les photographies des enfants, et envoyées au reste de la famille. CHALFEN identifiait que la photographie remplissait un rôle de « certification » des rites de passages dans la vie de l'individu, précisément parce que ce sont les occasions de tenir au courant le reste du cercle familial.

Ce que corrobore l'étude de MARESCA :

« Parmi les rituels, mentionnons le baptême, très peu photographié avant les années 1930, et surtout la communion – cérémonie religieuse qui consacrait l'entrée de l'enfant dans la foi consciente ainsi que dans l'antichambre de la vie adulte. La photographie s'en empare jusqu'à en devenir rapidement une composante obligée. Dans les années 1950-1960, de nombreuses familles populaires se décident à acheter un appareil à l'occasion de cet événement, pour réaliser elles-mêmes les premières photographies personnalisées de leurs enfants. » [MARESCA, 2004]

« De fait, si la pratique photographique est très étroitement liée à la présence d'enfants au foyer (et d'autant plus qu'ils sont plus jeunes), c'est que l'apparition de l'enfant renforce l'intégration du groupe, et du même coup, l'inclination à fixer l'image de cette intégration, image qui à son tour sert le renforcement de l'intégration » [BOURDIEU et al., 1965, p.47].

Ainsi, la photo de famille est envoyée à tous les autres membres de la famille, ce qui est ressenti par les sujets comme une obligation. On envoie les photos parce que c'est une nécessité d'entretenir les liens sociaux, c'est une convention sociale.

Cette intégration au groupe est ensuite re-signifiée, après la naissance de l'enfant, à chaque rite de passage : la première communion, par exemple. L'enquête menée par CHALFEN sur la société américaine met assez clairement cet élément en lumière. Les photographies de famille coïncident souvent avec les grands moments de la vie : anniversaires, etc.

Une expression cadrée par des conventions sociales

CHALFEN montre aussi comment, ici aussi, des choix sont faits pour éliminer les éléments les plus négatifs et se conformer à des « types » déjà prédéfinis. Il montre également qu'il y a une manière de montrer ces éléments. On doit se conformer à un certain *type* de photographie.

« Ces images témoignent aussi d'une certaine conformité à des idéaux culturels : mener une vie confortable, être heureux en famille, avoir une vie sociale agréable. Dans cette construction – ou cette reconstitution – de la vie, il n'y a pas de place pour la maladie, la dépression, les expériences douloureuses, les conflits interpersonnels, les déceptions, les échecs sociaux et les décors lugubres. » [CHALFEN, 2015, p.27]

1.3.3 La photographie en collections

Après avoir vu la manière dont le regard sur la ville engageait le sujet dans son individualité 1.3.1, et étudié comment le choix du sujet de la photo était au contraire cadrée par l'influence de la communauté (et donc comment ce regard était éduqué, nourri, par des représentations), nous allons nous intéresser à la photographie en collections, c'est à dire dans un contexte où elle est publiée et éditorialisée, notamment sur les médias sociaux.

Dans l'introduction, nous avons défini la collection comme étant une série éditorialisée. En effet, le mot « collection » vient du latin *collectio*, lui-même formé par l'assemblage de *cum* (cueillir) et de *ligo* (lien)²⁰. La collection est donc à la fois l'opération de recueillir mais aussi de lier ensemble ce qui a été recueilli. C'est dans l'opération qui consiste à lier ensemble ce qui a été recueilli que réside l'opération éditoriale. En cela, notre définition de la collection se détache du sens commun (celui de la collection de timbres), où il est bien question de rassembler mais sans cette volonté d'organiser du dissemblable selon un lien tracé entre ces objets.

La photographie, nous allons le voir avec l'album, est un document qui fait déjà l'objet de collections ; quand ces collections se transposent en ligne, nous pouvons observer de nouvelles médiations. La nature de la collection photographique se transforme, se déplace ; c'est ce qui nous intéresse ici.

Placer l'image en collections pour la discuter en société

« Jusqu'à l'arrivée du numérique, on collait soigneusement les petits tirages en couleur dans des albums que l'on classait par année ou par événements : baptême, communion, mariage, vacances. Les moins ordonnés les rangeaient dans des boîtes qu'ils ressortaient avec les enfants ou les petits-enfants pour les leur commenter. C'était la fête pour tout le monde ! » [AMAR, 2019]

Ceci est un extrait de la notice « Album photo » des *Cent mots de la photographie*. Les pratiques qui y sont évoquées sont maintenant presque obsolètes. Mais elles nous renseignent sur la manière dont la photographie existe, dans les pratiques ordinaires : elle est souvent accolée à une pratique de mise en collection, même minimale (reléguer toutes les photographies dans une boîte à chaussures).

L'enquête menée par SMOLCZEWSKA TONA et CORDONNIER [2018] montre que les pratiques documentaires (indexation, classification, conservation) autour des archives photographiques familiales peuvent être plus complexes, parfois anciennes, parfois

20. Gaffiot, 1934, p.314, <https://www.lexilogos.com/latin/gaffiot.php?p=341> (Consultée le 30 septembre 2021)

liées à des pratiques documentaires instituées (une exposition), souvent liées à la volonté de conserver un patrimoine familial :

« De telles traces reflètent fréquemment des pratiques d'archivage de la mémoire familiale en vue de sa sauvegarde et de sa transmission intergénérationnelle, pratiques qui peuvent être établies de longue date ou plus récentes : "Oui oui c'est pour ça je commence à noter sur les photos de mes parents, de mes grands-parents derrière. Nous on a des photos maintenant je commence à plus savoir qui c'est moi". Il n'est pas rare que ces formes de documentation décrivent directement le territoire, comme ces commentaires apposés derrière une photo que l'enquêtée a déjà prêtée pour une exposition ("Yvette Trévisant Urrea / L'intérieur de l'usine maintenant l'avenue Liberté – Carmagnole") ou ces indications au recto et au verso de la carte postale ci-dessous (Fig. 2). » [SMOLCZEWSKA TONA et CORDONNIER, 2018]

Cette pratique documentaire a un sens au sein d'une communauté, la famille, qui se retrouve et déploie des discours autour des documents. C'est d'ailleurs ce phénomène qui a pu être observé dans l'enquête qui a mené à cette publication²¹ : lors d'un entretien avec plusieurs personnes, les photographies ont permis de faire émerger des souvenirs au sein du groupe, permettent de reconstituer de la mémoire par le visionnage et le commentaire collectifs des documents.

La notice des *100 mots de la photographie* poursuit :

« Aujourd'hui, on prend beaucoup plus de photos qu'autrefois (638 millions de clichés chaque jour au smartphone en Europe occidentale, selon Futuresource Consulting!). Mais les trier devient une corvée sans cesse repoussée. La procrastination va de pair avec ce pensum : le smartphone se remplit de 100 photos par mois en moyenne, laissées le plus souvent sans classement et surtout sans *editing*.

Au mieux, on les transfère dans un ordinateur dans l'espoir de les classer un jour. En fait, presque personne ne les regarde, sauf celles que l'on « poste » sur Facebook et Instagram, ou que l'on envoie directement par courriel ou SMS. L'impression est très rare : il faut aller dans un laboratoire ou utiliser son imprimante. Seuls 20% des Français font cette démarche, d'après OpinionWay. Certains impriment des livres souvenirs sur Internet à partir de leurs galeries d'images. C'est beau, mais assez cher.

Le partage immédiat prime la constitution d'une mémoire familiale. Qui plus est : ces fichiers seront-ils utilisables dans dix ou vingt ans ? » [AMAR, 2019]

Cette notice de dictionnaire présente l'avantage de poser quelques éléments qui nous intéressent ici. On remarque une première chose, l'amoncellement des photographies : le format numérique a permis de dépasser la limite de la pellicule, et de fabriquer plus d'images qu'auparavant. Cette grande quantité de données demande

21. Projet de recherche RESPIRA. <https://elico-recherche.msh-lse.fr/programme/projet-respira-recueil-sauvegarde-du-patrimoine-industriel-de-la-region-rhone-alpes> (consultée le 19 août 2020)

toujours un travail documentaire, qui, en s'informatisant, se rend d'autant plus visible, et côtoie beaucoup plus ce qu'on peut appeler *maintenance* des données : « on les transfère dans un ordinateur dans l'espoir de les classer un jour ».

Il faut d'abord trier les photographies pour ne garder que les meilleurs clichés, les classer pour les retrouver (par année, par thème, en étiquetant les photographies...). Interrogés par Nicolas NAVARRO [2018], les photographes non professionnels interrogés à Villeurbanne expliquent comment ils procèdent à ces classements. Ces derniers sont assez complexes et nécessitent parfois l'intervention de logiciels spécialisés.

Une fois classés, les fichiers devront faire l'objet de sauvegardes, afin de se prémunir d'une panne ou d'un autre accident qui causerait la perte des données. Ils seront probablement transférés d'un ordinateur à un autre. Pour procéder à leur publication, certaines images verront leur format converti pour correspondre aux exigences du site Web. Toutes ces opérations relèvent de la maintenance des données. C'est un travail très laborieux qui est effectivement souvent remis à plus tard. Plus il y a de documents, plus il faut passer de temps sur leur classement et leur maintenance.

Les photographies en format papier nécessitaient aussi des opérations de maintenance (recoller des photographies déchirées, par exemple), qui sont toujours effectués par les professionnels de la documentation [LE BITOUZÉ, 2011] mais elles ne demandaient pas ce travail, d'une toute autre nature, qui est celui de s'assurer que des données sont toujours lisibles, accessibles, et sauvegardées.

Pourquoi investit-on autant de travail de maintenance autour de ces collections photographiques? Pour se retrouver autour des albums pendant les réunions de famille, ou pour les partager, via les médias sociaux ou des moyens de communication plus directs (MMS, mail) avec la famille.

« La documentation n'est donc pas forcément un travail pour soi, particulièrement dans le cadre des réseaux socio-numériques, mais un travail pour les autres, pour leur permettre par des opérations facilitées de trouver ou retrouver des photographies. Il y a ainsi une forte prise en compte des fonctionnalités des réseaux socio-numériques pour une recherche d'efficacité, de meilleure visibilité de ses productions, ce que démontre une approche très réfléchie de l'usage des tags. » [NAVARRO, 2018]

Ce travail de documentation a pour horizon des temps de sociabilité. Comme le pointe rapidement la notice de AMAR [2019], ces temps se déplacent : on passe de la réunion familiale au partage quasi-immédiat du cliché sur Instagram. Mais on notera que même là, la sociabilité est couplée à des opérations de documentation. L'auteur va en effet apposer à son message différents éléments qui relèvent de la documentation en qualifiant le document avec des métadonnées : étiquettes, légende, mention éventuelle de personnes représentées sur le cliché. Ces éléments sont apposés en toute conscience,

avec même une « stratégie » en tête. Dans l'étude réalisée à Villeurbanne, certains enquêtés expliquent qu'ils ont une liste toute prête de *hashtags* qu'ils n'ont plus qu'à copier-coller au moment de la publication de leur cliché !

« En complément des titres, ce sont les outils de description des images qui sont fréquemment utilisés, et en particulier les tags utilisés de manière quasi systématique en raison des fonctionnalités offertes par les réseaux socio-numériques :

"Sinon ce sont les hashtags, toujours. Que j'enregistre déjà à l'avance dans mes blocs-notes, parce que sinon ce n'est pas possible. Tu fais un copié-collé, sinon t'en a pour trois heures. Mais ça c'est juste une question d'organisation c'est tout. (BJ)" » [NAVARRO, 2018]

La photographie est ainsi placée dans un certain espace, où elle va rencontrer d'autres photographies, où elle va peut-être être engager une discussion (c'est en ce sens que les images sont, d'après GUNTHERT, « conversationnelles ») [GUNTHERT, 2014]. Documenter correctement son cliché peut-être vu comme engager une discussion. Et de fait, la discussion se déplace, de la réunion autour de l'album aux commentaires des statuts Facebook.

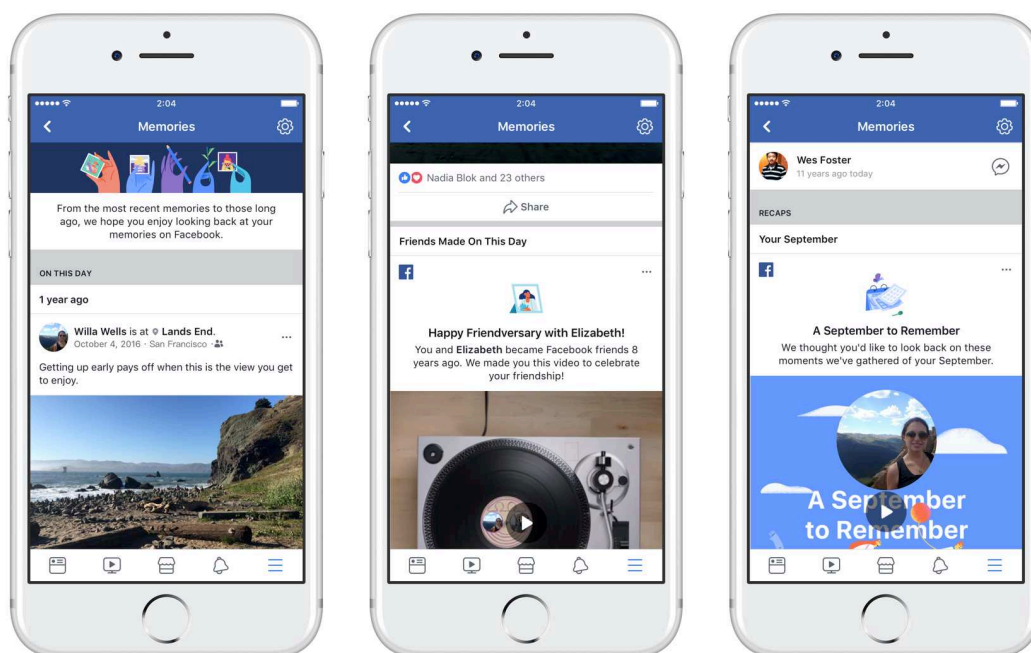


FIGURE 1.6 – Écrans de présentation des « souvenirs » Facebook. © Facebook.

Comme une réponse à ce déplacement, Facebook propose depuis juin 2018 une

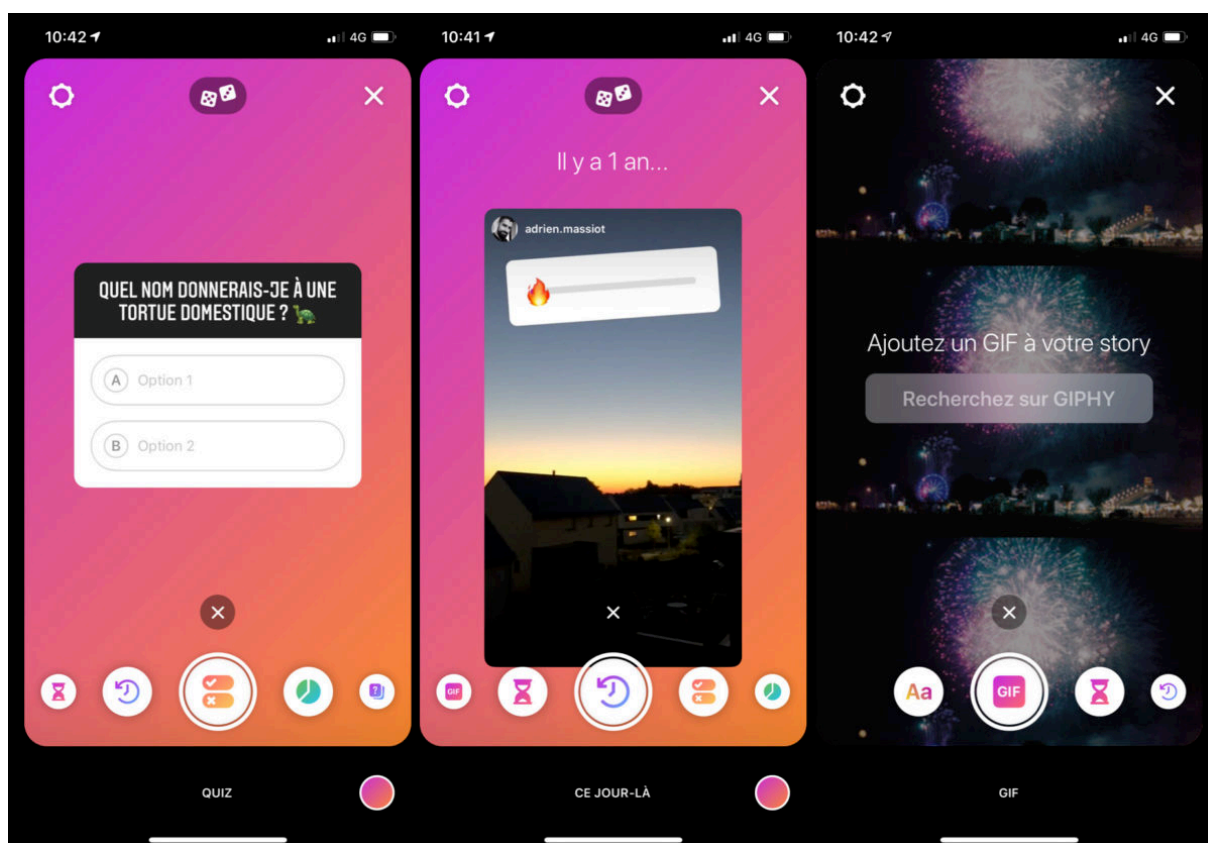


FIGURE 1.7 – Écrans de présentation des « souvenirs » Instagram. © Instagram & le Blog du Modérateur

fonction « souvenirs »²², qu'on peut retrouver sur Instagram²³. En proposant automatiquement des photos « souvenirs », Instagram et Facebook²⁴ *industrialisent* une pratique sociale. Regarder les photos fait l'objet d'un cérémonial précis, où toute la famille se presse autour du propriétaire de l'album, et où l'on cherche à nommer les personnes figurant sur les clichés. Mais ici, nul besoin d'être en contact avec toute la famille : Facebook « ressort » une photo du fil de l'utilisateur pour lui proposer de « partager un souvenir » en commentant ladite photographie. Tout se passe comme si ce dernier avait l'album sur les genoux et était entouré d'amis, sauf qu'il n'a pas choisi la photographie qui fait l'objet du commentaire, elle lui est suggérée par un programme informatique ; il peut se faire une idée de qui va assister à son commentaire

22. Oren HOD, « All of Your Facebook Memories Are Now in One Place », *Facebook*, 11 juin 2018. <https://about.fb.com/news/2018/06/all-of-your-facebook-memories-are-now-in-one-place/> (consulté le 26/08/2020)

23. « Instagram : un nouveau mode Créer pour partager des GIF ou des souvenirs dans sa story », *Blog du modérateur*, <https://www.blogdumoderateur.com/instagram-camera-creer-story/> (consulté le 26/08/2020).

24. Qui sont maintenant dans le même groupe, la séparation ici est quelque peu artificielle.

en restreignant par exemple l'accès à la publication à sa seule famille, mais il peut aussi, dans le cas d'une publication publique, ne saisir que les grandes lignes de qui sont ses abonnés, s'ils sont nombreux, et donc ne pas pouvoir anticiper précisément qui lira cette publication ; nous sommes dans un contexte d'industrialisation des formes d'écriture.

Ensuite, nous voyons arriver un changement dans le rapport au temps, qui travaille deux aspects : le moment où la photo crée de la sociabilité et la pérennité du document photographique.

L'album de photographies n'est pas le seul endroit où l'on entrepose ces documents, il y a également les collections des bibliothèques et des musées : on peut accéder à l'œuvre de photographes comme DOISNEAU, par exemple, dans ce format.

Dans les deux cas, on rassemble les images dans une visée de conservation (protéger les photographies du temps qui passe) et de transmission (permettre à d'autres, plus tard, de pouvoir y accéder).

Cependant, ces collections diffèrent : ce n'est pas la même chose de faire une collection de photographies dans le cadre d'une famille que dans le cadre de la programmation d'un musée. Dans un cas, on est dans une logique de patrimonialisation. Dans l'autre, il s'agit avant tout d'entretenir à la fois des souvenirs et un réseau d'interconnaissance, sans se projeter dans le temps patrimonial.

Cécile TARDY, citée par JEANNERET dans sa *Critique de la trivialité*²⁵, remarque que :

« faire une image qui documente est un long processus qui dépasse la prise de vue pour correspondre à un programme d'activités comprenant un travail de pré-conception de la chose à représenter, de définition de protocole de saisie par l'image permettant de ne pas être dans la seule illustration (l'image venant exemplifier la théorie par exemple) mais dans la documentation (principes d'exhaustivité, de systématicité, d'échelle), de conception d'une forme archivistique définissant les conditions de l'échange des images (vers qui, sur quoi, pour quoi, comment). Ainsi la photographie documentaire se définit au delà de l'image, dans la définition des appareillages classificatoires et interprétatifs qui la représentent et dans le fonctionnement de ces instances de production vis à vis du réglage technique, sémiotique et social des images »²⁶. »

Avec les réseaux socionumériques, on sort de ces catégories : une collections de photographies sur Twitter, cela ne peut pas être considéré comme un album de famille. Ce n'est pas non plus une exposition au musée. Mais c'est bien une collection ! Pour préciser notre point de vue –au milieu de toutes ces strates et de toutes ces composantes, sur les images étudiées, nous pourrions dire que nous sommes du côté des « appareillages classificatoires et interprétatifs ».

25. JEANNERET, 2014, p.185.

26. Cécile Tardy, *Les médiations documentaires des patrimoines*, 2014, p.18

Les médias sociaux constituent en effet de tels appareillages, qui viennent en plus des décisions conscientes prises par l'auteur du message.

Il se trouve que le fonctionnement de ces systèmes repose sur des systèmes informatiques, qui sont, par définition, des systèmes de classement et de documentation.

Les collections : automatiser une opération éditoriale

Attardons-nous sur le régime documentaire dans lequel existent les photographies que nous étudions. En effet, leur existence est indissociable de l'espace dans lequel elles existent « socialement » C'est d'ailleurs en cela que l'étude poursuivie par BOURDIEU, CHAMBOREDON et BOLTANSKI dans *Un art moyen* est importante : il s'agit de comprendre quelle est la place de la photographie en tant que pratique sociale située. Qui fait des photographies, qui les regarde, pourquoi ?

Il faudrait, dans l'analyse des images sur le Web, adjoindre un autre terme à la distinction tripartite de BARTHES : le sujet afficheur, peut-être. Celui qui rassemble les photos en collections et les organise. Il semble intelligent de distinguer le dispositif qui affiche et organise les photographies en collections de l'*operator* car une chose est de produire une photographie, une autre est de faire le geste éditorial d'insérer cette photographie dans un contexte de réception, qui inclut d'autres photographies, et de la publicité.

« Il convient donc d'aborder la traçabilité avant tout comme une nouvelle dimension de l'information. Il n'y a plus d'un côté une identité stable (à protéger ou à exhiber) et de l'autre des données qui circulent, mais le façonnage réciproque et continu d'une présence informationnelle. La valeur de l'information est déterminée par son degré de personnalisation, et les contours de l'identité sont eux-mêmes modifiés par les flux de données.

Cette interdépendance s'explique par la généralisation d'une logique d'indexation, qui affecte les personnes et les contenus. Dans ce nouvel écosystème, chaque item est calculé, c'est-à-dire découpé en micro-fragments, indexé et recyclé. On aura reconnu ce qu'on désigne aujourd'hui sous le nom de « redocumentarisation », processus de fragmentation, de mobilisation et de croisement des traces, qui modifie la nature des documents et qui fait de l'individu lui-même une collection de données. » [MERZEAU, 2010]

« Intensifier » des normes d'expression

Le geste photographique est aujourd'hui d'une grande banalité. Avec l'intégration d'appareils photographiques dans les terminaux de communications utilisés de manière massive (fait étayé, en France, par les données du CREDOC qui recense

précisément les usages de la téléphonie mobile), la prise de vue photographique devient accessible à chacun et peut être pratiquée à tout moment. Les photographies sont aussi massivement diffusées, dans des espaces semi-publics voire publics, sur le Web. Cet agencement spécifique entre accessibilité de la prise de vue et possibilité de communiquer immédiatement n'a pas échappé à GUNTHERT :

« Cette évolution fait du smartphone un appareil photo universel. Se munir d'une caméra impliquait autrefois l'anticipation d'une occasion de prise de vue. Au contraire, le téléphone que l'on emporte avec soi pour ses fonctions communicantes ou ludiques rend la photographie disponible en permanence 8 . L'occasion photographique correspond à une gamme codifiée d'événements, en dehors desquels la prise de vue est mal tolérée 9 . Seule la situation d'exception du touriste et la justification de l'exotisme autorisent un recours intensif à l'outil photographique. En étendant à chaque instant de la vie la capacité d'enregistrement, le mobile transforme chacun de nous en touriste du quotidien, prêt à faire image dans n'importe quelle situation. Cette nouvelle compétence se manifeste notamment par la publication dans la presse de photos ou de vidéos amateur de drames ou d'accidents majeurs (attentats de Londres en 2005 ; fusillade sur le campus de Virginia Tech en 2007 ; crash d'un avion de ligne sur l'Hudson River en 2009, etc.). Mais la métamorphose ne se borne pas à la production des images. La photographie connectée résulte de l'alliance du smartphone avec les outils de communication, messagerie instantanée ou réseaux sociaux, sur lesquels l'image peut être transférée immédiatement, par le biais d'opérations élémentaires. Même si cette conjugaison ne représente qu'une fraction des pratiques amateur, elle s'impose comme une étape emblématique, le symbole de la deuxième révolution de l'image numérique. » [GUNTHERT, 2014]

Si bien que l'omniprésence de la photographie semble être un lieu commun. GUNTHERT lui-même commentait les titres de presse qui annonçaient que nous étions devenus « tous journalistes » [GUNTHERT, 2015]. Or, il n'est pas évident de considérer cette pratique (prendre régulièrement des photos) comme allant de soi. Patrick PEREZ, dans un article intitulé « No picture! no picture! », explique en quoi la photographie peut être vécue comme une intrusion, un peu violente, dans l'intimité de la personne :

« [s]ans avoir besoin d'invoquer ici une prétendue explication métaphysique au sujet d'"un vol de l'âme", une glose que nous n'avons jamais entendue localement, il est néanmoins évident que, pour les Hopi, la photographie "prend" quelque chose à son sujet, une part de son identité, de sa personne. » [PEREZ, 2000]

De là, deux hypothèses : soit nous nous avons accepté cette forme de violence symbolique quotidienne, soit nous avons changé ce que signifie la photo.

L'hypothèse de BARTHES serait plutôt du deuxième type :

« [L]'autre moyen d'assagir la photographie, c'est de la généraliser, de la grégariser, de la banaliser, au point qu'il n'y ait plus en face d'elle aucune autre image par rapport

à laquelle elle puise se marquer, affirmer sa spécialité, son scandale, sa folie. » [BARTHES, 1980]

La massification de la photographie avec l'arrivée de la photographie numérique, et l'entrée dans les mœurs de la mise en public de ces photographies sur le Web, sont qualifiées par GUNTHERT [2014] comme « une étape emblématique, le symbole de la deuxième révolution de l'image numérique ». Cela peut sembler exagéré, mais ce constat se comprend dans une perspective de long terme et en ayant en tête que la photographie ne va pas de soi.

Les médias sociaux participent de cette « révolution » en devenant des intermédiaires presque incontournables pour le partage des photographes, si bien qu'ils influencent les normes d'expression. Il a été remarqué, notamment par WATERLOO et al. [2017], que l'expression d'émotions positives était jugée plus appropriée sur les médias sociaux :

« Ultimately, these findings show that users consider the expressions of both positive and negative emotions acceptable on social media. Overall, this seems to fit the idea of authentic self-presentation in online settings in that expressing negative emotions is acceptable, which is in line with presenting one's "true self" (e.g. Back et al., 2010; Bareket-Bojmel et al., 2016). The relative higher rating of positive expression appropriateness points toward a stronger presence of positivity norms, which corresponds with positive authenticity expectations on social media (Reinecke and Trepte, 2014). However, this finding should not be considered unique to online settings as positivity norms also persist in face-to-face interactions (Howell and Conway, 1990). Generally, the fact that people follow rules of interaction stems from the inherent need to avoid the risk of social sanctions and rejection (e.g. Cialdini and Trost, 1998; Lapinski and Rimal, 2005).²⁷ » [ibid.]

La méthode d'analyse employée dans cet article est intéressante : les auteurs s'appuient, pour formuler leurs hypothèses, sur des études empiriques, mais emploient des méthodes quantitatives pour comprendre précisément ce qui était acceptable ou non et sur quelles plateformes. L'article montre que les normes d'expression sont les mêmes que celles de l'espace social « hors ligne » et ne sont pas une spécificité des

27. Traduction (par nos soins) : « En définitive, ces résultats montrent que les utilisateurs considèrent que l'expression d'émotions positives et négatives est acceptable sur les médias sociaux. Dans l'ensemble, cela semble correspondre à l'idée d'une présentation de soi authentique dans les contextes en ligne, dans la mesure où l'expression d'émotions négatives est acceptable, ce qui est conforme à la présentation de son "vrai moi" (par exemple, Back et al., 2010; Bareket-Bojmel et al., 2016). L'évaluation relativement plus élevée du caractère approprié de l'expression positive indique une plus forte présence de normes de positivité, ce qui correspond aux attentes d'authenticité positive sur les médias sociaux (Reinecke et Trepte, 2014). Toutefois, cette constatation ne doit pas être considérée comme propre aux environnements en ligne, car les normes de positivité persistent également dans les interactions en face à face (Howell et Conway, 1990). En général, le fait que les gens suivent des règles d'interaction découle du besoin inhérent d'éviter le risque de sanctions sociales et de rejet (par exemple, Cialdini et Trost, 1998; Lapinski et Rimal, 2005). »

espaces en ligne. En revanche, les médias sociaux « intensifient », pour reprendre les termes de Manovich [MANOVICH, 2016], ces aspects normatifs, et font pencher la balance vers les « normes de positivité » qu'on attribue aux médias sociaux.

Ainsi, l'enquête de CHALFEN [2015] montre que les photographies vernaculaire marquent souvent des étapes symboliques importantes de la vie, et souvent positives, comme la naissance ou le mariage. De même, sur Instagram, la plupart des photographies sont très policées et tournées vers des sujets valorisants pour leur auteur. La différence ici réside dans le passage à une échelle industrielle.

On peut relire ce passage de *La chambre claire* comme une préfiguration de l'effet de ce changement d'échelle dans la consommation des images :

« ce qui caractérise les sociétés dites avancées, c'est que ces sociétés consomment aujourd'hui des images et non plus, comme celles d'autre fois, des croyances ; elles sont donc plus libérales, moins fanatiques, mais aussi plus "fausses" (moins "authentiques") – chose que nous traduisons, dans la conscience courante, par l'aveu d'une impression d'ennui nauséux, comme si l'image, s'universalisant, produisait un monde sans différences (indifférent) d'où ne peut alors surgir ici et là que le cri des anarchismes, marginalismes, individualismes : abolissons les images, sauvons le Désir immédiat (sans médiation). »
[BARTHES, 1980, p.182–183]

Le point intéressant ici, dans la réflexion de BARTHES est qu'il considère qu'il y a un geste de *consommation*. Il rattache, à notre sens de manière tout à fait juste, le changement de statut de la photographie, sa banalisation, à la société de consommation. Instagram en est aujourd'hui l'avatar le plus évident. En effet, Instagram porte l'échelle de ce partage de représentations, autrefois perceptible dans les photos de famille, qui circulaient dans des espaces plutôt privés et restreints, à l'échelle planétaire, et surtout, comme l'indique JEANNERET [2014] avec acuité, en industrialisant les moyens de produire ces images. Les images sont donc moins « authentiques », parce que produites selon des processus beaucoup plus rationalisés, et beaucoup plus nombreuses. Nous reviendrons plus en détail sur l'industrialisation.

Mais il n'y a pas que les *selfies* et autres photos partagées sur les réseaux sociaux. Les photos de famille sont un autre archétype du document investi d'une forte valeur sociale. En effet, CHALFEN montre bien dans son article [CHALFEN, 2015] comment la photo de famille permet, par les choix qui sont faits (on ne photographie que certains moments précis), de fonder un lien ritualisé avec la famille. Ces photos sont typiquement des documents qui circulent non pas parce qu'ils ont une valeur esthétique, mais parce qu'ils sont le symbole d'une certaine réussite sociale, un marqueur d'un passage dans la vie. Elles sont investies d'une capacité à faire le lien avec les proches parents.

Cette valeur sociale n'a pas échappé aux concepteurs de plateformes de réseautage

social, et des espaces dédiés au partage de photos de famille ont été conçus. Dans un article intitulé « Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus ? », BEUSCART et al. [2009] expliquent le paradoxe dans lequel nous mettons les réseaux de partage d'image en public ou en semi-public : nous investissons un document d'une valeur symbolique forte (qui est forte, notamment, dans le cas des photos de famille, parce que ces photos sont cantonnées au cercle familial) que nous mettons à disposition d'autres pour qui il peut signifier tout autre chose (ou rien du tout, puisque, par exemple, on ne reconnaît personne sur la photographie).

André GUNTHER [2014] va plus loin et propose d'analyser les images qui circulent sur les réseaux socionumériques comme étant « conversationnelles » comme étant le support d'une discussion. Cette manière d'analyser l'objet change radicalement le sens de l'image en société. Il ne s'agit plus de documenter mais de revenir à cet étrange statut selon lequel « une image vaut plus qu'un long discours ».

Il faut quand même apporter une nuance à ces travaux sur les *selfies* et l'expression moderne en ligne. S'il y a bien ces dimensions-là dans ces images, il ne faut pas oublier le système économique dans lequel elle sont intégrées.

Le mouvement opéré par la massification de la production photographique va en réalité diluer ces occasions : la discussion est déjà embrayée depuis longtemps par la photographie, mais à présent les occasions glissent vers le partage de la banalité : boire un café, travailler...

La pratique du jeu « stop drop and *selfie* »²⁸ est intéressante de ce point de vue : elle s'ancre dans l'indicialité de la photo (je *prouve* par mon geste que je suis dans telle activité) tout en utilisant tous les codes modernes de la photographie « conversationnelle » : filtres, ajout de texte...

Rappelons la définition simple que donne JEANNERET de l'industrialisation, sur laquelle se base cette hypothèse : « Prise en charge d'une partie de la communication par un processus rationalisé, optimisé techniquement et soumis à un principe d'efficacité et d'économie. » [JEANNERET, 2014, p.12]

Il s'agit bien d'une *partie* de la communication qui est prise en charge par un processus rationalisé, et non de la communication dans son entier : les dynamiques sociales dans la communication échappent à ce type de processus. En effet, ce qui peut faire l'objet d'une optimisation technique, c'est la médiation de la communication. Les médias informatisés, articulés autour de processus rationalisés que sont les algorithmes

28. Un jeu sur Instagram, qui consiste à se prendre en *selfie* donner une petite phrase de contexte sur ce qu'on est en train de faire et mentionner trois autres personnes qui vont à leur tour arrêter ce qu'elles étaient en train de faire, pour prendre une *selfie*, et ainsi de suite.

et soumis à un principe d'efficience et d'économie, procèdent de l'industrialisation.

En lisant ainsi cette définition, la précision de JEANNERET, commentant MœGLIN se comprend mieux :

« La capacité qu'offrent les architextes d'industrialiser, non des œuvres achevées mais des *moyens d'écrire*, et par là de créer des situations de communication, est dynamisée par cette logique de délégation d'un pouvoir d'écriture. Elle permet la production massive de textes et de documents originaux (entendre : non produits précédemment) par les usagers eux-mêmes ainsi que la mise en circulation de nombreuses œuvres existantes. »

[JEANNERET, 2014, p.624]

Ce processus d'industrialisation ne vient pas produire les contenus (« des œuvres achevées ») à notre place : il vient pour ainsi dire se glisser entre eux et nous, grâce à la délégation de pouvoir d'écriture. La thèse de RIEDER [2006] explique comment cela fonctionne : une interface est un outil technique qui nous permet de déléguer un peu de notre pouvoir dans l'utilisation d'une machine. Par exemple, au lieu de donner au processeur l'instruction d'enregistrer tel fichier à tel endroit sur le disque, nous cliquons sur l'icône « enregistrer ». En ce faisant, nous laissons à l'interface le soin de donner cette instruction au processeur en partant du principe que cela donnera le résultat attendu. Nous déléguons à l'interface un peu de pouvoir d'agir sur la machine. Ce n'est pas en soi un problème : nous ne pourrions pas utiliser autant de machines sur une base quotidienne si nous n'avions pas d'interfaces qui nous simplifient le travail. Mais il est intéressant de reconnaître ce principe de délégation. C'est la même chose qui se passe avec l'interface des dispositifs que nous utilisons pour communiquer : nous travaillons avec la palette d'outils que nous propose l'interface. Comme la machine a ses contraintes, cette palette est nécessairement finie, et donc, contraignante elle aussi.

C'est comme si on avait imposé un papier à lettres sous forme de formulaire : on continue à écrire des lettres, mais on le fait selon des modalités autres que nous n'avons pas choisies. Au lieu d'écrire sur papier libre, on remplit les champs du formulaires. Ce sont ces modalités qui sont industrialisées. La communication est toujours à l'initiative de son locuteur.

Quand on pense ce processus dans les termes de la délégation, telle qu'elle est définie par Bernhard RIEDER, on constate que le contrat de délégation est toujours valide, l'utilisateur final étant souvent mis devant le fait accompli. Il est ainsi forcé de composer avec une nouvelle dimension qui s'ajoute à sa communication, et qu'il n'a pas choisie.

*

* *

Ainsi, la production de photographies de la ville à l'ère des médias informatisés apparaît comme une pratique qui ne s'est pas forcément radicalement transformée.

la massification des images n'atténue pas, comme on pourrait le penser, le sens, mais elle rend moins lisibles les contextes de production en les lissant. Elle rend les images encore plus perméables les unes aux autres.

La photographie vient ajouter à l'image de la ville une dimension supplémentaire. En effet, elle participe de la médiatisation de la ville.

Chapitre 2

Un jeu d'échelles documentaires

L'interprétation de la ville est aujourd'hui rendue plus complexe : il n'a jamais été aussi facile de produire des documents et des données sur la ville et les pratiques de cette dernière. Il y a donc profusion d'images, de récits, de représentations. La ville n'a peut-être jamais autant été documentée.

Dans un contexte où émerge une réflexion de plus en plus structurée autour de la « *smart city* » ou « ville intelligente », dont le principe est la documentation à outrance de l'activité urbaine, on en viendrait presque à se demander si la ville, au final, n'était pas un document comme les autres. . .

En effet, il nous semble intéressant de nous intéresser à la manière dont, avant les médias sociaux (dont la nature même implique la documentation en reposant sur des bases de données informatique), la ville, en tant qu'infrastructure permet cette documentation de l'urbain par la photographie.

Pour comprendre cela, il faut d'abord s'intéresser à ce que c'est que documenter, et ce que ça implique dans notre manière de considérer notre objet. Cela permet de mieux appréhender en quoi la ville constitue une infrastructure documentaire. Une fois que les articulations entre ces différents niveaux de documentation explicitées, nous pouvons nous attarder sur ce que les médias sociaux font à la documentation.

2.1 Qui documente, pour qui ?

Nous avons compris que la production d'une photographie est le produit d'une construction sociale complexe. Mais une fois publiée sur les médias sociaux, cette dernière va intégrer tout un système qu'il convient de décrire et d'analyser.

En effet, à une époque où nous entrons en contact avec un bon nombre d'images à

travers un écran, sur les médias sociaux, le rôle de cet intermédiaire technique dans la fabrique de notre regard doit être discuté. Comment transforme-il cette négociation sociale du spectre du regardable ? Comment change-il silencieusement le jeu de cette négociation collective ?

Ce travail ne prétend pas s'occuper de la réception de ces images, autrement dit la manière dont elles sont *réellement* interprétées par les internautes. Il faudrait pour cela adopter une toute autre méthodologie que la nôtre. Nous allons donc nous concentrer non pas sur la réception mais sur la mécanique de classement qui préside à la vie culturelle de ces images, et sur ce que cette mécanique altère dans les possibilités d'interprétation de ces contenus.

En effet, nous considérons, avec Marie DESPRÉS-LONNET que le « destin » des images est façonné à la faveur d'opérations de documentation : en étant partagées et repartagées, elles vont être intégrées à des ensembles de contenus graphiques et textuels –des collections– différents. Il nous semble important de nous attarder sur ces opérations, pour bien comprendre dans quelles logiques économique-politiques elles s'insèrent. En effet, loin d'être « neutres », les intermédiaires techniques associés à cette documentation ont une grande influence sur les contenus qu'ils manipulent.

Pour commencer, qu'est-ce que la documentation ? En quoi les images publiées sur les médias sociaux que nous observons relèvent de la documentation ?

Qu'est-ce que c'est que documenter ?

La documentation, pour Marie DESPRÉS-LONNET [2014b], « a pour objet d'optimiser la capacité informative des documents à l'intention d'un collectif de référence ». Cette optimisation passe, par exemple, par la mise en place de standards de nomenclature, par le rangement efficace de ces documents en collections organisées selon des critères précis (dans des bibliothèques, dans des archives). Il s'agit de définir des critères 1/ pour retenir ce qui doit être documenté (ce qui vaut la peine d'être archivé) 2/ pour organiser cette information. Ainsi, la documentation est un exercice partial. Les critères choisis pour retenir et classer de l'information ne sont jamais neutres, ils sont toujours liés à un ensemble de valeurs précises, à des choix politiques. Ainsi, Marie DESPRÉS-LONNET et MICHEAU [2019] donnent l'exemple de la classification de la musique. Beaucoup de catégories de classification de la musique sont héritées de la musique classique, parce que, dans nos sociétés, c'est la musique classique qui est considérée comme la plus noble. C'est un choix partial.

On voit bien en quoi cet exercice a des conséquences sur notre vision du monde, sur ce que nous retenons du passé, lorsqu'il s'agit d'archives historiques. Ainsi, « [e]n

étendant à la recherche historique le mot d'ordre féministe "un homme sur deux est une femme", les historiennes ont mis en évidence que non seulement l'universel jusque-là étudié n'était en fait qu'un demi-universel, mais que celui-ci était pensé, écrit et raconté au masculin. »²⁹. En effet, si le critère légitime pour sélectionner l'information alors était le point de vue masculin, alors ce que nous retenons du passé est façonné par ce point de vue.

La documentation, quand elle organise et classe les documents a aussi comme effet qu'elle « rigidifie » le réel : on ne peut classer que selon un nombre fini de catégories. Il faudra bien que le réel rentre dans l'une d'elles, quitte à faire quelques compromis. Ces compromis sont nécessaires, puisque ces catégories optimisent la capacité informative des documents : les catégories de classement dans une archive, par exemple, permettent de retrouver le document facilement, mais aussi de constituer un ensemble cohérent (une collection) autour d'un sujet. Il y a optimisation dans le sens où l'information est plus facilement disponible et plus facile à mettre en lien avec d'autres.

La documentation procède du geste de l'enregistrement, un geste qui correspond à un projet précis : transformer le réel en information, faire rentrer le réel dans un registre (avec ses champs prédéfinis), dans un format qui permet de lui faire traverser l'espace et le temps plus facilement. Le document, qui est le résultat de cette opération, a pour rôle de transmettre cette information dans un lieu et un temps décorrélé de ceux dans lesquels il a été produit. C'est ainsi que nous pouvons recevoir par voie de presse des nouvelles de l'autre bout de la planète (le document qu'est l'article de journal permet à cette information de changer de lieu) et que Roland BARTHES peut retrouver le visage de sa mère, malgré la disparition de cette dernière (nous pouvons considérer que le document qu'est la photographie permet à l'image de la mère du sémiologue de traverser le temps).

La photographie, si elle consiste bien en un enregistrement qui permet de conserver une image après sa disparition, pour Marie DESPRÉS-LONNET, cela n'est pas aussi simple :

« En partant de ces définitions qui fixent ce que serait un document, je me suis proposée d'inverser la perspective est de m'intéresser aux conditions de recevabilité de la photographie en tant que document. J'ai donc posé l'hypothèse que les photographies dites documentaires ne deviennent totalement des documents que lorsqu'elles sont mises au service d'un projet au sein duquel elles jouent ce rôle. En effet, si la prise de vue détermine quelle part du réel sera représentée, c'est la manière dont cette photographie entrera dans

29. VIRGILI Fabrice, « L'histoire des femmes et l'histoire des genres aujourd'hui », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 2002/3 (no 75), p. 5-14. DOI : 10.3917/ving.075.0005. URL : <https://www.cairn.info/revue-vingtieme-siecle-revue-d-histoire-2002-3-page-5.htm> (consultée le 20/10/2021).

un certain ordre documentaire qui va déterminer son sens en lien avec sa capacité à devenir document. » [DESPRÉS-LONNET, 2014b, p.38]

Nous voyons ici que la photographie a une place particulière dans la documentation. Si, à première vue, il nous semble bien qu'elle constitue un enregistrement, nous voyons également ici que tout enregistrement, toute production de document ne peut pas automatiquement constituer de la documentation. La documentation est aussi une visée, un projet. C'est le rôle qui est attribué à l'image qui est déterminant. En reprenant l'exemple de la photo de la mère de BARTHES, nous voyons que ce qui la constitue comme document, c'est moins son contenu mais la manière dont le sémiologue lui donne un rôle en l'analysant comme une trace de ce qui a été.

Ainsi, toute production de document ne constitue pas nécessairement de la documentation puisque cette dernière suppose l'assignation d'un rôle au document, dans une visée de classement de conservation.

Qu'est-ce qu'un « réseau social » aujourd'hui ?

Au moment où Coutant & Stenger écrivent cet article d'introduction au numéro d'Hermès sur « Ces réseaux numériques dits sociaux » [COUTANT et STENGER, 2011], ce qu'on appelle « le web 2.0 », ou « web participatif » vient alors d'émerger, et avec lui tout un discours d'escorte sur la participation, la possibilité ouverte par ces nouveaux systèmes techniques de donner la parole à un public qui était jusqu'ici privé de celle-ci, la plupart des médias « classiques » (presse, télévision) fonctionnant sur un modèle où la parole est détenue par quelques-uns et diffusée à une large audience.

Conscients, déjà, que les enjeux autour de ces nouveaux dispositifs sont plus complexes que « l'admiration béate des activités permises aux individus ou dans la dénonciation radicale des stratégies industrielles masquées par l'idéologie de la participation », ils produisent une introduction qui s'attaque au douloureux problème de la définition. Faut-il utiliser la terminologie « réseau social » ? Comment appeler ces nouveaux systèmes d'expression sans biaiser le regard du chercheur dans un sens ou l'autre ?

Qu'appelle-t-on « réseau social » ? Aujourd'hui, cette expression concerne les sites de réseautage social, c'est à dire les sites sur lequel on est mis en relation avec d'autres personnes, en général sur la base d'abonnements. On obtient un flux d'informations émises par les personnes auxquelles on s'est abonné. On peut d'ailleurs soi-même émettre des informations et bénéficier donc d'un public qui s'abonne à celles-ci. L'expression « réseau social » est inspirée de la théorie des réseaux sociaux, qui ne date pas de l'apparition de ces sites : comme le rappelle Paola TUBARO [2014] « Yet social

networks themselves are not new : people have always formed ties to one another, and online platforms such as Facebook, Twitter and LinkedIn only offer channels for networked interactions to occur. » On comprend le lien : en *documentant* ces liens sociaux (une base de données recense qui est « ami » avec qui) les sites de réseautage social rendent d'autant plus visibles ces réseaux de sociabilité qui leur préexistaient. Ces sites sont considérés, dans cette logique, comme des outils pour sociabiliser ou étendre son réseau de sociabilité en rencontrant de nouvelles personnes.

C'est encore, effectivement, un aspect caractéristique de ces sites, et c'est en cela, notamment, que la distinction opérée par l'article reste pertinente dix ans après. Mais la situation a également énormément changé. Le Facebook qu'observent alors les auteurs a évolué, l'économie médiatique a évolué. Il semble intéressant et important de se repositionner face à quelque chose qui semble évident aujourd'hui : la manière dont nous nommons ces objets. Si dans la recherche anglophone on pourra lire « social network » (« social networking site » chez BOYD) ou encore « social media » ; en français, on les appelle « réseaux sociaux » ou, plus spécifiquement en SIC « réseaux socionumériques ». Peut-être que ces terminologies méritent d'être réévaluées à la lumière du chemin parcouru entre cet article de 2011 et la situation qu'on peut observer en 2020.

La première grande différence entre ce que décrit l'article et aujourd'hui réside dans le fait qu'à l'époque, il faut déjà commencer par démêler ce que plusieurs auteurs ont pu rassembler dans le « web participatif », ou « les médias sociaux ». Les blogs, Youtube, Wikipédia, et Facebook sont ainsi regroupés ensemble alors que, comme Coutant & Stenger le soulignent, ils ne fonctionnent pas selon les mêmes logiques. Il semble qu'aujourd'hui ces distinctions soient acquises, qu'il n'y ait pas besoin d'expliquer de nouveau que ce qu'on appelle « réseau social », ce n'est ni un blog ni un wiki, c'est bien un site de réseautage social.

La deuxième grande différence concerne, justement, la question du réseautage social. Dans l'article de Coutant & Stenger, la distinction qui est alors faite entre « média social » et « réseau social » tient en gros à la distinction qui est faite entre réseautage et partage de contenu :

« La plupart des sites regroupés sous l'appellation "médias sociaux" abritent effectivement des activités guidées par un intérêt particulier : regroupement autour de passions ou de pratiques, usage professionnel (veille, réseautage, recherche d'opportunités professionnelles), création ou partage de contenu (connaissances, vidéos, photos, liens), rencontre amoureuse. En revanche, les réseaux socionumériques donnent lieu à des activités guidées par la sociabilité, par l'amitié (le concept d'ami devant alors être réexaminé). » [COUTANT et STENGER, 2011]

Est-ce que cette distinction peut encore se soutenir en 2020 ? Est-ce que Facebook, qui porte en son sein une économie médiatique propre³⁰, peut encore être défini comme un réseau donnant lieu à des activités guidées par la *seule* sociabilité ? Est-ce que Twitter, où se jouent aujourd'hui des affrontements politiques, où se partage et se discute la presse, peut encore être défini seulement sous cet angle ? La question mérite d'être examinée.

Il existe des usages « sociaux » de ces systèmes. Bien sûr. Comme le remarquent d'ailleurs les auteurs, il n'existe de toutes façon pas de média « a-social ». Mais ne regarder que leur aspect social reste extrêmement réducteur.

Un certain nombre de travaux ont expliqué le fonctionnement de ces systèmes : la collecte de traces et de données personnelles [MERZEAU, 2012], jusqu'à en constituer un modèle d'affaires [ERTZSCHEID, 2009], le découpage du texte, pour le rendre plus recombinaisonnable et plus calculable [GOYET, 2017]. On a aussi pu constater, avec notamment ce qu'on a appelé dans la presse les « fake news » comment ces entreprises (puisque Facebook, Twitter, et autres sont des entreprises) pouvaient interférer très concrètement dans les équilibres de gouvernance médiatique, en changeant la manière dont se consulte et se discute la presse. Les réseaux socionumériques de 2020 ont bien d'autres facettes que ce pour quoi on a forgé ce terme de « réseaux » : la mise en lien.

Dix ans après, il nous semble donc que ce qui caractérise ces sites n'est pas tellement la mise en lien, mais la médiatisation. Ces sites sont des *intermédiaires* de la communication, des interfaces plutôt que des réseaux. Ce sont non pas des industries médiatiques (au sens où la télévision en est une), mais des *industries de la médiatisation*. Médiatiser le monde est porté à une échelle industrielle [JEANNERET, 2014]. C'est selon nous la première des caractéristiques de ces sites. C'est précisément cette activité médiatique que nous allons discuter dans cette partie, en essayant de comprendre comment s'imbriquent les décisions de documentation qui sont prises par les utilisateurs finals³¹, et celles qui sont prises par le site sur lequel ils publient du contenu.

Alors, comment désigner ces objets ? En suivant ce raisonnement nous avons décidé de réintroduire « médias sociaux » dans le cadre de la présente thèse, pour remettre en avant cette dynamique de médiatisation, bien que la distinction opérée entre médias

30. Ce monde de presse en ligne interne à Facebook a probablement largement contribué à la transformation de notre rapport à la presse en ligne, en bâtissant un système industriel autour du *clickbait*, décrit en détail dans l'article de HERRMAN [2016].

31. On utilise ici une forme correcte et attestée par le Larousse du pluriel de « final » : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/final/33788> (consulté le 20/10/2021). De plus, nous empruntons ici directement le vocable « utilisateurs finals » à l'étude de la régulation des télécommunications, où elle est d'usage.

sociaux et réseaux sociaux par COUTANT & STENGER reste à notre sens encore pertinente. Le positionnement de ces sites comme industries médiatisantes nous paraît essentiel à faire ressortir dans leur dénomination, au risque d'introduire un peu de confusion dans la distinction susmentionnée.

Mais comme c'est un terme imprécis, on peut chercher, pour l'analyse, de se doter d'une catégorie plus analytique. C'est pour pourvoir à cet usage que le terme « réseaux socionumériques » a émergé –mais nous avons expliqué pourquoi nous voulions nous détacher de la notion de « réseau ».

PERAYA et BONFILS, ont opté pour une formulation très différente, celle de « dispositifs médiatiques » ou de « dispositif sociotechnique d'information et de communication » [PERAYA et BONFILS, 2012]. Si le cadre de l'étude ici concerne en fait des dispositifs d'apprentissage à distance, leur manière d'aborder le dispositif peut nous aider ici, pour étudier des médias sociaux :

« Aujourd'hui, les différentes dimensions technologique, sociale et relationnelle, symbolique et sémiotique nous paraissent constitutives de la définition même du concept de dispositif (Jacquinot et Monnoyer, 1999 ; Peraya, 1999). Aussi nous paraît-il légitime de ne conserver que le terme de dispositif qui, à lui seul, rend compte de toute la complexité de ce concept. » [ibid.]

Le terme de dispositif a à son avantage son héritage foucauldien, qui permet d'une part de saisir la dimension d'agencement entre des dynamiques sociales, des objets techniques (des algorithmes, des terminaux), des dynamiques économiques (afficher de la publicité) voire politiques (influencer des élections) –c'est ce qui est un peu contenu dans « socionumériques » dans « réseaux socionumériques ». Cela permet aussi de saisir la question du rapport public-privé, de la surveillance, parce que ce concept a d'abord été utilisé pour décrire des systèmes de contrôle par FOUCAULT. Ceci tout en laissant de la place, qu'a rappelée DE CERTEAU dans ses travaux, pour le braconnage, les marges, les usages inattendus. Il permet de penser ces sites comme des systèmes complexes, des agencements, qui débordent du seul « réseau ».

Cette terminologie a un défaut, c'est qu'elle est peu accessible : il suppose chez le lecteur une certaine culture en sciences humaines et sociales pour comprendre ce que *dispositif* implique. De plus, le terme de « réseaux sociaux » s'est imposé dans l'usage de la langue pour désigner ces sites ; celui de « dispositif » en est suffisamment éloigné pour que le lecteur ne sache pas de quoi il est question. Si juste soit-il, le choix d'une catégorie d'analyse ne doit pas empêcher de comprendre ladite analyse.

Il apparaît qu'il n'y a pas de solution parfaite pour désigner ces sites. Le choix de terminologie de Coutant et Stenger (RSN) reste relativement pertinent même si ces sites ont bien changé en dix ans, mais ne correspond pas à notre angle d'analyse ; le

choix d'utiliser « médias sociaux » introduit de la confusion ; le terme de dispositif est extrêmement précis et porte un héritage qui nous semble servir l'analyse, mais est peu accessible.

Pour la présente thèse, nous avons donc opté pour une solution de compromis : nous avons privilégié l'usage de « médias sociaux », quand il s'agissait d'évoquer ces sites, en partant du principe que cette terminologie constituait un bon compromis entre positionnement théorique (mettre en avant la position d'intermédiaire médiatisant de ces sites) et accessibilité (la subsistance du terme « sociaux » permet de relier cela à « réseaux sociaux » sans difficulté).

2.1.1 La documentation dans le cadre des médias sociaux

Dans son article *As we may think*³², Vannevar BUSH imaginait un nouvel outil de documentation, où tous les savoirs existant sur Terre étaient reliés entre eux. Un tel outil optimiserait à coup sûr la capacité informative de chaque document, puisqu'il serait possible de naviguer de citation en citation.

Le chemin qu'a pris le Web, digne héritier de ce que projetait BUSH alors, a dessiné, dans l'exercice de la documentation de manière générale, deux nouvelles tendances : un changement d'échelle (relier tous les savoirs de la planète, cela n'a aucune commune mesure avec l'organisation d'une bibliothèque), et l'apparition, à cette échelle-là, d'agents automatisés dans le travail de documentation.

Cela va avoir, évidemment, une incidence sur la manière dont les choix de documentation seront faits, puisqu'une partie d'entre eux seront délégués [RIEDER, 2006] à une entité mécanique. La documentation n'est plus effectuée et contrôlée par des acteurs qui anticipent les effets de sens qui seront produits. Les effets de sens sont *industrialisés*.

Les sites de réseautage social ont permis d'étendre la documentation à d'autres sphères de la vie publique et privée : il s'agit de se documenter *soi*. Ces sites sont appelés communément, mais un peu abusivement « réseaux sociaux », parce que leur raison d'être est de mettre en lien des personnes entre elles. En effet cette mise en lien est possible parce que les personnes renseignent un certain nombre d'information sur elles. C'est en appairant des profils liés par une information (l'université où l'on a fait ses études, par exemple) que la mise en lien est opérée par le système.

Les personnes ainsi « reliées » entre elles constituent alors un graphe social, et

32. Traduit ici par Anthony Masure : <http://www.softphd.com/these/traduction/vannevar-bush-as-we-may-think> (consulté le 20/10/2021).

c'est cela qu'on appelle « réseau » dans l'expression communément adoptée « réseaux sociaux ».

Ainsi, fondamentalement, ces plateformes constituent d'immenses bases de données où les utilisateurs viennent renseigner les éléments qui les concernent ou qui concernent leurs proches. La documentation a quitté les fonds d'archives pour s'inviter dans nos modes de consommation, nos vacances, nos relations avec les autres, sagement consignées et historisées, qualifiées selon des critères tels que « c'est compliqué » sur Facebook [BOYD, 2014]. C'est ainsi qu'Olivier ERTZSCHEID conclut : « L'homme est devenu un document comme les autres, disposant d'une identité dont il n'est plus "propriétaire", dont il ne contrôle que peu la visibilité (ouverture des profils à l'indexation par les moteurs de recherche), et dont il sous-estime la finalité marchande. » [ERTZSCHEID, 2009]

La conclusion d'ERTZSCHEID, si elle est radicale dans sa formulation, nous rappelle que le contexte économique importe dans l'analyse de ces sites, puisqu'elle change la *finalité* de la documentation. Ce n'est pas la même chose de rassembler une archive pour un musée que pour améliorer l'affichage de publicités ciblées. La documentation étant une opération partielle (on choisit ce qu'on enregistre et ce que l'on n'enregistre pas), la finalité de cette dernière importe dans l'analyse.

Cette documentation perpétuelle nous plonge dans des ruptures de temporalité qui faisaient déjà l'étonnement de BARTHES concernant la photographie : quel miracle de pouvoir convoquer ainsi l'image de ce qui a été, par la simple opération de la consultation d'un document ! Le document produit dans la hâte du quotidien, presque sans y penser, se trouve enregistré, indexé, soigneusement consigné dans une base de données : on peut en retrouver la trace plusieurs années après. Le rapport entre le temps difficile à évaluer du stockage de ces données et leur contexte de production est surprenant.

La distorsion de temporalité entre la publication et l'archivage est un autre élément à prendre en compte. C'est à dire, le concept de traces et de traçabilité. L'activité est documentée par l'utilisateur final, mais celui-ci n'en supervise pas l'archivage. Tout au plus peut-il supprimer son contenu – mais celui-ci est probablement archivé par ailleurs par l'entreprise mettant à disposition le média social. L'archivage du contenu est délégué à un autre acteur, hors de contrôle.

Un espace public ?

Si l'on s'intéresse à Twitter parce qu'il s'y déploie un discours ordinaire, similaire à ce qui peut s'échanger au café, peut-on qualifier cet espace de « public », au sens

habermassien du terme ?

En effet, ce qui constitue l'espace public au sens de HABERMAS, à savoir pour Alain LÉTOURNEAU cité par Marc LITS :

« L'espace public, c'est un ensemble de personnes privées rassemblées pour discuter des questions d'intérêt commun. Cette idée prend naissance dans l'Europe moderne, dans la constitution des espaces publics bourgeois qui interviennent comme contrepoids des pouvoirs absolutistes. Ces espaces ont pour but de médiatiser la société et l'État, en tenant l'État responsable devant la société par la publicité, la *Öffentlichkeit* dont parlait Kant. »
[LITS, 2014]

Nous allons retenir de la pensée du philosophe allemand essentiellement deux points : l'usage public de la raison et l'espace public bourgeois comme médiatisation entre la société et l'État. Tout d'abord, la pensée de HABERMAS doit à KANT la distinction entre usage privé et public de sa raison. Il attribue à l'émergence de la presse l'émergence d'une « sphère publique » si l'on suit LITS dans son choix de terminologie. L'usage public de la raison est celui, pour rappel, où en tant que personnes soustraites au regard de l'État, les citoyens expriment une pensée qui tend vers l'universel, entre dans un débat entre citoyens égaux en droits. L'espace public est formé par cet ensemble de personnes qui débattent entre elles de la chose publique, de l'intérêt général.

Ensuite, la pensée de HABERMAS est articulée autour de l'émergence en Europe d'« espaces publics bourgeois », qui, au delà du rôle de la presse, comportent une caractéristique à notre sens très importante : ces espaces publics, paradoxalement, naissent dans des espaces privés. En effet, l'espace public bourgeois naît dans les clubs et les salons du XVIII^e siècle, et non sur la place publique. A l'abri des regards de l'État, le citoyen peut formuler une pensée indépendante, qu'il va ensuite exprimer dans la presse et discuter avec d'autres, en public. Cet espace qui n'est pas l'agora (un espace d'expression entièrement public) et n'est pas non plus un espace intime (qui est entièrement privé), constitue un espace de discussion où l'on peut formuler cette parole qui tient l'État pour responsable sans être influencé par ce dernier, puisque l'État n'y a pas accès –c'est en ce sens que l'espace public bourgeois est un contrepoids au pouvoir absolutiste.

Le bourgeois qui tient salon le fait précisément dans le salon des appartements dont il est propriétaire. Lorsqu'il referme la porte, il est chez lui, et le discours qui s'y tient est soustrait au regard de l'État, contrairement à celui qui fait l'objet des notes étudiées par Arlette FARGE [FARGE, 1992] : les cafés et les places publiques sont des espaces que l'État regarde et écoute, mais pas les appartements privés. Ce paradoxe fondamental entre usage public de sa raison et situation privée d'exercice de la raison nous apparaît

comme le point pivot du concept d'espace public. Autrement dit, l'émergence du « mal dire » au XVIII^e siècle est notamment rendue possible par l'émergence d'espaces de réflexion et discussion privés, au sens où le pouvoir n'y a pas accès.

Le premier point a été longuement discuté. La question : est-ce que s'exprimer sur les médias sociaux relève d'un usage public de sa raison a été bien sûr posée. Si la plupart des commentateurs de HABERMAS cités par LITS remarquent les mélanges, sur lesquels nous reviendrons, entre vie publique et privée qu'occasionne l'usage des médias sociaux, il semble que peu d'entre eux s'attardent sur la manière dont l'espace d'expression a changé. Selon nous, cela apparaît mieux lorsqu'on porte attention au deuxième point que nous avons mis en lumière, qui est la manière dont la pensée de HABERMAS s'appuie sur cette configuration particulière entre l'espace public et l'espace privé, matérialisée par le salon bourgeois du XVIII^e siècle.

Sur les médias sociaux, il est indéniable qu'il y a publicité du discours –d'ailleurs, les profils sont publics par défaut sur la plupart des sites de réseautage social. Mais l'espace où le discours est tenu n'est pas l'agora publique, et il n'est pas non plus comparable au salon de l'espace public bourgeois. En effet, un site de réseautage social est un espace d'expression que l'internaute ne maîtrise pas : il n'est pas chez lui. C'est l'entreprise qui exploite le site de réseautage social qui fixe les règles selon lesquelles l'internaute s'exprime, d'une part, et d'autre part, cette expression de soi constitue un revenu pour l'entreprise. Les données, les traces, pour employer le terme de MERZEAU sont ensuite exploitées pour fournir des revenus publicitaires à l'entreprise.

Il y a une relation de pouvoir ici qui nous semble très différente de celle analysée par HABERMAS dans *L'espace public*. Nous pouvons comparer l'expression sur un média social à celle dans un café, où les clients du café ne sont pas chez eux, mais peuvent s'exprimer librement, tant qu'ils ne contreviennent pas aux règles de la maison, auquel cas le tenancier a le droit de faire sortir le client, puisque c'est lui le propriétaire des lieux. Les clients du café s'expriment en public : la bienséance veut qu'on n'écoute pas les conversations des autres clients, mais il est possible de venir écouter ce qu'il s'y passe (c'est d'ailleurs pour cette raison que les cafés sont surveillés au XVIII^e siècle).

Les médias sociaux mettent en visibilité quelque chose qui existe déjà hors-ligne dans le café, mais se retrouve ici déplacé, dans une configuration inhabituelle : le pouvoir de modérer, cadrer la parole. Dans un espace public tel que la rue, par exemple, la régulation des comportements inappropriés se fait d'abord dans le cercle des interactants, puis ce cercle peut faire appel à la police, qui est une force d'État. Sur Facebook, la modération n'est d'abord pas prise en charge par la plateforme, mais opérée de manière protéiforme par les personnes qui ouvrent l'espace de la discussion

(sur leur page, dans les commentaires en dessous d'une publication par exemple). Ainsi, le propriétaire d'une page Facebook peut prendre en charge le fait de supprimer les commentaires insultants publiés sur cette page, et en informer ses lecteurs par le truchement d'un texte qui fait office de charte éditoriale et de modération. C'est comme si dans chaque cercle de discussion dans un café, celui qui avait démarré la discussion avait aussi le droit de sortir quelqu'un de la discussion parce que son comportement est déplacé. La plateforme elle-même ne fait ce travail qu'en dernier recours –Facebook, par exemple, emploie des modérateurs humains qui guident des algorithmes sophistiqués de détection des propos haineux, mais cela n'est pas suffisant étant donné l'échelle du site, d'autant plus que la modération automatisée peut faire des erreurs³³. Autrement dit (et pour continuer à filer la comparaison avec le café) il y a bien un videur, mais le bar est immense et il est seul ; il peut se tromper et faire sortir les mauvaises personnes. Si bien que les clients s'organisent pour pouvoir continuer à discuter entre eux paisiblement, ce qui leur donne l'illusion qu'ils maîtrisent l'espace de la discussion. En vérité il sont bien chez un hôte qui a le dernier mot.

En effet, il ne faut pas oublier le travail éditorial qui est produit par les médias sociaux, qui organisent les contenus selon une certaine logique, et donc amplifient la parole selon cette logique. Par exemple, la presse a récemment découvert que Twitter privilégiait, via son algorithme, les prises de parole politiques les plus extrêmes³⁴. Ce travail d'amplification de la parole existait déjà hors ligne : la presse et la télévision ont longtemps rempli ce rôle de chambre d'écho de certaines idées plutôt que d'autres. La nouveauté de la prise en charge de ce travail par les médias sociaux réside d'abord dans l'échelle de cette amplification (*tous* les discours subissent ce miroir déformant, pas uniquement la parole des personnes qui ont accès aux médias traditionnels), mais aussi dans une concentration des pouvoirs : Twitter oriente la direction éditoriale de ce qui est affiché sur la plateforme, et se charge également d'y modérer les contenus. Ces règles de modération peuvent aller plus loin que le cadre légal en vigueur : comme tous les médias sociaux, la modération est faite sur la base du respect des Conditions Générales d'Utilisation du site. Dans un café, le tenancier n'a pas ce pouvoir d'amplification de la parole de quelques-uns, et il est tenu de se borner au respect de la loi. Finalement, ce n'est pas tant celui qui ouvre la conversation sur sa page Facebook

33. Voir par exemple, parmi les nombreux articles traitant des *Facebook files* mis au jour par Frances HAUGEN, l'article de Martin UNTERSINGER, « Sur Facebook, le fiasco de la modération en langue arabe », *Le Monde*, 25 octobre 2021, https://www.lemonde.fr/pixels/article/2021/10/25/sur-facebook-le-fiasco-de-la-moderation-en-langue-arabe_6099808_4408996.html (consulté le 23 novembre 2021).

34. cf. « How Twitter's algorithm is amplifying extreme political rhetoric », Oliver Darcy, *CNN Business*, 22 mars 2019, <https://www.cnn.com/2019/03/22/tech/twitter-algorithm-political-rhetoric/index.html> (consulté le 23/11/2021)

qui distribue la parole –ce qui est à l’image du salon– mais Facebook lui-même.

L’autre déplacement que nous pouvons noter, et qui rend la comparaison avec le café caduque, réside dans le contrôle que la plateforme s’arroge sur ses hôtes par la collecte de « traces ». Cela nous permet de revenir sur la manière dont l’usage des médias sociaux ne se structure pas autour d’une parole strictement tournée vers l’intérêt général, parfois, c’est davantage de l’ordre du récit de soi. C’est d’ailleurs l’un des axes principaux de discussion autour de *L’espace public* dont LITS rend compte dans son article :

« Certains considèrent (Miège, 2010) que les médias et les nouvelles technologies de l’information créent même une sphère intermédiaire entre espace public et espace privé, mais imaginer trois sphères indépendantes, même si elles sont en intersection, semble peu pertinent. Il faut plutôt considérer les médias contemporains non comme de simples transmetteurs de contenu (ce qu’a trop souvent privilégié une approche sociologique fondée sur l’analyse des effets), mais comme des "intermédiaires symboliques collectifs" (Wolf, 1993). » [LITS, 2014]

En effet il est indéniable que les médias sociaux nous permettent de déployer une monstration de soi (ce que COUTANT et STENGER [2010], lecteurs de Goffman, mettent parfaitement en lumière). CASILLI, en commentant GOFFMAN, parle de l’espace en-ligne comme d’une *scène*.

« Il y a une très forte continuité entre les pratiques de gestion des traces corporelles sur les réseaux socio-informatiques et la "présentation de soi" étudiée par Erving Goffman dans son ouvrage de 1959. Bien avant l’arrivée d’Internet, la sociologie interactionniste avait analysé les comportements en société comme des processus dialectiques, des allers et retours incessants entre une scène (espace de la monstration de soi) et des coulisses (lieux en principe inaccessibles au public, où l’acteur peut ne pas être ce qu’il dit être quand il est sur la scène). Si l’on remplace les notions de "scène" et de "coulisses" par celles de "réseau" et de "vie hors ligne", le cadre théorique tient toujours. » [CASILLI, 2012]

BOYD et MARWICK ne disent pas autre chose quand elles expliquent que les adolescents sont parfaitement conscients d’être observés en ligne et choisissent avec soin ce qu’ils y publient [BOYD et MARWICK, 2011]. Mais cette scène n’est pas celle qu’avait GOFFMAN en tête ; il ne s’agit pas du « théâtre de la vie quotidienne », où la scène est la rue, la salle de classe, tous les espaces sociaux que nous pratiquons. Dans le cas des médias sociaux, la pièce est jouée dans un théâtre privé, et sur les murs sont diffusées des publicités.

Nous pouvons aussi comprendre ce qu’il se passe en prenant l’analogie du balcon :

« Je suis devenu de plus en plus conscient du fait que nous avons tous autour de nous des machines qui peuvent potentiellement nous écouter à tout instant. De la même manière que si vous étiez sur un balcon. Il y a toujours des passants qui peuvent vous entendre. Si vous êtes sur un balcon, quelqu’un peut se placer devant votre immeuble et entendre ce que vous dites. Mais vous vous sentez aussi dans l’intimité d’un espace privé, vous

vous sentez chez vous. C'est donc ce que l'on entend lorsqu'on dit "nous sommes tous sur le balcon". Vous vous sentez dans votre bulle, alors que quelqu'un peut vous entendre. »
[DULLAART, CHAZEL et ROMAN, 2017]

Cette analogie est encore plus intéressante si on la pousse dans ses retranchements : une personne locataire de son appartement ne sera pas propriétaire du balcon, ce qui le rendra moins maître de cet espace que ne suggère la démonstration. Double publicité : celle vis à vis de la rue, et celle vis à vis d'un espace aménagé comme chez soi, mais sur lequel la maîtrise est limitée.

Pour Olivier ERTZSCHEID, « il s'agit de "faire collection" pour permettre à chacun de s'orienter, de choisir, en mettant en place un catalogue global des individualités humaines. » [ERTZSCHEID, 2009] Qu'est-ce que ça veut dire? Qu'est-ce qu'on qu'on peut entendre par « faire collection »? Il s'agit ici de considérer l'utilisateur des médias sociaux comme capable d'assez d'ingéniosité pour comprendre le fonctionnement de ce qui l'entoure et s'y adapter. Sa gestion de l'identité se pose alors en prenant en compte le régime documentaire dans lequel il est inséré : il se met à penser toutes les facettes de son identité comme autant de collections.

Ce sont les conclusions que pose danah BOYD quand elle explique dans *It's complicated* que loin d'être inconscients, les adolescents utilisent en fait les réseaux sociaux d'une manière qui peut être privée, mais pas privée au sens où l'entendent les adultes.

« The tensions between the technologies that help create networked publics and the publics that are created through networked technologies reveal how the nature of public-ness is actually being remade every day in people's lives. Twitter is not inherently public even if the content is broadly accessible, nor are people's experiences of Facebook private just because the content can be restricted. Both help create networked publics, but the nature of public-ness for teens ends up depending on how the people around them use available tools. » [BOYD, 2014, p.205]

De la documentation libre à l'intersurveillance

Nous pouvons rapprocher cette maîtrise limitée sur l'espace de la parole à la manière dont les médias sociaux constituent des espaces de documentation de soi. Cela nous permet de revenir sur les discussions autour de la notion d'espace public évoquées par LITS et citées précédemment. En effet, la plupart des commentateurs de HABERMAS reviennent sur le fait que la documentation de soi opérée par les utilisateurs des médias sociaux ne peut pas être considérée comme un discours tendant vers l'universel. C'est pour cela que plusieurs auteurs proposent un modèle avec une « sphère intermédiaire entre espace public et privé » [LITS, 2014].

Pour commencer, comme PROULX ET AL. [PROULX et KWOK CHOON, 2011] le soulignent, les entreprises qui mettent à disposition ces sites ont pour objectif l'exploitation des données des utilisateurs afin de générer plus de revenus publicitaires (la publicité étant le centre du modèle d'affaires d'au moins les plus gros médias sociaux). Ici, nous retrouvons l'importance de les appeler « médias » et non « réseaux » : ces sites ne sont pas des intermédiaires neutres qui mettraient seulement les personnes en relation, ce que l'appellation « réseaux sociaux » peut nous faire croire. Ce n'est pas le même cadre que celui d'une bibliothèque, ou d'une communication dans un cercle privé. Ici, l'intermédiaire technique a tout intérêt à ce que tous les utilisateurs dévoilent le maximum d'informations et soient exposés à un maximum de publicité. Cela fait tendre la documentation vers de la surveillance.

La surveillance, est, d'abord, opérée par la plateforme. Les revenus publicitaires colossaux générés par Facebook, Twitter, et autres, le sont grâce à l'attention portée par lesdites plateformes à nos fréquentations, nos goûts, nos préférences politiques...

Mais il y a plus : l'effet induit par ces plateformes est plus pervers. Cette surveillance est aussi le fait des utilisateurs entre eux.

C'est selon nous un déplacement qui empêche de considérer les médias sociaux comme des espaces où la parole est libre. Elle n'est ni soustraite au regard de l'Etat, ni soustraite au regard des autres, au contraire.

Pour désigner cela, nous pouvons parler de « sousveillance ». Quand GANASCIA [GANASCIA, 2019] utilise le concept de « sousveillance » introduit par Steve MANN, en l'opposant à l'opposition à « surveillance », il fait une analyse un peu optimiste en projetant une surveillance de l'Etat par tous. En cela, il se détache des analyses de QUESSADA, qui donne de la « sousveillance » une lecture foucauldienne, où « La sousveillance est un dépassement de la surveillance en ce qu'elle est légère, discrète, immatérielle et omniprésente. » [QUESSADA, 2010]. En cela, ils rejoignent l'analyse de Fausto COLOMBO, qui lui parle d'« intersurveillance » pour qualifier la manière dont la documentation de soi sur ces espaces se fait [COLOMBO, 2014]. Le rapport à l'autre est motivé par l'instrumentalisation de la relation par le dispositif, qui a pour conséquence un désir d'en savoir plus sur l'autre. On s'engage dans la relation pour en savoir plus, et donc, nous finissons par tous nous entre surveiller. Cette lecture foucauldienne est tout à fait utile pour notre question.

Pour PROULX et KWOK CHOON [2011], ce que font les réseaux socionumériques, ce n'est pas construire de la surveillance au sens de FOUCAULT, mais plus de mettre en place une « société de contrôle », prophétisée par DELEUZE, où l'exposition de soi permet au contrôle social de s'installer. Le tout dans un contexte d'économie

capitaliste où c'est bien l'utilisateur qui produit un travail invisible et non rémunéré pour l'entreprise mettant la plateforme à disposition.

Tout d'abord, une fois que la personne qui publie a composé son message, et organisé, en fonction des outils mis à sa disposition par la plateforme de publication sur laquelle il est inscrit, les métadonnées attachées au document qu'il produit (*hashtags*, etc.) (c'est en cela que les réseaux socionumériques sont déjà des espaces « documentants »), son message est soumis à la plateforme.

Il se passe déjà quelque chose en amont : le message soumis est déjà un message découpé, mis en forme en fonction de ce que la base de données de la plateforme réclame.

Il y a aussi les règles implicites qui gouvernent l'ordre de l'interaction sur chaque plateforme, qui viennent influencer ce qu'on choisit de montrer. Ainsi, sur Instagram, on peut observer que les utilisateurs sont plus enclins à partager les endroits dans lesquels ils ont plus de plaisir : les cafés, les restaurants, les centres commerciaux [BOY et UITERMARK, 2015]. Sur Twitter, on fera surtout attention à la dimension virale de son image (la popularité d'un message étant notamment indexée sur le nombre de repartages).

Cette réflexion amène naturellement une réflexion plus précise sur les dynamiques de pouvoir à l'œuvre dans les plateformes qui forment notre terrain. En effet, les médias sociaux que nous étudions procèdent d'une économie particulière : la monétisation des données personnelles. Ainsi, nous sommes face à une imbrication de deux phénomènes, qui, en quelque sorte, s'entraînent l'un l'autre :

- une manière très particulière d'organiser l'image de soi sur les réseaux sociaux ;
- une économie basée sur l'exploitation de cette image de soi et son encouragement à toujours montrer plus ;

2.2 La ville est-elle un document comme les autres ?

Cette mécanique documentaire est sous-tendue par une infrastructure, à laquelle la ville elle-même participe. D'abord, nous examinerons en quoi ce partage de représentations est rendu possible par l'existence de réseaux, de centres de données³⁵, qui innervent l'espace urbain [DIGUET, LOPEZ et LEFEVRE, 2019]. Nous étudierons également la place de pivot, dans cette infrastructure, de l'équipement terminal, le *smartphone* en l'occurrence.

35. En anglais, *datacenters*.

2.2.1 **L'infrastructure réseau en ville permet la documentation des pratiques**

Toujours dans le souci de porter attention au contexte dans lequel sont produites ces images, intéressons-nous à ce que la ville permet, cette-fois-ci non pas comme points de vue, mais comme infrastructures de communication. En effet, publier des photographies depuis son téléphone portable suppose plusieurs éléments qu'il s'agirait de sortir de l'évidence pour les considérer : posséder un téléphone portable équipé d'un appareil photographique, avoir souscrit à un forfait téléphonique permettant l'envoi de données sur Internet, se trouver dans une zone suffisamment couverte pour pouvoir envoyer et recevoir du contenu, et enfin être inscrit sur Twitter pour pouvoir y publier du contenu.

C'est ce que Jérôme DENIS et David PONTILLE font dans leur article sur les infrastructures urbaines ; ils nous décrivent la manière dont « [l]es territoires architecturaux de la ville sont traversés, supportés, voire augmentés par des dispositifs numériques, qui jouent un rôle important dans la multitude des manières possibles de les habiter. » [Jérôme DENIS et PONTILLE, 2010]

La focale sur les représentations urbaines, de fait, fait perdre un peu de vue le caractère non-évident de toute une couche d'infrastructure, qui en réalité soutient et permet la pratique. En effet, on sait que les villes de l'envergure de Lyon disposent d'une bonne couverture réseau : on fait une focale sur une population qui peut, de fait, documenter son environnement. Une enquête dans des territoires moins pourvus en couverture réseau n'aurait pas donné les mêmes résultats.

En effet, les médias sociaux sont moins consultés dans des agglomérations plus petites : « la taille d'agglomération est également un facteur d'importance puisqu'il existe un écart de 10 points entre la participation des individus en agglomération parisienne (67%) et celle du reste de la France (de 55% à 58% selon la taille de l'unité de résidence). »³⁶

Cela vient confirmer l'étroit lien qui existe entre modifications des représentations urbaines et utilisation de médias sociaux. Il serait intéressant de rapprocher cela d'une étude spécifique des représentations urbaines dans des agglomérations de petite taille.

Ces infrastructures nous apparaissent comme invisibles, ce qui nous les rend évidentes ; elles ne sont vraiment visibles que lorsqu'elles dysfonctionnent ou lorsqu'elles dérangent : antennes indisposant les riverains avec leurs émissions, coupures de ré-

36. ARCEP -CREDOC, *Baromètre du Numérique 2018* <https://www.arcep.fr/actualites/les-communiques-de-presse/detail/n/barometre-du-numerique-publication-de-ledition-2018.html>, consulté le 30 août 2021.

seaux dues à des travaux, absence de réseau dans le métro, par exemple... Comme le soulignent Jérôme DENIS et PONTILLE [2010], la ville, avant même qu'on puisse la qualifier d'« intelligente » est déjà parcourue par toute une infrastructure qui sous-tend son usage.

Nous pouvons ainsi considérer que cette infrastructure relève de ce que Georges PEREC [1989] appelle l'« infra-ordinaire ». Il s'agit bien de toute une chaîne (téléphones, antennes, équipements réseaux..) d'objets techniques que nous utilisons sans y penser et parfois sans même se douter qu'ils existent.

Jérôme DENIS et David PONTILLE notent le rôle des écrans dans cette « écologie informationnelle » de l'espace urbain : en effet, ces derniers « modifient sensiblement les paysages urbains contemporains en y ajoutant des espaces informationnels dynamiques ». Ces écrans sont disposés dans l'espace urbain ; mais on les retrouve aussi dans les transports (métro, tram...).

Ces éléments peuvent se combiner avec la photographie en réseau. La régie de transport lyonnais (TCL) a par exemple décidé de rediffuser, sur ces écrans, des clichés pris par les utilisateurs du réseau et publiés sur Instagram. L'image de la ville apparaît donc, reproduite sur ces écrans, alors même qu'on est en train de la parcourir. Quelles transformations symboliques sont-elles à l'œuvre ? Qu'est-ce que ce changement de contexte de réception de ces images fait à leur interprétation ? Comment la ville est-elle *informée* par cette écologie informationnelle particulière ?

2.2.2 Le rôle pivot de l'équipement terminal dans la documentation de la ville

L'évolution du point de vue sur la ville est fortement liée à celle des terminaux qui constituent une première « strate » de médiation de notre point de vue sur la ville, et de documentation de ce dernier.

Nous choisissons ici le terme de « terminal », directement emprunté aux travaux de l'ARCEP, étant donné le cadre de cette réflexion qui porte sur la manière dont les réseaux informatisés configurent la documentation de la ville. En effet, si la nature des images est importante, le contexte technosémiotique dans lequel elles sont saisies l'est tout autant, puisqu'il participe lui aussi de la médiation.

En informatique, le *terminal* désigne le point de terminaison du réseau, et, de manière générale, l'outil avec lequel l'utilisateur accède à Internet : ordinateur, *smartphone*, tablette, etc. [ARCEP, 2018]. Nous avons choisi ce terme parce qu'il suppose justement qu'il n'est qu'un *point de terminaison* d'un réseau qui est présent même s'il est souvent

invisible pour l'utilisateur.

Du MMS aux tweets : le terminal, pivot du partage des images La spécificité des images dont nous faisons l'étude réside dans le fait qu'elles peuvent virtuellement être consultées n'importe où, sur le *smartphone* des utilisateurs. D'après la dernière étude du CREDOC et de l'ARCEP³⁷, 94 % des français disposent d'un téléphone mobile et trois français sur quatre ont un smartphone. Terminal qui « confirme, cette année, sa situation d'équipement privilégié des Français pour se connecter à internet. » Nous notons également que, 59% des français participent à des réseaux sociaux, d'après la même étude. En tenant compte de ces chiffres, il semble raisonnable de supposer qu'une grande partie des images que nous étudions ont été consultées sur l'écran d'un *smartphone*. Cela semble d'autant plus solide que, en 2017, 80% des utilisateurs de Twitter se connectent sur le site *via* leur téléphone mobile³⁸

Le *smartphone* apparaît comme un pivot : c'est par le truchement de cet objet technique que les images sont d'abord prises, puis publiées et enfin consultées. Comme nous le remarquons en introduction, le *smartphone* se charge à la fois de la prise de vue et de la publication sur Internet de l'image. Ce n'est pas anodin : jusqu'à une époque assez récente, la prise de vue et la publication des clichés constituaient des temps distincts. Par exemple, une fois le cliché pris avec un appareil photo et imprimé, il était envoyé par la Poste, publié dans la presse ou sur un blog. La photo ne pouvait pas être communiquée depuis l'appareil photo lui-même. En combinant appareil photo et terminal de communication téléphonique, le *smartphone* permet une contraction de ces temps. C'est une rupture considérable dans les usages sociaux de la photographie.

Mais ce n'est pas avec le *smartphone* que cette rupture s'opère en premier. Ce premier couplage entre prise de vue et publication de la photographie se fait avec le protocole « *Multimedia Messaging Service* », (« service de messagerie multimédia »), plus connu sous l'acronyme MMS.

Le service du MMS est mis sur le marché, en France, en 2002 [DEMUMIEUX et HABBOUCHE, 2004] dans le cadre des abonnements de téléphonie mobile, tirant partie de l'arrivée sur le marché de ce que HOREL [2006] appelle les « caméraphones », les premiers téléphones mobiles intégrant un appareil photo. Ce sont des terminaux beaucoup moins sophistiqués que les *smartphones* d'aujourd'hui, qui sont de véritables

37. ARCEP — CREDOC, *Baromètre du Numérique 2018* <https://www.arcep.fr/actualites/les-communiques-de-presse/detail/n/barometre-du-numerique-publication-de-ledition-2018.html>, consulté le 30 août 2021

38. Source : « Twitter Lite PWA Significantly Increases Engagement and Reduces Data Usage », *Chrome Dev Summit 2017* <https://developers.google.com/web/showcase/2017/twitter> (consulté le 23/09/2021), statistique difficile à sourcer par ailleurs.

petits ordinateurs de poche : l'écran est petit, n'est pas tactile (le téléphone n'est contrôlé que par un clavier physique). Les appareils photos embarqués alors sont modestes et ne peuvent pas capturer d'images de très haute définition. Enfin les fonctionnalités en dehors des appels et de l'envoi de messages sont encore limitées.

Le système du MMS permet d'intégrer aux messages textes envoyés depuis un téléphone mobile (les SMS – « *Short Message Service* ») des images, des vidéos de quelques secondes, ou des sons de courte durée. La taille du document attaché est en effet limitée : le standard MMS stipule que la taille des messages ne peut pas excéder 600 ko [COULOMBE et GRASSEL, 2004 ; PIGEON et COULOMBE, 2014].

Paradoxalement, alors que la photographie remplit une fonction sociale indéniable, qu'on pouvait imaginer décuplée grâce à la possibilité d'une communication immédiate de la photographie après sa prise de vue, le MMS ne sera pas un succès commercial au moment de son lancement. HOREL [2006], quatre ans après, déplore même que les MMS « ne semblent pas intéresser grand monde ».

Le Baromètre ARCEP — CREDOC de 2004³⁹ montre bien l'accueil tiède qui est fait au nouveau service, deux ans après son lancement :

« Si l'envoi de SMS+ semble en panne, les MMS semblent mieux se porter. Ces messages contenant des images ou de la musique gagnent du terrain : en 2003, 8% des possesseurs de téléphone mobile avaient déjà envoyé un MMS ; en 2004, 11% sont dans ce cas. La progression n'est pas spectaculaire, mais elle témoigne d'un certain dynamisme. » [ARCEP & CREDOC, 2004]

Le CREDOC cesse d'ailleurs de s'y intéresser à partir de ce rapport de 2004 : les suivants ne comportent plus de mention du MMS. Le centre d'étude continue cependant à observer les usages du SMS –qui ne font que croître– et reporte surtout son attention sur les usages d'Internet en mobilité, qui font leur apparition avec l'arrivée de la 3G.

En effet, le MMS fait face à deux freins majeurs, que l'étude du département R&D de France Télécom met en lumière dès 2004 : « les principales raisons de non utilisation sont dues au problème d'interopérabilité pour 29,3% [d'une base aléatoire de 600 abonnés de France Télécom en 2002], et au coût des MMS jugé trop cher pour 27,4% » [DEMUMIEUX et HABBOUCHE, 2004, p.4]. Il fallait en effet posséder un téléphone mobile compatible avec le service pour envoyer ou recevoir des MMS⁴⁰. Comme l'envoi d'un

39. <https://www.arcep.fr/actualites/les-communiqués-de-presse/detail/n/la-diffusion-des-technologies-de-l'information-et-de-la-communication-dans-la-société-française-le.html> (consulté le 30 août 2021)

40. Wikipédia précise que la réception d'un MMS sur un terminal non-compatible aboutissait à l'envoi d'une URL par SMS au destinataire. Ce qui impliquait, si le destinataire ne bénéficiait pas d'un abonnement comportant des données mobiles, qu'il recopie l'URL dans le navigateur Web de son ordinateur pour voir l'image, ce qui est terriblement fastidieux. Il est probable que ces messages étaient simplement ignorés. Source : https://fr.wikipedia.org/wiki/Multimedia_Messaging_Service, (consultée le 30

message est cher, on comprend aisément les hésitations des « non-utilisateurs » à envoyer un message qui ne sera peut-être pas lu, faute de compatibilité technique entre leur téléphone et celui du destinataire du message.

L'étude de France Télécom R&D voit juste en expliquant que « les principaux freins à l'usage identifiés seront levés dès que le parc des mobiles se renouvellera et dès que le coût du service (mobile et envoi des MMS) sera accessible à un plus grand nombre. » [ibid., p.4]. L'arrivée des offres « SMS illimités » va effectivement lever le frein sur le coût des messages, et le parc des mobiles, en se renouvelant, a fait disparaître les freins techniques liés à l'absence d'interopérabilité : les terminaux non compatibles ont fini par être remplacés par des téléphones plus récents, qui tous ont intégré la fonctionnalité MMS par défaut.

Malgré cela, ce premier rapprochement entre prise de vue et communication de l'image au sein d'un même terminal a tout d'un rendez-vous manqué : ce ne seront pas les MMS mais les *smartphones*, couplés aux médias sociaux (dont il a été question précédemment) qui populariseront véritablement le partage des images⁴¹. En effet, en 2007, l'iPhone arrive sur le marché⁴². Ces téléphones, qui possèdent de bons appareils photos embarqués, peuvent être connectés à Internet, dont l'usage se démocratise progressivement, comme le montrent les études successives du CREDOC. En parallèle, les médias sociaux font leur apparition –la première version de Facebook date de 2004.

Ce détour par l'histoire de la téléphonie mobile nous permet de comprendre en quoi l'apparition de ce que GUNTHERT appelle « l'image sociale » est liée à la fois aux conditions technosémiotiques de sa production, et à la nature de la photographie. Quand le MMS arrive sur le marché, il est déjà clair, avec la carte postale et l'envoi de photos au sein des familles que communiquer des images pour nourrir un lien social constitue un besoin (1.3.2.0). Le MMS, qui semble à première vue un excellent candidat pour renouveler cet usage social de la photographie, manque le coche.

La qualité des télécommunications, et leur accessibilité d'un point de vue financier ont certainement joué un rôle : le MMS ne parvient pas à séduire parce qu'il est cher, et ne peut transporter que peu d'informations.

Dans les rapports successifs du CRÉDOC, le centre de gravité semble se déplacer des usages multimédia du téléphone mobile (MMS, téléchargement de musique ou

août 2021.)

41. Nicolas SIX [9 juil. 2020]. « Comment le téléphone mobile a détrôné l'appareil photo en vingt ans ». *Le Monde.fr*. URL : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2020/07/09/comment-le-telephone-mobile-a-detrone-l-appareil-photo-en-vingt-ans_6045653_4408996.html [visité le 31/08/2021].

42. Source : Page d'histoire de la société Orange <https://histoire.orange.com/fr/histoire-des-telecoms/toute-histoire/>, consultée le 30 août 2021

d'images) vers les usages d'Internet en mobilité (consultation de mails, pages Web, médias sociaux), et cela se comprend aisément : le MMS, limité à la taille de 600ko pour des raisons techniques, ne fait pas le poids avec la généralisation de la 3G, qui permet l'envoi et la réception de fichiers plus volumineux.

Mais ce n'est pas qu'une simple question de débit, le MMS semble également manquer quelque chose qui a trait à la nature de la photographie. En effet les usages sociaux de la photographie reposent sur sa qualité de document. BARTHES [1980] explique que la photographie atteste de ce qui a été ; constituée ainsi comme *preuve*, elle peut faire l'objet d'un archivage, d'un classement. C'est en tant que document qu'elle peut attester de ce qui a été.

Les pratiques que nous avons décrites dans la partie 1.3 reposent également sur cette nature documentaire. Ce qui est joint aux faire-parts et aux récits de vacances, ce n'est pas seulement une image, mais aussi un *support*, qui lui permet de traverser le temps (en étant archivé), mais aussi l'espace (par voie postale). L'existence de la photographie en société est liée à sa nature documentaire.

Il nous semble que ce rendez-vous manqué s'explique par la manière dont les contraintes techniques liées à l'usage du MMS empêchent alors la photographie d'être utilisée pleinement comme *document*.

Tout d'abord, il faut remarquer la manière dont la prise de vue est contrainte avec les téléphones mobiles du début des années 2000 :

« La prise en compte de la morphologie des terminaux et des contraintes technosémiotiques est ici primordiale : la lentille de ces appareils ne permet pas un nombre infini de cadrages. Les portraits en pied sont quasiment inutilisables, les individus devenant minuscules tant l'angle de focale est large. Inversement, les gros plans sont rapidement flous. » [HOREL, 2006]

Les utilisateurs de « caméraphones » ne pouvaient donc pas photographier *tout* ce qu'ils voulaient, leur point de vue était contraint par le terminal –à une époque où les appareils photo classiques font mieux. Le rôle de l'image de l'échange se borne donc à celui de preuve indicielle BARTHES [1980] : « Cette tension vers l'effet de véracité, d'authenticité ("j'y étais et j'ai pris un MMS") est d'autant plus prégnante lorsqu'elle est assumée comme telle : certaines images sont véritablement utilisées comme des "preuves par l'image", de surveillance, de récit.. » [HOREL, 2006]

HOREL note que cela suffit à faire du MMS un message porteur d'une intention similaire à celui de la carte postale, où c'est le geste performatif d'envoyer la photographie qui nourrit la relation. Tout repose sur l'indicialité.

Mais la carte postale, elle, est un document. Elle peut être affichée sur le réfrigérateur de son destinataire, rejoindre un fonds d'archives municipales, faire l'objet d'une

collection...elle n'est pas un pure image. HOREL se trompe en repoussant du revers de la main le geste du collectionneur : la photo de la carte postale, quelle que soit sa qualité esthétique, tire précisément son épaisseur sociale du geste du collectionneur, qui va rassembler un corpus de documents.

Nous pourrions aller jusqu'à avancer que Barthes, en faisant de l'indicialité le cœur de l'existence de la photographie a manqué la valeur documentaire de la photographie : cette dernière atteste bien de ce qui a été, mais si elle ne fait qu'attester, sans pouvoir être conservée, classée, ressortie à l'occasion d'un rassemblement familial ou d'une rencontre entre amis, cette preuve ne peut pas faire l'objet d'un usage social. En d'autres termes, si le sémiologue peut regarder le portrait de sa mère défunte, et recevoir ce message puissant de son existence passée c'est aussi parce qu'un *document* a été conservé dans les archives familiales.

Or, les photos prises par « caméraphones » et envoyées par MMS ne peuvent pas être archivées. En effet, ces téléphones ne permettaient pas un transfert aisé (quand ils le permettaient tout court) des photos stockées dans leur mémoire sur l'ordinateur, sur lequel elles auraient pu être conservées, revisionnées à l'envi, et également imprimées. Cela a certainement freiné voire empêché les usages mémoriels de ces photographies, dont HOREL [ibid.] dit qu'elles sont « fugitives, disparaissent, sont peu imprimées, peu consultées... ». Elles ne peuvent pas passer d'indices à document.

Nous l'avons dit, cette valeur documentaire de la photographie tient également à la nature de son support. C'est ce support qui permet la conservation, dans le cas de la photographie papier. Dans le cas d'une photographie numérique, le support est le garant des bonnes conditions technosémiotiques de la consultation de la photographie.

Or, les photos partagées par MMS au début des années 2000 ne pouvaient être visionnées que sur un écran minuscule, ce qui n'aidait pas à en distinguer les détails. À titre de référence, le Samsung SGH V200, l'un des premiers téléphones avec appareil photo intégré à être arrivé sur le marché d'après Wikipédia⁴³, possédait un écran d'une résolution de 176 x 132 pixels.

Les usagers des « caméraphones » montraient déjà la photographie sur l'écran de leur téléphone, comme le souligne l'étude de [DEMUMIEUX et HABBOUCHE, 2004]. En effet, Les personnes qui n'utilisent pas le MMS « utilisent autant l'appareil photo du mobile que les utilisateurs du service mais les photos sont montrées à l'entourage sur le mobile et stockées dans la mémoire du téléphone. ».

Mais la taille de l'écran est ici un vrai frein pour reproduire les pratiques déjà existantes autour de la photographie, comme commenter une même photographie en

43. https://en.wikipedia.org/wiki/Camera_phone, page consultée le 30 août 2021.

petit groupe. Cela implique de faire passer le téléphone de mains en mains, l'interface est peu pratique pour zoomer ou naviguer dans l'image. S'il avait été possible de les transférer sur un ordinateur, peut-être le visionnage des photographies aurait été plus agréable, sur l'écran de ce dernier ; mais nous avons vu que ce n'était pas possible.

Au contraire, le passage à une interface entièrement tactile dégage avec le *smartphone* une plus grande surface d'écran, ce qui permet un visionnage des photos plus agréable. L'écran devient en effet juste assez grand pour être visible par plusieurs personnes en même temps : la photo peut ainsi être commentée en petits groupes, de manière très similaire à ce qui se faisait déjà autour des photos « papier ». Nous faisons ici l'hypothèse que le *smartphone*, grâce à son format et son interface donne à la photographie la possibilité d'être manipulée, redonnant une épaisseur à la photographie⁴⁴ L'interface tactile offre en effet la possibilité de zoomer, pour mieux distinguer les détails. Dans le cadre de leur enquête SMOLCZEWSKA TONA et CORDONNIER [2018] soulignent l'importance de cette manipulabilité dans le commentaire des photographies.

Le *smartphone* et l'indicialité de l'image en question La massification des images est profondément liée au fait qu'on a pu fabriquer des appareils dont la capacité de stockage desdites images augmente inexorablement. De même, l'intégration de l'appareil photographique dans les téléphones portables a facilité un geste de prise de vue : on n'a pas toujours, sauf à être photographe, son appareil photo sur soi, contrairement au téléphone portable, qu'on emporte pour rester joignable.

Ainsi, l'émergence de nouveaux terminaux, mêlant prise de vue photographique et communication, arrive dans la continuité de l'histoire de la photographie du quotidien. On s'aperçoit que les canons esthétiques repérés sur les différents espaces sont liés à des dynamiques beaucoup plus anciennes. Ceci dit, la pratique de la photographie, en se massifiant, a changé de place dans la société. En très peu de temps, nous sommes passés d'une pratique qui nécessitait de l'argent, du temps, et un haut degré de technicité à un geste trivial.

Aujourd'hui, nos téléphones modernes embarquent même assez de puissance pour opérer à la volée des traitements sommaires sur l'image, comme un rendu HDR [ARCEP, 2018]. La distinction de BARTHES, là aussi, vacille : il n'y a pas qu'un seul regard dans la photographie, et la photographie n'est plus tout à fait une émanation directe de son référent. Le terminal est capable, juste après –quasiment en même temps– la prise de vue, de modifier l'image, pour « l'améliorer ». Une telle fonctionnalité est

44. Dans son mémoire d'HDR, BONACCORSI [2012] montre bien comment la *matière* de l'écran tactile importe dans le rapport au document.

loin d'être évidente : selon quels critères ? Faut-il « améliorer » une photographie par défaut ?

Comme le rappelle GUNTHER [2008], le photomontage est presque aussi vieux que la photographie. La photographie a été très tôt recolorisée, par exemple. Mais jusqu'ici, la prise de vue et la modification de la photographie étaient séparés. Désormais, le même terminal est en charge des deux opérations. Est-ce que dans ces conditions, la photographie est toujours un indice de l'existence de son référent ?

De nombreux téléphones commencent également à disposer d'un filtre « beauté visage ». La photographie, dans ce contexte, peut-elle être encore une désignation pure du référent (si elle l'a jamais été) ? Encore une fois, quels critères de beauté sont posés ?

2.2.3 Une mise en collection des représentations

La plateforme va afficher le message sur le profil de l'auteur, où il est consultable dans ce contexte précis. Si le profil de l'auteur est public, toute personne peut accéder à cette page.

Le message va aussi être affiché dans le fil des personnes qui sont abonnées à l'auteur du message. L'auteur n'a aucune maîtrise sur le contexte d'interprétation de son message, étant donné que c'est la plateforme qui va agencer les messages entre eux selon des règles opaques. Le récepteur peut jouer sur ce contexte en s'abonnant à certains comptes plutôt que d'autres, mais pas entièrement, puisque la plateforme impose l'affichage de publicités entre les messages également, et parce que l'agencement des éléments dépend également de la plateforme.

Le contexte de réception des messages est donc difficile à reproduire dans l'analyse, puisqu'il dépend de chaque utilisateur, des comptes auxquels il est abonné et des circonstances telles que les campagnes de publicité en cours, ou, dans certains cas, l'actualité, en plus des éléments « décidés », de manière plus ou moins transparente, par la plateforme. Cela pose une difficulté dans le cadre d'une analyse sémiotique où le contexte dans lequel le message est présenté est important. Une même photographie ne sera pas interprétée de la même manière si elle est intercalée entre deux publicités ou entre deux photographies similaires par exemple. En ne pouvant pas reconstituer le contexte d'apparition des images, nous manquons une partie des informations nécessaires à leur interprétation.

Les messages peuvent aussi être rassemblés en collections, plus accessibles à l'analyse puisque moins dépendantes de ces circonstances. En effet, la plateforme peut également afficher ce *tweet*, à la demande de tout autre utilisateur, qu'il soit inscrit

sur la plateforme ou non, dans les fils correspondants aux différentes collections dans lesquelles l'utilisateur a placé son message en lui apposant le bon tag.

On obtient une collection, organisée également de manière automatisée. Cette collection n'est pas stable, au contraire : toute nouvelle publication d'un message avec le *tag* correspondant augmentera d'autant la collection.

On pourrait dire de l'algorithme qui préside à cette organisation des messages sur Twitter ce que disent DELEUZE et GUATTARI du *calque*, métaphore de la logique de pouvoir opposée au rhizome. Métaphore qui décrit parfaitement bien ce que produit dans l'ordre médiatique un algorithme, puisque le calque est dans une logique de reproduction. « Il a organisé, stabilisé, neutralisé les multiplicités suivant des axes de signifiante et de subjectivation qui sont les siens. Il a généré, structuralisé le rhizome, et le calque ne reproduit déjà que lui-même quand il croit reproduire autre chose. » [DELEUZE et GUATTARI, 1980, p.7]

La notion de « collectif de référence » (Després-Lonnet) est très utile pour comprendre ce qu'il se passe avec un *hashtag* sur Twitter. Apposer un *tag* à un message, c'est le placer dans une collection de messages. Cette liaison aura du sens pour un certain collectif de référence. Par exemple, apposer #sociologie à un message traitant d'une conférence de la discipline dans l'optique de viser d'autres collègues. Le collectif de référence est ici : la communauté de chercheurs en sociologie. Mais ce même *tag* peut être utilisé par des étudiants, à destination d'autres étudiants, pour par exemple se partager des ressources pour leurs cours. Il est alors mobilisé par deux collectifs de référence. La collection devient, de ce fait, moins lisible : aux messages traitant de la conférence scientifique se mêlent ceux traitant de ressources utiles pour des étudiants en licence.

Le collectif de référence visé par l'intention de documentation peut également changer en fonction du contexte de réception du message. Il peut y en avoir plusieurs. La difficulté est que toutes les personnes sur Twitter ne sont pas d'accord sur ce qui doit entrer dans le *tag* "#lyon", par exemple. Le collectif de référence n'est pas aligné avec le dispositif utilisé. Ce n'est pas le cas avec d'autres types de documents : un article scientifique et un livre pour enfants ne s'adressent pas au même collectif de référence.

Ce point est assez intéressant, parce qu'on a, dans la pensée classique de la documentation, coutume de penser que le geste documentant est un geste assez fort en termes de sens. Quand on place un élément dans une collection, on a une idée de ce que comporte cette collection. Quand un bibliothécaire ajoute un livre de sociologie au rayon « Sociologie » il a une idée relativement bonne de ce qu'il peut trouver d'autre

dans ce rayon. Ce n'est pas forcément le cas pour le hashtag. En fait, on peut se faire une idée de ce qu'on peut trouver dans la collection. Souvent c'est la raison pour laquelle on a apposé un *tag* précis. Par exemple, on appose le *tag* « #sociologie » parce que le *tweet* mentionne un éminent sociologue. Mais les critères selon lesquels on va mettre ou pas le *tag* ne sont pas les mêmes ; parce que les intentions documentaires diffèrent en fonction des personnes. En cela, Twitter se différencie de la bibliothèque. Dans la bibliothèque, tous les agents de la bibliothèque sont d'accord sur les critères de classement des ouvrages. Ce n'est pas le cas ici.

Donc, dans #sociologie, on va trouver tous les messages qui présentent le travail de sociologues, mais aussi par exemple des parodies de sociologues, ce qui n'est pas la même chose.

La question qui se pose à ce stade est : en quoi cela influence notre représentation de l'espace urbain ?

2.3 Qu'est-ce que c'est qu'une ville sur Twitter ?

Maintenant que nous comprenons mieux comment les enjeux de la documentation sur les réseaux sociaux et comment la ville peut elle-même peut participer à cette documentation, nous pouvons nous intéresser à la manière dont ces deux dynamiques se combinent. Comment la représentation que nous nous faisons d'une ville est déplacée par ces dynamiques ?

2.3.1 Un cas : la photographie de Thomas Pesquet

« La photo est mauvaise, mais la ville brillait trop dans la nuit » écrit sur Twitter l'astronaute Thomas PESQUET en publiant, le 8 décembre 2016, une photographie de ville illuminée depuis le ciel, présentée comme celle de Lyon, le jour de la Fête des Lumières (illustration 2.1). L'image connaît très rapidement une grande popularité (au moment de la capture d'écran, 3235 *retweets* et 4816 *likes*). Mais voilà que, le lendemain, il doit annoncer (illustration 2.2) qu'il s'est trompé et que ce n'était pas Lyon, mais...Rome.

Un dernier *tweet* (illustration 2.3) du 12 décembre permettra de corriger l'erreur de géographie initiale : « Cette fois-ci, c'est vraiment #Lyon ! Enfin, vous confirmez ? ;) »

Que nous apprennent cette photographie et la discussion qu'elle a engendré de la vie triviale des villes sur les réseaux socionumériques ? En quoi cela nous permet-il de comprendre comment les réseaux socionumériques configurent la construction des



FIGURE 2.1 – *Tweet* de Thomas PESQUET. Capture d'écran faite en 2017.

représentations de la ville?

La première capture d'écran est intéressante, en ceci qu'elle manque en quelque sorte son référent. Tout dans le contexte porte à croire que la photo ne peut désigner que Lyon : la date (le huit décembre), le nom de l'auteur de la photographie (Thomas Pesquet, connu pour ses photographies vu de l'espace mais aussi en tant qu'astronaute, et donc pour avoir une forme d'autorité scientifique), la reconnaissance de l'autorité de l'auteur par la plateforme, signalée par la petite pastille bleue, qui indique que le compte est « vérifié », les mentions vers les comptes officiels de la ville de Lyon et de la Fête des Lumières, la géolocalisation. Tous ces éléments concordent et pointent tous vers Lyon, sauf l'élément central qui est la photographie.

On pourrait s'attendre à ce que le message, dépourvu de ce qui lui donne sens, perde de son efficacité, mais il n'en est rien : finalement, c'est comme si les éléments autour de l'image étaient suffisants pour donner sens à l'image. Ainsi, de nombreuses



FIGURE 2.2 – *Tweet* de Thomas PESQUET. Capture d'écran faite en novembre 2020.

réponses que reçoit l'astronaute confirment que le message a trouvé un public, qu'il a été interprété comme un clin d'oeil à la Fête des Lumières lyonnaise malgré ce référent manqué.

Qu'est-ce qui permet à cette image de passer pour une photographie de Lyon sans en être une ? Nous remarquons d'abord la manière dont les architextes soutiennent et organisent le sens, en distribuant autour de l'image une quantité de signes qui la rendent *vraisemblable*. Par exemple, la présence du macaron bleu à côté du nom de Thomas Pesquet. Ce signe indique que le propriétaire du compte est bien la personne qu'il prétend être sur son profil, c'est un signal d'authenticité. Étant donné l'autorité scientifique de l'astronaute, cela crée un effet de sens « si c'est bien Thomas Pesquet, il n'a pas pu se tromper ». Mais cela ne dure qu'un temps : en défilant en dessous du message, on peut lire que de nombreuses personnes remettent en doute le fait que l'image montre vraiment ce qu'elle prétend désigner.

Une autre dynamique vient au secours de l'image au référent absent : celle que désigne Frédéric LAMBERT dans son livre *Je sais bien mais quand même*. Elle pourrait



FIGURE 2.3 – *Tweet* de Thomas PESQUET. Capture d'écran faite en novembre 2020.

être résumée par ce que déclare un utilisateur de Twitter en réponse au *tweet* de démenti (celui qui figure en 2.2) : « ça reste une belle ville, et de loin, franchement. . . ». Autrement dit, de toutes façons, j'avais envie de croire qu'il s'agit de Lyon, donc je vais mettre de côté le fait que l'image manque son référent et faire *comme si*.

Ce qui est intéressant ici, c'est donc l'opérativité du premier message et la manière dont l'image est soutenue par les signes textuels et iconiques qui l'accompagnent. Passons à la deuxième image.

Le lendemain, donc, l'astronaute cite son *tweet* pour faire un *erratum* et expliquer qu'il a effectivement publié une photographie de Rome. Ce deuxième message a ceci d'intéressant que sa dynamique vise à justement tourner en dérision sa position d'autorité en tant que locuteur (celle-là même qui participait à l'efficace du message précédent) : « on peut être astronaute et nu en géo apparemment ».

Il est intéressant de remarquer que ce message a été bien moins partagé que le premier. En novembre 2020, le premier *tweet* aura été repartagé 2.9000 fois et le deuxième 1.1000.

Le dernier message clôt l'histoire avec une photographie qui pointe vers le bon référent, cette fois, mais sans tout ce contexte qui force l'interprétation. Le « Enfin,

vous confirmez ? » rend le message moins assertif que le premier, et donc, malgré la photographie qui représente la « bonne » ville, moins efficace. Ce message semble même fonctionner sur le modèle inverse du premier : la photographie de Lyon présentée ici est floue, son intérêt plastique est moindre. Ce qui rend la photographie intéressante là c'est la référence de Thomas Pesquet à sa propre erreur (et à la manière dont ses abonnés sont allés contre-vérifier) et donc le fait que la photo désigne bien Lyon, qu'elle soit nette ou pas.

Ce n'est pas la seule fois que quelqu'un confond deux villes sur Twitter, ou plus largement que des photographies sont publiées sans qu'elles désignent leur référent, sciemment ou non. Par exemple, une députée a présenté sa candidature à la mairie de Nantes, en publiant une photo de ... Montpellier⁴⁵ sur son site Web, déclenchant une intéressante reprise ironique sur Twitter, où les internautes pour se moquer d'elle vont poster des messages en parlant eux aussi de Nantes, illustrés d'images d'autres endroits du monde.

Dans cet exemple-ci, ce qui fait fonctionner le message de la candidate, c'est, là aussi, tout ce qui soutient le message autour de l'image, mais non l'image elle-même. La seule manière d'interpréter positivement la place de cette photographie de fontaine, c'est de la penser comme une icône : ce qui compte c'est que la photo ait l'air d'être prise dans le centre d'une ville. Elle est là pour évoquer le centre-ville, et non pas la ville de Nantes en particulier.

Mais ce qui différencie ce cas de celui de Thomas Pesquet, c'est en fait le contexte autour de la réception du message : dans le cadre d'une campagne électorale, le choix de la photographie ne peut être interprété que comme maladroit. En n'étant au mieux qu'un choix iconique (cette fontaine représente tous les centre ville), elle trahit la position de députée « parachutée » de la candidate. Si cette dernière avait disposé cette photo en croyant sincèrement qu'il s'agissait de Nantes, comme Thomas Pesquet l'a fait pour Lyon, cela trahit une connaissance très approximative de la ville (sans l'excuse d'être à plusieurs milliers de kilomètres !). Quand les internautes se mettent à pasticher ce geste sur Twitter, la référence à la bétise de la députée suffit à neutraliser l'interprétation de l'image et à rendre tout le message ironique.

Il faut ajouter à cela que l'astronaute avait pour lui une autorité scientifique – assise par l'architexte de Twitter, qui met le lecteur dans une position bienveillante. Ce n'est pas le cas de la candidate, qui est dans une position beaucoup plus inconfortable.

45. « Candidate à Nantes, elle publie une photo de Montpellier : la boulette de la députée Sophie Errante », *Ouest France*, 30 mai 2019, <https://www.ouest-france.fr/pays-de-la-loire/nantes-44000/nantes-la-boulette-de-la-deputee-fait-le-buzz-sur-twitter-6375802> (consulté le 20/10/2021).

Ce détour nous permet de comprendre en quoi les architextes de Twitter peuvent soutenir et organiser le sens, mais également en quoi ils sont dépendants du contexte de réception : la place dans la société des locuteurs, le contexte politique, la capacité des destinataires à interpréter le message jouent également un rôle.

Ces deux cas nous renseignent également sur ce que la médiatisation des réseaux socionumériques (et celle de Twitter en particulier) fait aux villes. Qu'est-ce qui fait qu'on reconnaît une ville sur Twitter ? Comment en dessine-t-on les contours, comment attester de sa spécificité par comparaison à d'autres villes ?

Dans ces deux cas, l'image d'une ville est définie non pas parce qu'il y a effectivement sur l'image, mais par ce que nous attendons comme image et la manière dont le contexte nous aide plus ou moins à interpréter l'image comme désignant la ville dont on parle.

2.3.2 Les médias sociaux, ou le croisement des contextes

Sur les réseaux socionumériques, le contexte de production du message est peu lisible. En effet, la nature *modulaire* de la page d'un site comme Twitter produit une éditorialisation qui évacue de fait les contextes.

En effet, grâce à la logique recombinaire qui agence ces petits textes ensemble dans la *timeline*, chaque fragment de texte est extrait de son contexte originel et recombinaire avec d'autres. Dans un tel système, le contexte de production peut devenir illisible. Par exemple, il est possible sur Twitter de publier des *tweets* les uns à la suite des autres dans un *thread* (fil) cohérent. Mais il est tout à fait possible de repartager un seul message de ce fil. Celui qui ne lira que le message ainsi extrait de son fil originel, ne disposant pas de tout le déroulé, peut faire une erreur d'interprétation, n'ayant pas le contexte de production du message à disposition.

Cette recombinaison de messages issus de contextes différents a une autre conséquence : cela change l'ordre de l'interaction. En effet, en société, on évolue dans différents contextes, et on adopte différentes faces adaptées à ces différents contextes, qui sont rarement concomitants :

« Les travaux d'Erving Goffman illustrant comment toute interaction est régie par un ensemble de normes constituant ce qu'il a nommé l'ordre de l'interaction op. cit.) ne sont plus à présenter. Le self (soi) y est théorisé comme le résultat d'une négociation entre les participants où l'individu ne dispose que d'une autonomie relative. Il incarne un ensemble de rôles dans la limite de ce qui est compatible avec le respect des règles et des formes ritualisées. Le jeu est donc circonscrit par les règles et les ressources cérémonielles qui, dans le même temps, rendent ce jeu possible. L'individu anticipe aussi sur les situations. Il

soignera donc sa face selon les enjeux qu'il perçoit des situations dans lesquelles il va se trouver. Chaque interaction provoque ainsi une figuration, entendue par Goffman comme le jeu mutuel de ménagement de la face de chaque interactant, chacun ayant tout intérêt à faire en sorte que l'interaction réussisse. Cette conception de l'interaction sociale accorde une large place au contexte, puisque l'individu pourra se comporter différemment selon les audiences auxquelles il est confronté (Goffman, 1973a, 1973b, 1974). » [COUTANT et STENGER, 2010]

Sur les médias sociaux, ces contextes peuvent se croiser de manière beaucoup plus franche. L'un des meilleurs exemples est celui choisi par danah BOYD dans son livre *It's complicated* : la mère d'un des enquêtés qui commente les publications de son enfant, jetant un froid dans les commentaires. En effet, la sociabilité adolescente constitue en un ordre de l'interaction qui exclut de fait l'intervention des parents. Le fait que la mère rende explicite sa présence empêche tout bonnement la suite de l'interaction de se poursuivre.

« She was also attentive to the way in which her mother's presence on Facebook tended to disrupt the social dynamics among her friends. Carmen and her mom are close and, for the most part, Carmen loves having her mom as one of her friends on Facebook, but her mom's incessant desire to comment on Facebook tends to discourage responses from her friends. As Carmen told me, when her mother comments, "it scares everyone away. Everyone kind of disappears after the mom post." She wanted to make sure to post something that her friends would respond to, even if her mom jumped in to comment.⁴⁶ » [BOYD, 2014]

Facebook –tel qu'il fonctionnait en 2014 – va présenter le même message aux camarades de classe de l'adolescent, et à ses parents, causant ce types de rencontres non désirées entre les différents ordres de l'interaction. Ce qui encourage les adolescents à pratiquer ce que BOYD appelle la « social stenography » : ils encodent leurs messages dans des références culturelles inaccessibles à leurs parents pour les tenir éloignés de la communication, puisqu'ils ne peuvent pas empêcher les parents de lire leurs messages, même si ces derniers ne leurs sont pas destinés.

Depuis ce livre, Facebook a changé et il est maintenant possible de choisir à qui sera montré tel message que l'on publie, permettant de mieux ménager ces contextes de communications différents en fonction des cercles sociaux dans lesquels on évolue. Mais sur Twitter, c'est encore le cas. En effet, la seule manière de ménager des contextes

46. Traduction (par nos soins) : « Elle a également été attentive à la façon dont la présence de sa mère sur Facebook avait tendance à perturber la dynamique sociale entre ses amis. Carmen et sa mère sont proches et, pour la plupart, Carmen aime avoir sa mère parmi ses amis sur Facebook, mais le désir incessant de sa mère de commenter sur Facebook a tendance à décourager les réponses de ses amis. Comme Carmen me l'a dit, lorsque sa mère commente, "elle fait fuir tout le monde. Tout le monde disparaît en quelque sorte après le post de la mère". Elle voulait s'assurer de poster quelque chose auquel ses amis répondraient, même si sa mère intervenait dans le commentaire. »

différents de communication différents sur ce site de *microblogging* consiste à animer deux comptes différents –une pratique très courante aussi sur Facebook.

2.3.3 Comment encore définir la ville ?

« Une ville, l'idée de ville, suppose une clôture. Que celle-ci s'ouvre, que ses frontières deviennent imprécises au plan des usages qu'on a dans un monde urbain, ne saurait contrarier le sentiment qu'il y a la ville et *puis* ce qui se trouve à côté d'elle, au delà de ses bords. » [BAUDRY, 2012, p.16.]

Comment penser les « bords » de la ville quand celle-ci se trouve de fait reliée au réseau le plus grand du monde ? Le réseau excède, de manière tout à fait rhizomatique [DELEUZE et GUATTARI, 1980], la cartographie. Ainsi, ce qui est accessible par lien radio dans telle ville peut « déborder » aux alentours. Le village desservi se voit déborder lui aussi, avec la puissance d'émission des antennes. Jean-Paul FERRIER, cité par FONTANILLE [FONTANILLE, 2014]. Le réseau Internet paraît une bonne entrée pour appliquer ce que propose FERRIER :

« Pour Jean-Paul FERRIER, la manière la plus pertinente d'appréhender le territoire comme extension topographique est paradoxalement de le lier à un réseau, pour pouvoir prendre en compte les phénomènes qui dépassent les limites qu'on assigne officiellement au territoire. Le paradoxe du territoire ainsi conçu c'est donc d'avoir des composantes qui ne sont pas toutes comprises entre les bornes de l'espace qui lui est attribué, et donc, par conséquent, d'être animé d'une dynamique dont le ressort est précisément dans la tension entre les limites et la nécessité de leur dépassement » [ibid.]

DENIS et PONTILLE rappellent, dans leur article intitulé *La ville connectée* que cette distinction entre une ville aux bords finis et un réseau sans ancrage réel dans un territoire est de moins en moins pertinente, en raison de l'évolution d'une part, des technologies de l'information, et, d'autre part, de la ville en tant qu'infrastructure. La ville elle-même intègre de manière très forte des éléments de réseau, et la communication sur lesdits réseaux peut être ancrée de manière très claire dans un territoire, au moyen de la géolocalisation par exemple.

Cet aspect a son importance : lorsque BOY et UITERMARK étudient les publications Instagram publiées à Amsterdam, ils s'aperçoivent de l'hypertrophie de certains lieux par rapport à d'autres. Ils s'aperçoivent également de la répartition géographique des posts, très concentrée dans le centre d'Amsterdam. Cela peut en partie s'expliquer par le fait que la couverture réseau est toujours meilleure en centre-ville qu'en banlieue, les opérateurs de télécommunications ayant tendance à améliorer la couverture des zones déjà denses, parce qu'elles sont plus rentables à court terme. C'est loin d'être la seule

explication, évidemment, mais il nous semble intéressant de prendre en compte, dans l'analyse, ce que l'infrastructure permet ou non, et donc, en permettant ou non, biaise.

En France, le dernier Baromètre du Numérique semble confirmer cela : pour ce qui est de la France, l'utilisation des réseaux sociaux est de dix points plus élevée dans les agglomérations de grande taille que dans les agglomérations plus petites –et c'est très probablement lié, en partie du moins, à la meilleure couverture en réseau mobile [CREDOC, 2018] (CREDOC).

Nous pouvons en déduire que la *vue* des unes ne subit pas la même influence due à l'industrialisation du regard que les autres.

On voit comment la plus ou moins grande disponibilité de technologies de communication agit comme une sorte de lunette grossissante : c'est en partie parce que partager des images de ce lieu est plus facile qu'il existe plus d'images de ce lieu.

Les lieux sont-ils tels qu'ils apparaissent en ligne ? Qu'est-ce que la médiation du réseau socionumérique fait à la forme de la ville ?

Les contours de la ville sont définis par l'activité des personnes qui la pratiquent – et cette activité peut ne pas correspondre à ce qui a été anticipé en amont. Or, les médias sociaux sont aujourd'hui un des espaces où se joue la communication territoriale.

*

* *

Ce chapitre nous a permis de comprendre, avec le cas de la photographie de Thomas PESQUET, comment la représentation photographique de la ville reposait autant sur l'indicialité que sur le contexte de communication. La position d'autorité de l'astronaute (assurée autant par son statut de scientifique, que par l'audience importante dont il bénéficie sur Twitter) et la forme vraisemblable du cliché suffisent à permettre aux internautes d'interpréter la photo comme étant celle de Lyon.

Finalement, une ville sur Twitter, c'est ce que Anne BAEYERT-GESLIN appelle une vérité typique : toutes les villes se ressemblent. D'autant plus que les dynamiques de pouvoir éditorial des médias sociaux encouragent les équilibres déjà en place : une photo qui donne à voir cette vérité typique a d'autant plus de chances de remonter dans les classements et d'être favorisée.

Mais la ville déborde. Elle ne peut pas être réduite à des documents, elle ne peut pas être optimisée comme un programme.[MATTERN, 2017]. Les productions documentaires que nous pouvons observer ne sont que de l'écume [BOULLIER, 2017] – le pouls de la ville est ailleurs.

*

* *

Nous avons étudié dans ce chapitre les différentes échelles de documentation qui s'articulent entre elles dans le cadre de l'expression photographique à propos de la ville sur les médias sociaux. Nous avons montré que l'expression sur les médias sociaux relevait de « gestes documentants » où la documentation n'est pas forcément le fait d'une démarche structurée mais d'une infrastructure technique qui impose l'enregistrement discrétisé de traces et de données. Nous avons montré comment cette articulation entre documentation de soi et infrastructure était particulièrement prégnante dans le cadre des espaces urbains, où les réseaux sont plus concentrés, mettant en lumière le rôle pivot du *smartphone* dans ces « gestes documentants ». Cela nous a conduits à interroger les limites de ce que c'est qu'une ville, à la lumière d'une étude de cas sur une photographie de Thomas PESQUET.

Il nous apparaît que ce qui était profondément signifiant dans la démarche de photographier la ville, c'est la manière dont la photographie, qu'elle manque ou non référent, produit une connivence, une référence commune : elle permet d'articuler une expérience partagée de la ville.

Chapitre 3

Une expérience partagée de la ville

Nous avons donc appris comment fabriquer des images (et des images de la ville en particulier) nous permettait de partager notre point de vue singulier, et comment en retour cela avait une influence sur notre regard. Nous avons également vu que la documentation de ces images, en particulier *via* des dispositifs numériques, permettait d'industrialiser ce regard.

Maintenant la question qui va nous occuper est : comment cela s'applique dans le contexte particulier d'un événement, celui de la Fête des Lumières ?

Nous allons commencer par nous intéresser à la manière dont les événements urbains, dont la Fête des Lumières n'est qu'un avatar, permettent d'investir des parcours et des représentations collectifs. Ensuite, nous nous intéresserons à la manière dont ces événements fonctionnent comme des « catalyseurs » de représentations. Enfin, nous nous intéresseront à la place du récit dans ces dynamiques.

3.1 Habitant, quotidien et événement

Chercher l'habitant sur les médias sociaux : une catégorie qui échappe

Dans les espaces hautement sémiotisés que sont les médias sociaux (d'autant plus qu'ils sont articulés autour de la présentation de soi), il semble habiter quelque part *pour les autres*, et que, de ce fait l'ancrage au territoire avait plus à voir avec le fait de manipuler les bons signes qui marquaient sinon l'attachement au territoire, du moins une relation avec celui-ci qu'avec le territoire lui-même.

Nous avons une idée un peu plus précise de ce que c'est qu'« habiter », ou du moins comment nous allons le définir ici. Maintenant, deuxième question : comment observer cette médiation) ?

La notice « Médiation » dans le *Dictionnaire encyclopédique des Sciences de l'Information de la Communication* de LAMIZET et SILEM définit ainsi ce concept : « Instance qui assure, dans la communication et la vie sociale, l'articulation entre la dimension individuelle du sujet et de sa singularité et la dimension collective de la sociabilité et du lien social ».

Nous avons commencé à y répondre : nous cherchons les signes embrayeurs de cette médiation, c'est à dire des représentations.

Une première piste pourrait être de s'interroger sur *ce qui fait qu'on est considéré par les autres comme habitant quelque part*. Cela nous paraît constituer un bon point d'entrée pour toucher du doigt ce qui *signifie* qu'on habite quelque part, sur un réseau social, ce qu'on présente pour faire comprendre cela aux autres.

En effet, observer une population sur un réseau social ne nous donne accès qu'à ce que ces personnes ont décidé de montrer d'elles-mêmes. danah BOYD⁴⁷ l'explique dans son travail sur l'usage que les adolescents font des réseaux sociaux. Elle explique bien comment les adolescents mettent au point des stratégies de « *social stenography* »⁴⁸, pour dire uniquement ce qu'ils veulent mettre en public, ou dire les choses de manière obscure pour que seules les personnes concernées comprennent de quoi il s'agit. Ils sont parfaitement conscients de parler en public ou en semi-public, et donc maîtrisent les informations qu'ils donnent sur eux.

Dans ces choix de publicité, un des critères qui rentre en jeu est donc le fait que l'information ait (ou pas) du sens pour les autres. Cela peut par exemple motiver le fait, que, ayant élu domicile dans la proche banlieue, on indique sur son profil qu'on habite la grande ville attenante : un habitant de Montreuil dira qu'il vit à Paris, parce que tout le monde comprend où Paris se situe. A l'inverse, on peut aussi volontairement indiquer le nom de son petit village, pour créer un sentiment de connivence avec ceux qui savent de quel endroit il s'agit. Ce genre de réglage dépend de la stratégie de représentation sociale de la personne, du rôle qu'elle veut jouer vis-à-vis des autres.

De ce fait, nous n'avons pas la prétention d'apprendre des choses sur ce qu'est un habitant, mais plutôt sur comment on signifie qu'on habite là, comment on s'attache symboliquement à un territoire.

Le sujet de la thèse s'est donc doucement déplacé, de la question de l'expérience habitante, à la question du rapport entre identité et territorialité.

Quand on s'intéresse à la Fête des Lumières, il est difficile de faire l'économie de la

47. Elle tient à ses minuscules, ce n'est pas une erreur de typographie : <http://www.danah.org/name.html> (consulté le 20/10/2021).

48. boyd, d. (2010). *Social steganography : Learning to hide in plain sight*. En ligne : <http://www.zephorias.org/thoughts/archives/2010/08/23/social-steganography-learning-to-hide-in-plain-sight.html> (consulté le 20/10/2021). Voir aussi BOYD et MARWICK [2011]

catégorie de l'habitant. En effet, nombreux sont les discours qui placent les Lyonnais au centre des festivités. C'est un des points, nous le verrons, qui nous permet d'analyser cet événement comme un rituel.

Il faut dessiner les contours de cet habitant de Lyon, qui est au centre des récits et des injonctions. La Fête, nous allons le voir, est une occasion pour lui de se positionner comme habitant. Quels sont les signes de cette position ?

3.1.1 L'événement : un « catalyseur » de représentations

En quoi l'événement peut ainsi « catalyser » les représentations ? En ce qu'il est « débordement », si l'on suit Dominique BOULLIER, pour qui l'événement, en débordant des cadres pré-établis, vient apporter une intensité, et notamment une intensité émotionnelle, qui déborde des cadres habituels des interactions :

« Qu'il soit tendu ou bon enfant, le climat provoqué par un événement n'est plus celui de la réserve que l'on disait typique de la ville. Ce sont des émotions qui sortent, ou tout au moins des manifestations extérieures d'états émotionnels qui sont rendus publics, visibles, audibles, sensibles, et qui brisent toutes les tentatives d'immunité recherchée à travers la réserve. » [BOULLIER, 2010, p.2]

C'est cette intensité qu'on s'attend à retrouver dans les images, soit par leur nombre (les émotions intenses incitent à produire beaucoup de représentations) soit par leur qualité (ces dernières reflètent l'intensité qui caractérise l'événement).

Ce qui nous amène naturellement au deuxième aspect important dans l'événement selon BOULLIER, celui de la médiation : « Et c'est ainsi sans doute que nous touchons à l'événement considéré tout à la fois comme ce qui provoque ces médiations et ce qui se trouve produit par elles. » [ibid., p.12]

Dans son analyse, BOULLIER montre son regard attentif à ce qu'est une médiation, et en ce sens, en fait quelque chose de reliant où l'événement est une occasion d'affecter des publics qui n'étaient pas ciblés par la performance. « Tout l'environnement doit être saturé : tel est le mot d'ordre. Cette volonté de saturation fait donc partie d'une stratégie délibérée d'affectation de publics non concernés, afin de capter leur attention. » [ibid., p.47]

L'événement culturel permet également d'approfondir l'analyse de la vue urbaine. En effet, en patrimonialisant le bâti, en le scénarisant, on pose le badaud dans une position de voyeur. Ce point de vue-là est très particulier. VIDAL [2010], en reprenant une distinction opérée par DE CERTEAU, entre « voyeurs » et « marcheurs » dans l'espace urbain, et interroge la distinction entre touristes et résidents du point de vue de la perception de l'espace urbain.

La performance artistique, la « belle image » touristique

« Ces panneaux constituent des préliminaires à la vision du spectacle : ils permettent aux passants de devenir des spectateurs et de s'approprier le travail effectué sur la façade de la cathédrale. » [LABELLE, 2008]. Cet article de Sarah LABELLE nous a mis sur la piste d'une réflexion sur la manière dont le public se constitue et est institué comme tel par le dispositif de communication.

L'article porte sur un spectacle très proche des animations présentées lors de la Fête des Lumières, puisque les deux spectacles mobilisent la technique du *mapping* vidéo sur des bâtiments. En l'occurrence c'est ici la cathédrale de Rouen qui est ainsi mise en lumière. Sarah LABELLE [ibid.] explique à son propos que « l'observation des formes prises par les groupes de spectateurs met en évidence la constitution d'une attente collective qui réoriente les pratiques vers un mode d'appropriation de l'espace par l'expérience vécue collectivement. ».

3.1.2 Un public difficile à définir

Cette réflexion nous a inspiré le concept de « faire-public » pour désigner le processus d'institution/constitution d'un groupe de personnes comme public. En effet, être un spectateur, c'est occuper un certain rôle dans une situation de communication, rôle dans lequel on peut nous instituer (par le dispositif d'une salle de spectacle, par exemple, où s'asseoir dans les gradins implique que nous soyons spectateur), ou dans lequel nous pouvons nous constituer comme tel (par exemple, lors d'un attroupement spontané autour d'un musicien jouant dans le métro). Il nous semble que Sarah LABELLE en identifie le principal marqueur : une « expérience vécue collectivement ». Le « faire public », c'est donc le processus par lequel le public est désigné comme tel et l'accepte.

En ce qui concerne notre étude, nous pouvons considérer la Fête des Lumières comme une expérience collective. D'autant plus qu'en 2015, le climat particulier d'hommages aux victimes renforce la nécessité de se recentrer sur le collectif.

Il apparaît que ce public est investi d'une grande légitimité à s'exprimer à propos de la Fête des Lumières, ce qui lui donne des prises sur le sens qui est donné à l'événement.

Au final, il s'agit d'une étude focalisée sur l'énonciation du public par l'image et sur les prises qu'il prend sur l'événement (et son sens par l'énonciation).

« La question n'est plus tant celle de la ville en tant que cadre bâti, mais celle de la ville en tant qu'image de ce cadre bâti, image qui doit circuler : elle est mise en scène. La question n'est plus tant celle de la ville en tant qu'elle est peuplée d'habitants, mais celle de ce qui

peut singulariser ces habitants, tout au moins quelques-uns d'entre eux, pour "faire la différence". Car l'événement n'est que secondairement adressé à ces habitants en chair et en os : la bataille se déroule entre images concurrentes, images des autres villes, images présentes dans l'esprit des investisseurs, des décideurs de tous types que l'on cherche à influencer. Les habitants ne sont alors plus des acteurs de leur vie, mais plus souvent des figurants d'une opération entre institutions et entreprises. » [BOULLIER, 2010, p.5]

3.2 La Fête des Lumières

3.2.1 La Fête des Lumières comme rituel urbain

La Fête des Lumières est ancrée dans un temps cyclique, celui du rituel. En sus de l'analyse de Philippe DUJARDIN, nous nous appuyons sur le travail d'Emmanuelle LALLEMENT [2007] qui a étudié les Nuits Blanches, Paris Plage et la Fête de la Musique à Paris, et dégage ainsi trois critères lui permettant de qualifier un événement urbain de rituel : la périodicité, le caractère codifié, et l'inversion matérielle et symbolique de l'usage de la ville.

La Fête des Lumières est attendue chaque année depuis la fin du siècle dernier. Autour du 8 décembre, les Lyonnais savent qu'il faut mettre des bougies aux fenêtres, et s'y préparent à l'avance : en témoignent les photos de lumignons fraîchement peints qui précèdent, dans notre corpus, les photos de la manifestation elle-même (illustration 7.7). Ce caractère festif et répétitif est, selon Emmanuelle LALLEMENT, le premier critère de la ritualisation : « la forme événementielle mais répétitive de certaines opérations festives. »

Le deuxième critère correspond au « caractère codifié de ce type d'événements ». Qu'en est-il pour la Fête des Lumières ? Tout comme pour les Nuits Blanches parisiennes, la manifestation lyonnaise est présentée sur les prospectus distribués à cette occasion avec un parcours bien défini qui identifie des portions de la ville « à voir ». En 2015, l'annulation de toute la programmation a de fait redirigé le public vers la cérémonie d'hommage et autour de l'installation « Regards ». L'année suivante, en 2016, le parcours entre les installations était fortement balisé et encadré, notamment par les forces de l'ordre. Certains temps des festivités, comme la procession religieuse, sont également des temps hautement ritualisés : ordre des différents groupes dans la procession, succession des différents temps et des différentes prises de parole. Philippe DUJARDIN fait état d'emploi du temps très précis et très cadrés. La progressive laïcisation de l'événement a permis d'intégrer des temps tout aussi solennels, mais selon un régime de codification non religieux, comme la cérémonie d'ouverture.

Enfin, troisième critère, « l'inversion, matérielle et symbolique, [que ces événements] opèrent de la ville et des comportements qui y sont associés ». La primatiale Saint-Jean, illuminée tous les ans à l'occasion de la Fête des Lumières nous en fournit un bon exemple. Ce lieu de culte et monument patrimonial change, le temps des festivités, de fonction. En effet, en projetant sur la surface du bâtiment des motifs graphiques, celui-ci devient sinon une œuvre d'art, du moins l'écran sur lequel se déroule la performance du *mapping* vidéo. De plus, les illuminations exceptionnelles provoquent une seconde inversion : la ville est illuminée toute la nuit, en plein hiver, à une heure où normalement seul l'éclairage public permet de déambuler dans les rues. La ville est pratiquée dans une temporalité inhabituelle.

C'est ainsi que Sarah LABELLE comprend LYNCH, en notant dans son analyse d'une illumination de la cathédrale Notre-Dame de Rouen, que « [pour lui], *l'imagibilité est la qualité d'un espace qui produit des images puissantes. Avec ce spectacle, c'est la forme de l'environnement qui est travaillée et métamorphosée dans l'objectif de créer de nouveaux modes d'adhésion et de mémoire.* » [LABELLE, 2008].

C'est exactement dans cette dynamique, selon nous, qu'est constituée la Fête des Lumières. En produisant des « images puissantes », très photogéniques, on renouvelle la mémoire de la ville en la transformant, en lui attachant de nouvelles images, tout en favorisant des modes d'adhésion plus modernes, en pariant sur la circulation de ces images.

Cette dernière est orchestrée par la ville de Lyon : choix des installations disposées dans l'espace public, de la date, mobilisation des transports urbains, encadrement et sécurité des publics, proposition de parcours. La ville propose une réécriture de sa propre tradition à un public qui est à la fois constitué d'habitants et de touristes invités à adhérer à ce nouveau récit, qui s'inscrit en plus dans un contexte national particulier, celui des attentats terroristes. En 2015, l'événement a en effet été annulé et le 8 décembre a été transformé en un hommage aux victimes des attentats parisiens du 13 novembre ; en 2016, le périmètre a été restreint et sécurisé pendant les trois jours, dans la crainte d'une éventuelle nouvelle attaque.

La Fête des Lumières est une tradition lyonnaise de longue date. Institutionnalisée en événement touristique charriant le premier week-end de décembre des milliers de personnes dans Lyon, venues admirer les installations lumineuses réparties dans toute la ville, la fête est devenue un rendez-vous autour de l'histoire de Lyon et de son patrimoine, mis en valeur par les installations artistiques.

Le mémoire de M2 de Anne TAROU [2010] permet de retracer l'histoire de la représentation médiatique de la Fête des Lumières, puisque ses recherches remontent

à 1950. Nous y apprenons des choses plus précises sur les origines de la Fête, qui permettent à la fois de comprendre l'attachement des Lyonnais, mais aussi les choix de communication qui sont faits aujourd'hui.

C'est un mouvement qu'on observe depuis le « départ de la troisième République » : DUJARDIN fait déjà état de cette instauration d'un public actif au moment où une dynamique commerciale se fait jour. La Fête devient en effet l'occasion pour les artisans de profiter de l'événement pour faire une démonstration de leurs talents : « Du même coup, l'appropriation de l'espace festif ne dépend plus des dévots de Marie. Il ne dépend plus, non plus, de ceux qui reconnaissent là, sous enrôlement marial, l'espace de la "patrie" lyonnaise. La ville devient à elle-même son propre spectacle ; la foule devient à elle-même son propre spectacle.» [DUJARDIN, 2008]. Au début du XXI^e siècle, comme nous l'avons rappelé, la Fête prend un tournant touristique considérable avec l'organisation d'une exposition à ciel ouvert d'installations lumineuses mettant en valeur le patrimoine de la ville, attirant des milliers de touristes chaque année. Aujourd'hui, l'exportation à l'international du « concept » de Fête des Lumières, notamment via le rayonnement de la marque OnlyLyon, apporte une nouvelle dimension à la Fête. En 2017, des partenariats avec les villes de Quito et Montréal sont lancés.

3.2.2 Le rituel saisi par l'événement en 2015

L'année 2015 est le moment d'une intéressante rupture dans ce rituel –d'autant plus intéressante que l'histoire de la Fête des Lumières en compte peu– puisque le déroulement normal de la manifestation a été annulé au profit d'un hommage aux victimes des attentats survenus deux mois plus tôt.

Cela fait entrer dans l'analyse d'intéressantes questions sur ce qu'est un hommage aux victimes, ce que le terrorisme fait à la constitution d'un espace commun de représentations. En effet, l'irruption de l'attentat met en pause tout le déroulement traditionnel, habituel, de l'événement.

En décembre 2015, les attentats de novembre changent la donne : La Fête des Lumières est annulée en raison de l'état d'urgence (même si quelques installations sont quand même maintenues dans la ville), et la ville de Lyon décide de revenir aux fondamentaux : de traditionnels lumignons seront distribués, en hommage aux victimes. Et l'on pourra participer à la Fête de chez soi, sans occasionner les mouvements de foule prohibés.

Mais, en assumant en tant qu'organisateur de l'événement un tel changement, la Mairie de Lyon a opéré un changement symbolique de taille : d'une part, l'événement

est replacé dans la filiation des fêtes de la lumière à l'approche du solstice ; d'autre part, on vient lui adjoindre une symbolique d'hommage aux victimes, absente jusque là de la fête.

En décembre 2016, la Fête des Lumières a bien eu lieu, mais de manière réduite. Réduite d'abord par le temps (trois jours au lieu de quatre), et dans l'espace : le parcours a été circonscrit à la presqu'île et aux quais.

En sus, un impressionnant dispositif militaire a été déployé. Présence notable des troupes mobilisées pendant l'événement, et contrôles réguliers sur le parcours. Ces contrôles, qui occasionnaient des coupures fréquentes dans le parcours, ont gêné les badauds : « *Ça ne change rien excepté le dispositif de sécurité que j'ai trouvé contraignant. C'était particulièrement embêtant de devoir ouvrir son manteau alors qu'il faisait -4°.* », note Marine, interviewée par le journal *20 Minutes*⁴⁹.

De fait, lors des deux événements, on peut attester d'une présence du risque terroriste. En 2015, ce risque est visible : l'événement a été détourné de son but initial suite à un attentat, en 2015, il est présent en creux, parce que la présence lourde de troupes sur les lieux a mis en exergue la chape de plomb du risque terroriste.

C'est donc un événement particulièrement touché par le contexte politique que nous observons ici.

3.3 Un récit collectif ?

3.3.1 Investir des parcours et des représentations collectifs

La Fête des Lumières, nous allons le voir, est un événement tout à fait intéressant d'une part pour son lien fort avec l'histoire du territoire sur lequel il a lieu et d'autre part en raison des rencontres de publics qu'il occasionne. En effet, si la Fête des Lumières est fortement liée, par son histoire, à celle des Lyonnais, elle est devenue aujourd'hui un événement touristique d'envergure qui attire sur le territoire Lyonnais des milliers de touristes : c'est typiquement un événement urbain, au sens de BOULLIER [2010], où habitants et visiteurs se rencontrent, formant un public hybride et difficile à qualifier.

Nous allons ici essayer de comprendre en quoi cet événement peut être analysé comme un rituel, puis regarder ce qu'impliquent les changements il a subi dans son

49. « PHOTOS. Lyon : Quel bilan pour la Fête des Lumières? », *20 Minutes*, 11/12/2016, <http://www.20minutes.fr/lyon/1978579-20161211-photos-lyon-bilan-fete-lumieres> (consulté le 20/10/2021).

histoire, puis nous terminerons par la spécificité de l'édition 2015.

3.3.2 Une « condition partagée », celle du public de l'événement

« Ainsi, sur l'image négative de la masse des touristes, se superpose celle de la communauté réunie au même moment pour un spectacle qu'elle apprécie ou pour la prière dans laquelle elle communie. » [JACOBI, 2017]

Le fait de s'intéresser à la représentation d'une manifestation culturelle sur un réseau socionumérique implique de penser le statut des personnes qui sont l'auteur des messages. Ce statut est loin d'être évident, puisque si l'on regarde, les individus occupent une position particulière : ils font partie du *public* de la manifestation culturelle qu'est la Fête des Lumières, de fait, puisqu'il sont dans une position de consommation de produits culturels (ils assistent aux animations en *mapping* vidéo sur les bâtiments), mais ils sont également en train de *s'exprimer* dans un espace semi-public.

Attachons-nous donc à regarder les choses de plus près. La catégorie de public, si elle semble au premier abord assez évidente, pose en fait deux problèmes. Le premier est que, comme le remarque Joëlle LE MAREC [2001], cette catégorie vient toujours d'une définition externe. C'est le commanditaire de l'exposition qui institue le public comme tel. Il n'existe pas en soi. Le public ne se définit pas non plus comme tel de sa propre initiative. Il est institué comme tel par la communication qui lui est faite (exposition, spectacle, etc.).

Deuxième problème : comme il s'agit d'une opération d'illumination de bâtiments dans l'espace public, peut-on considérer tout passant comme faisant partie du public ? En effet, dans le cadre d'une exposition d'art, par exemple, les personnes qui sont entrées dans l'enceinte du musée sont le public de cette exposition –en tout cas, c'est ainsi que l'institution les considère, en portant attention aux chiffres de fréquentation de l'exposition, etc. : un enfant qui accompagne ses parents (et donc à qui l'exposition n'est pas directement adressée) sera néanmoins compté comme public à partir du moment où il entre dans la salle, comme l'explique Joëlle LE MAREC [ibid.]. On considère que les personnes qui passent le seuil du musée ne sont pas là par hasard. Dans le cadre d'une illumination dans l'espace urbain, le public est quelque chose dont on a du mal à définir les contours. En effet, il n'y a pas de seuil ici : ce serait excessif de considérer comme public les personnes qui circulent dans la rue à proximité de l'installation artistique.

Sarah LABELLE s'est confrontée au même problème dans son enquête sur le spectacle « La cathédrale, de Monet aux Pixels » [LABELLE, 2008]. Elle considère que, bien qu'il

n'y ait pas de seuil matériel (entrée dans un bâtiment, dans un périmètre défini..), les passants franchissent un seuil symbolique qui les institue comme public.

En effet, le spectacle est accompagné de tout un dispositif. Dans le cas observé par LABELLE, les panneaux explicatifs à disposition des passants à proximité du site, le son, la lumière (notamment le fait que le spectacle commence à la nuit tombée), la disposition des différents éléments liés au spectacle sur la place transforment le parvis de la cathédrale en un espace où se rassemble un public.

Mais il y a plus : ce n'est pas seulement les éléments physiques disséminés autour du spectacle, qui préparent symboliquement cette transformation des passants en public, c'est également ce qu'il se passe pendant le spectacle. En effet, pendant le temps de la projection, toutes les personnes rassemblées sur le parvis portent une attention collective au même spectacle, et ressentent une émotion collective.

« Et c'est par le souvenir de cette émotion collectivement ressentie que l'espace du parvis se matérialise en tant qu'espace public : le spectacle se caractérise par sa puissance de phénomène partagé qui permet la création de liens et d'épaisseur publics, par sa propension à l'expression d'une communion collective. De ce point de vue, ce spectacle constitue une forme politique et culturelle de l'apparition (Hannah Arendt, citée par Quéré), c'est-à-dire, dans le cas présent, une opération symbolique qui permet de réintroduire, par le biais de l'artistique, un rapport partagé à cet espace. » [LABELLE, 2008]

Deux points dans l'analyse de LABELLE, l'« émotion collectivement ressentie » et le « rapport partagée à cet espace » nous semblent autoriser un rapprochement avec la notion de « condition partagée » amenée par Joëlle LE MAREC. En effet, dans le cas du spectacle de Rouen comme celui de Lyon, les personnes qui sont rassemblées autour de ces installations on en commun le fait d'être saisis par un dispositif qui leur fait vivre une expérience collective, quelle que soit par ailleurs les raisons de leur présence (que l'on passait par là ou que l'on ait fait la démarche consciente d'assister au spectacle, on se retrouve dans la même *condition*).

Cette notion permet selon nous de penser un public forcément hétérogène, là où la tentation est grande d'en faire un groupe cohérent. Ainsi la Fête des Lumières rassemble un ensemble d'acteurs hybride : habitants, touristes, mais aussi pouvoirs publics et presse sont réunis. L'idée de « condition partagée » permet de mettre au jour le lien symbolique qui s'installe entre toutes ces entités dans le cadre du spectacle, mais également de comprendre qu'il n'est pas forcément nécessaire de rester tout le long du spectacle pour être institué comme public : éprouver cette condition, même de manière fugace, produit quand même l'effet symbolique attendu.

Dans l'article où elle discute de cette notion de « condition partagée », LE MAREC précise :

« Les publics se sentent à la fois contraints et bénéficiaires d'un dispositif dont ils sont partie prenante dès lors qu'ils s'en constituent les témoins. » [LE MAREC, 2012]

Cette idée de témoignage nous paraît particulièrement utile pour décrire la position occupée par les personnes qui assistent, en 2015, à l'illumination des quais de Saône. L'équilibre entre le public et le dispositif mis à leur disposition relève de ce type de contrainte. Le public est constitué comme témoin de l'événement. Il est contraint par le dispositif : toute personne qui passe devant les bâtiments illuminés, même animée d'une autre intention, sera « prise » par le dispositif, instituée comme témoin.

Reste que ce public n'est pas dans une action de simple réception même active, au sein d'une institution : il commente, en public, en direct, ce que l'expérience de l'installation artistique lui évoque. C'est quelque chose qui n'existe pas dans l'expérience de l'exposition, où il est possible de commenter en privé les œuvres, mais rarement (à moins d'être le guide du musée) à destination d'un public.

*

* *

Ainsi, nous avons une situation d'expression tout à fait complexe. Les énonciateurs des messages que nous observons sont dans une position toujours entre deux : à la fois dans la consommation d'un spectacle et dans l'expression de leur ressenti, à la fois dans le récit personnel de leur expérience et dans l'émotion collective, à la fois dans la stratégie pour s'exprimer et pris dans les logiques de classement et d'écriture des systèmes dans lesquels ils évoluent.

3.3.3 Utiliser l'image pour raconter

Qu'est-ce qu'un récit ?

Qu'entendons-nous par récit ? Usuellement, on cantonne le récit à la « présentation (orale ou écrite) d'événements (réels ou imaginaires) » (*Trésor de la langue française*), c'est à dire à ses formes les plus ordinaires, comme le roman ou le conte (qui relatent des événements imaginaires) ou le récit d'un événement (réel donc) fait par un journaliste.

La définition qu'en fait BARTHES est beaucoup plus large :

« Innombrables sont les récits du monde. C'est d'abord une variété prodigieuse de genres, eux-mêmes distribués entre des substances différentes, comme si toute matière était bonne à l'homme pour lui confier ses récits : le récit peut être supporté par le langage articulé, oral ou écrit, par l'image, fixe ou mobile, par le geste et par le mélange ordonné de toutes ces substances ; il est présent dans le mythe, la légende, la fable, le conte, la nouvelle, l'épopée, l'histoire, la tragédie, le drame, la comédie, la pantomime, le tableau peint (que

l'on pense à la Sainte-Ursule de Carpaccio), le vitrail, le cinéma, les comics, le fait divers, la conversation. De plus, sous ces formes presque infinies, le récit est présent dans tous les temps, dans tous les lieux, dans toutes les sociétés ; le récit commence avec l'histoire même de l'humanité ; il n'y a pas, il n'y a jamais eu nulle part aucun peuple sans récit ; toutes les classes, tous les groupes humains ont leurs récits, et bien souvent ces récits sont goûtés en commun par des hommes de culture différente, voire opposée : le récit se moque de la bonne et de la mauvaise littérature : international, transhistorique, transculturel, le récit est là, comme la vie. » [BARTHES, 1985b]

Dans cette liste qui détaille les innombrables avatars du récit qui existent dans la société, le sémiologue met en évidence ce qui semble être sa première caractéristique : le récit est partout. Il est consubstantiel au fait de faire société. Bernard VICTORRI défend d'ailleurs la thèse que les récits sont si anciens (parce qu'ils sont liés au fait de faire société) que c'est pour raconter des histoires que le langage est structuré ainsi⁵⁰ :

« Notre thèse peut alors se résumer de la manière suivante. Pour échapper aux crises récurrentes qui déréglaient l'organisation sociale, nos ancêtres ont inventé un mode inédit d'expression au sein du groupe : la narration. C'est en évoquant par la parole les crises passées qu'ils ont réussi à empêcher qu'elles se renouvellent. Le langage humain s'est forgé progressivement au cours de ce processus, pour répondre aux besoins nouveaux créés par la fonction narrative, et son premier usage a consisté à établir les lois fondatrices qui régissent l'organisation sociale de tous les groupes humains. » [VICTORRI, 2002]

Il semble raisonnable d'en tirer la conclusion que les groupes humains partagent une vision commune du monde parce qu'ils ont une histoire en commun. La lecture des anthropologues (qui se sont intéressés aux récits mythiques, notamment) est à cet égard très utile : ce qui fait « tenir » ensemble un groupe social donné, c'est, entre autres choses, les histoires que ses membres peuvent partager, qui permettent au groupe social de partager la même vision du monde, la même mémoire du passé.

Nous pouvons raisonnablement faire l'hypothèse, à partir de cela, que les récits d'aujourd'hui entretiennent encore ces fondamentaux qui font tenir ensemble les groupes humains. En effet, depuis l'apparition du langage, le récit s'est sophistiqué. Il prend d'autres formes, plus élaborées, que le récit du sage au coin du feu. Il s'est disséminé partout, et c'est bien ce que nous fait sentir BARTHES avec cette longue énumération des formes que le récit peut prendre.

Nous pouvons remarquer que si BARTHES évoque bien sûr le fait de relater des événements de façon écrite et orale, il inclut les images fixes et animées, à raison. Nombre d'images qui nous entourent ont une visée narrative, et ceci depuis longtemps :

50. Thèse qu'il a exposé dans une conférence à l'École Normale Supérieure d'Ulm, et qui mérite d'être mentionnée pour sa clarté : <https://leblob.fr/fondamental/origine-du-langage-bernard-victorri> (consultée le 20/10/2021)

c'est bien dans une optique narrative que les églises étaient décorées de vitraux. Les motifs de la peinture classique s'appuient sur la narration d'événements historiques (*Le serment du jeu de paume*, par exemple) ou tirés de la Bible (la descente de croix du Christ) ou de la mythologie grecque ou romaine (Daphné poursuivie par Apollon). Aujourd'hui, l'image animée, avec le cinéma, poursuit cette visée narrative de l'image. C'est à se demander pourquoi le dictionnaire se borne à lier le récit à la pratique (écrite ou orale) du langage, tant il apparaît évident qu'il est ancien de raconter des histoires avec des images.

On pourrait compléter cette énumération avec des avatars que prend le récit aujourd'hui. La question qui se pose maintenant est : en quoi Twitter en particulier serait intéressant à observer comme espace où se déploient les avatars modernes des récits du monde ?

En quoi les images peuvent-elles « raconter » ?

Dans cet agencement, on peut porter attention à la marge de manœuvre que se ménage le locuteur, en s'appuyant sur la thèse de GUNTHERT [2017] selon laquelle les images peuvent s'analyser en prenant en compte le récit qu'elles permettent de dérouler. Il considère que les photographies, bien que fixes, sont capables de déployer un récit :

« Selon l'esthétique classique définie par Lessing dans le *Laocoon* : "La peinture ne peut exploiter qu'un seul instant de l'action et doit par conséquent choisir le plus fécond" (Lessing, 1990, p. 120). En d'autres termes, l'usage narratif des images repose sur l'ellipse ou la condensation, et renvoie à un schéma externe nécessaire à l'interprétation de l'œuvre (sans connaissance préalable de l'anecdote du *Laocoon*, impossible de comprendre la signification de la célèbre statue du Vatican). » [ibid.]

On remarque immédiatement le fait que, pour être lue comme un récit, l'image doit être interprétée. JEANNERET rappelle à raison que c'est celui qui lit l'image qui y déroule un récit : ce récit n'existe pas en soi dans l'image. Une image ne peut pas être « narrative » : on lui adjoint un récit par l'interprétation, sur la base d'éléments présents dans l'image, qui permettent de suggérer cette interprétation. Par exemple, c'est parce que BARTHES peut associer, dans la célèbre publicité Panzani dont il fait l'étude, le filet à provision avec le fait de faire les courses, que le sémiologue pourrait dérouler un récit mettant en scène une ménagère choisissant les meilleures tomates pour le repas du soir au marché.

« Voici d'abord (cet ordre est indifférent, car ces signes ne sont pas linéaires), l'idée qu'il s'agit, dans la scène représentée, d'un retour du marché ; ce signifié implique lui-même deux valeurs euphoriques : celle de la fraîcheur des produits et celle de la préparation purement ménagère à laquelle ils sont destinés ; son signifiant est le filet entrouvert qui

laisse s'épandre les provisions sur la table, comme "au déballé". Pour lire ce premier signe, il suffit d'un savoir en quelque sorte implanté dans les usages d'une civilisation très large, où "faire soi-même son marché" s'oppose à l'approvisionnement expéditif (conserves, frigidaire) d'une civilisation plus "mécanique". » [BARTHES, 1964]

Pour faciliter l'interprétation des images fixes, on propose en général une légende, un cartel, un commentaire : il y a très souvent un énoncé textuel à côté de l'image. C'est le cas dans la presse ou au musée notamment.

« Comme le paralangage gestuel, l'image, dans ses usages sociaux, n'est jamais seule, mais toujours associée à une légende, un énoncé qui la complète, un commentaire oral, voire à une narration implicite, comme les versions remédiées de la Marche du progrès, qui tablent sur la remémoration du récit évolutif. » [GUNTHERT, 2017]

Il est possible de s'en passer, mais dans ce cas on compte sur une référence suffisamment largement partagée pour permettre au lecteur de comprendre l'image. Si nous reprenons l'exemple de la publicité Panzani, c'est exactement la fonction du filet à provision. Dans la société de consommation naissante des années soixante, le filet n'a pas encore été détrôné par le sac plastique ; c'est un objet du quotidien. Il est donc suffisamment familier pour que l'image ne nécessite pas d'explication.

Cela explique que nous ayons besoin d'une mise en contexte par le musée pour comprendre les œuvres qui y sont exposées. Prenons l'exemple du célèbre groupe statuaire du Bernin mettant en scène Daphné et Apollon : il est supposé que l'histoire de la poursuite de Daphné par Apollon (puis sa transformation en laurier) est connue de celui qui regarde. C'est ainsi qu'on comprend ce que *raconte* l'œuvre puisque l'on est capable de situer le moment où Daphné se transforme (représenté dans le groupe statuaire) dans l'histoire. Si c'était vrai pour le public auquel Le Bernin s'adressait alors, ce n'est pas forcément le cas des visiteurs du XXI^e siècle, qui ont besoin du guide, ou d'un cartel, qui rappellera l'histoire.

Aujourd'hui, les stéréotypes, en particulier, peuvent constituer de telles références partagées. Comme nous l'avons vu dans notre première partie, leur rôle est précisément de servir d'arrière-plan culturel dans lequel puiser pour interpréter les objets culturels. La publicité se sert énormément de ce ressort pour donner une dynamique narrative aux affiches publicitaires.

Les productions visuelles que GUNTHERT désigne sous le nom d'« images sociales » dans son article semble rassembler des images qui vont des couvertures de magazines aux revêtement des camions, en passant par des photographies publiées sur Twitter. Elles sont rassemblées par le fait que, selon l'auteur, elles sont toutes le produit d'industries culturelles.

S'il nous semble que la logique industrielle ne joue pas tout à fait de la même façon pour une couverture de magazine et un *tweet*, l'analyse qui est faite dans l'article

s'applique bien aux images publiées sur les médias sociaux :

« Dans la logique industrielle, qui tend à réduire les obstacles à la circulation, l'indication généalogique n'est que rarement un élément de la valorisation du produit. La dynamique qui conduit à l'effacement auctorial est également celle qui favorise la remédiation des contenus, et leur confère le statut de stéréotypes culturels » [ibid.]

En effet, le groupe statuaire du BERNIN ne peut toucher qu'un public restreint : celui qui reconnaît l'histoire de Daphné et Apollon dans l'œuvre. Cette dernière peut être partagée à un public plus large par l'explication du guide, ou du cartel. Il y a besoin d'un effort pour que le public s'agrandisse –mais c'est bien normal, l'œuvre s'adresse à un public restreint. Au contraire, ce qui caractérise les images partagées sur Twitter, c'est qu'elles s'adressent à un public étendu :

« Destinée à être consommée dans un contexte de loisir par un public étendu, l'image sociale ne peut s'appuyer que sur des principes sémiotiques élémentaires, dont la simplicité et l'universalité garantissent l'appropriation. Pour faciliter l'interprétation, les producteurs recourent ainsi aux codes sociaux existants, plutôt qu'à un savoir spécifique de l'image. » [ibid.]

GUNTHERT a bien saisi la logique du « meme » (qui n'est pas sans rappeler le mythe selon Barthes) : l'image originale est vidée de son sens pour ne retenir que quelques éléments, très simples, auquel un public extrêmement large peut se rattacher. Par exemple, le « meme » « disaster girl »⁵¹ n'a pour ressort narratif que le sourire diabolique de la fillette (qui permet de supposer qu'elle a démarré l'incendie en arrière-plan de la photographie originale). Sortie de son contexte original, elle est ainsi juxtaposable sur n'importe quelle autre image pour créer exactement le même ressort narratif. L'image devient drôle quand la fillette est apposée à une image de Bisounours, créant un effet de contraste. Pour comprendre l'image, le regard de la fillette suffit. Il s'interprète facilement sans contexte. On comprend mieux le ressort narratif de l'image si l'on connaît son origine, mais cela n'est absolument pas nécessaire pour créer une connivence avec un public étendu.

L'hypothèse narrative est donc importante pour deux raisons : d'abord, le récit permet un ancrage symbolique important dans la constitution d'un groupe social et de son regard partagé sur le monde ; ensuite, l'analyse narrative des images publiées sur les médias sociaux permet de mettre en lumière les éléments cardinaux du récits, ceux qui sont retenus dans le processus de production industrielle des images.

51. « Disaster Girl », *Know your meme*, <https://knowyourmeme.com/memes/disaster-girl> (consulté le 20/10/2021).

3.3.4 Twitter : un des lieux où se déploient les récits modernes

Nous pensons pouvoir soutenir que Twitter constitue l'un des espaces où le récit, tel que nous venons de l'envisager, peut se déployer. L'entreprise Twitter définit elle-même son site comme un espace où l'on *raconte* ce qui est en train d'arriver : « Twitter est la vitrine de ce qu'il se passe dans le monde et des sujets de conversation du moment »⁵². La « promesse » médiatique de Twitter, celle dans laquelle le site veut placer ce qui s'y partage, est celle-là : être l'endroit où l'on commente l'actualité, chacun depuis son point de vue particulier.

D'ailleurs, le site est très cohérent puisque c'est l'injonction qu'il donne à ses membres : « *What's happening?* », est-il écrit dans la fenêtre de rédaction du *tweet*, pour inviter l'utilisateur à s'exprimer. Cette injonction rappelle l'univers de la brève de presse et du journalisme de terrain : raconter ce qui se passe ici et maintenant. Le récit qui est convoqué ici est d'abord d'ordre journalistique. Ce « *what's happening?* », c'est aussi un appel à la confession, et c'est en cela que le récit convoqué est un peu différent du discours de presse : que se passe-t-il dans ta vie, pour toi, depuis ton point de vue original.

Nous pouvons nous attarder un peu sur cette promesse. À première vue, cette dernière semble assez juste : ce qui se dit sur Twitter est assez proche du type de bavardages qu'on ferait au café, c'est à dire dans une situation de semi-publicité. On discute bien avec les personnes avec lesquelles on prend le café, mais on sait qu'on peut être entendu par quelqu'un assis à la table d'à côté. Sur Twitter, les discours sont émis avec la conscience qu'ils sont destinés à une audience parfois limitée –les *followers*, ou les personnes mentionnées–, mais bien proférés en public. La recherche menée par Magali BIGEY [2018] montre bien avec quelle finesse les sphères publique, privée, semi-publique, semi-privée, s'articulent dans l'expression, notamment via l'utilisation des mentions⁵³. Ainsi un compte, même consultable de manière publique, peut émettre des messages dont la teneur est parfaitement privée, puisqu'elle ne concerne que les deux interlocuteurs (ils partagent par exemple une référence commune qui rend le *tweet* incompréhensible pour d'autres). Les exemples d'imbrication des sphères d'expression renvoient aussi, nous l'avons vu dans la première partie, aux pratiques de *social stenography* mises en lumière par danah BOYD.

Pour commencer, il faut se rappeler ce qu'on désigne par conversation : « Échange de propos, sur un ton généralement familier et sur des thèmes variés, entre deux ou plusieurs personnes. » (*Trésor de la langue française*). Une somme non nulle de messages

52. Page « A propos » de Twitter, <https://about.twitter.com/fr.html> (consulté le 30 avril 2020)

53. mentionner un autre compte en mettant une arobase devant

échangés sur Twitter rentrerait sans problème dans cette définition. On a, typiquement, une conversation lorsqu'on croise d'autres personnes au café. Twitter, à plusieurs égards d'ailleurs se rapproche de l'usage qu'on fait du café : c'est un endroit public –ce qui n'empêche pas qu'on s'y fasse des confidences, on y est en contact avec l'actualité (le café est depuis longtemps, en France, le lieu où l'on commente l'actualité, d'où d'ailleurs l'expression d'« analyse de comptoir »), qu'on commente généreusement. On y croise des inconnus comme des amis, il peut s'y trouver des gens de tous les horizons, il y a des habitués.

Nous observons Twitter aujourd'hui, pour une raisons assez proche de celles qui guident l'enquête de *Dire et mal dire* de FARGE [1992]. Les notes de renseignement étudiées par l'historienne scrutent précisément le parler ordinaire, qui se déployait dans les cafés et les places publiques. L'importance que le gouvernement d'alors lui porte est un bon indice du rôle social que remplissent ces discours. Le café, en instaurant ce contexte très spécifique de publicité, de contact avec les nouvelles, de relatif brassage social, est un lieu où peut émerger ce « mal dire » cette parole divergente, qui émerge, précisément, d'une critique ordinaire, publique, partagée, de l'État, via la presse. Et c'est bien la réputation qu'a Twitter aujourd'hui, alors même que nous avons pu voir dans la première partie combien le site s'est déplacé.

C'est sur ce point que cette promesse devient vraiment intéressante, puisque Twitter se définit comme la « vitrine des sujets de conversation du moment ». La grande différence entre le café et Twitter réside dans le fait que ces discours sont faits pour être *affichés*. Là nous avons les enseignements de ce dont nous avons discuté en première partie : puisque Twitter constitue une « vitrine », d'une part on ne parle jamais qu'à l'audience de départ, sauf à avoir un compte privé. N'importe qui peut regarder ce qui est affiché et réagir. D'autre part, on a un rôle non nul qui est joué par celui qui met en vitrine, l'afficheur. On a une conversation de café, mais démultipliée à la fois par l'échelle potentielle de l'audience (c'est un café où sont assis 166 millions de personnes), et par sa permanence dans le temps, puisqu'une vitrine sert autant à l'affichage qu'à la conversation. L'afficheur, en disposant dans la vitrine peut également faire des choix : visibiliser plutôt certains contenus que d'autres, intercaler entre deux contenus de la publicité par exemple (la publicité n'est d'ailleurs qu'une question d'affichage).

La lecture attentive de cette promesse nous donne finalement la possibilité de revenir sur les enseignements de la première partie en y ajoutant la notion de récit (telle qu'on l'a abordée, comme finalement une pratique qui permet de construire du lien social). En effet, on peut rapprocher la « conversation » dont il est question et

notre acception du récit sur deux points.

Le premier c'est qu'on peut considérer que la manière d'agencer les différents discours entre eux, dans une conversation peut être signifiante en soi et donc *raconter* quelque chose. Est-ce qu'une timeline ne serait pas un objet qui pourrait permettre de construire un récit de ce que nous sommes, de ce qui nous occupe, d'avec qui nous discutons et de quoi ?

Le deuxième consiste à rappeler qu'une conversation peut être le théâtre de récits, précisément parce qu'elle peut agencer des discours très variés : des discours rapportés, du commentaire de presse, un débat d'opinion...et des récits. Sur Twitter, on peut –la liste est non exhaustive– croiser des récits en direct d'événements (ce sont les *livetweets* ou LT), des témoignages (raconter une anecdote, un souvenir, témoigner d'une agression par exemple), de la fiction (plusieurs comptes déroulent des micro-récits) etc. Twitter constitue également un espace médiatique où se déploient à la fois la parole de la presse, à qui, selon LITS [2008], nous avons donné la lourde tâche de nous raconter le monde, et à la fois la parole singulière de chacun. Il nous paraît pouvoir être analysé avec cet angle de la narration et de la construction du mythe.

Si l'on ne peut pas dire de Twitter qu'il constitue un espace public –au sens strict du terme– c'est au moins un espace de sociabilité, et de sociabilité par une forme particulière de récits. L'entreprise encourage ses utilisateurs à produire des récits, à se *raconter*.

*

* *

Ce chapitre nous a permis de comprendre que l'image peut être mobilisée, dans le cadre d'un événement, comme un mode de médiation du collectif « affecté » par ce dernier. En effet, le passage par les médias sociaux nous a obligée à abandonner la catégorie de l'habitant, tant il est difficile d'en dessiner les contours en ligne au profit de celle du public. Le public reste difficile à définir –il est en fait principalement défini parce le fait que selon BOULLIER, il est « affecté » par l'événement, mais ce cadre conceptuel correspond mieux à la logique des médias sociaux. Comme notre travail est centré sur la Fête des Lumières lyonnaise, nous avons tenté d'expliquer en quoi il constituait en une expérience particulière de la ville et comment cette expérience se matérialise sur les médias sociaux. En l'occurrence, cette articulation entre expérience urbaine et expression sur les médias sociaux apparaît si l'on considère la Fête des Lumières comme un rituel urbain, dont il s'agirait de faire récit, pour entretenir le fragile collectif du public rassemblé pour l'occasion.

Conclusion

Nous avons montré dans cette première partie que la ville telle que nous la regardons depuis les médias sociaux est un espace où s'articulent différentes strates documentaires, qui font des représentations urbaines un objet complexe à analyser.

Parmi ces représentations, on remarque le statut particulier des images que nous sommes amenés à étudier. Ces images ont, pour le moins, un statut difficile à déterminer. Ce ne sont pas des images existant dans un espace patrimonial, mais sont pourtant distribuées en collections. Elles sont produites par des amateurs, mais sont prises dans des logiques marchandes. Elles sont publiées, mises à disposition, mais pas dans un musée, dans un espace privé. Elles sont produites en masse, mais viennent chacune illustrer une démarche particulière. GUNTHER les appelle « images sociales ». L'étude des images en sciences de l'information et de la communication rend ce terme équivoque puisque...toutes les images ont une existence en société, elle sont toutes « sociales », quelque part.

Il est donc difficile d'accorder à ces images seules un statut particulier, tant leurs particularités sont liées à tout le dispositif qui les fait exister. Elles ont en commun deux choses : elles relèvent d'un regard particulier, d'une vue, et elles sont produites selon des logiques industrielles, telles qu'elles sont mises au jour par JEANNERET dans sa *Critique de la trivialité*. Ce ne sont donc même plus des vues triviales : ce sont des vues industrialisées, recombinaisons entre elles à l'infini.

On remarque aussi la position qu'occupe le public dans ce dispositif. En effet, ce dernier se trouve être le point nodal de l'analyse : sans interpréter, ces images n'ont pas d'intérêt « social ».

Deuxième partie

Du corpus et des méthodes : une discussion

« [C]ette recherche reste individuelle, non par individualisme, mais parce qu'il s'agit d'un travail de finesse : travailler le sens ou les sens du texte [...] ne peut pas se couper d'un départ phénoménologique : il n'y a pas de machine à lire le sens ; »

BARTHES [1985a]

Introduction

Dans ces images de la Fête des Lumières en 2015, nous cherchons ce qu'elles peuvent nous apprendre sur la fabrique du regard que nous avons tenté de mettre à jour dans la première partie.

Le phénomène que nous tentons d'observer peut, à première vue, sembler assez banal. Être inscrit sur Twitter ou Instagram⁵⁴, y consulter et y publier des photographies, faire du tourisme⁵⁵, sont des pratiques assez largement partagées aujourd'hui. La jeune chercheuse, elle aussi située dans la société qu'elle observe, est de ce fait familière de son objet de recherche, puisqu'elle est aussi inscrite sur les médias sociaux, qu'elle peut elle aussi être une touriste. Il faut donc commencer par mettre à distance cet objet, en le déconstruisant, en le critiquant –ce qui nous a occupé dans la partie précédente.

Ce travail critique a permis de comprendre en quoi ces pratiques s'intègrent dans des réseaux d'acteurs et des dynamiques socioéconomiques complexes : publier une photographie sur Twitter, c'est interagir avec une entreprise (Twitter, *Inc.*) qui met à disposition ses services de réseautage social tout en utilisant les données personnelles à des fins d'affichage publicitaire ; c'est aussi utiliser un terminal de communication capable de prendre des clichés et de les retoucher : le *smartphone*, qui disposera d'un certain système d'exploitation et de caractéristiques techniques particulières, comme une plus ou moins grande précision de l'appareil photo intégré ; c'est d'ailleurs probablement utiliser l'application logicielle fournie par Twitter ; c'est évidemment être connecté à Internet par le truchement d'un opérateur télécom. Le geste « publier une photographie sur Twitter » ne met pas seulement en jeu l'individu qui publie mais bien tout ce réseau d'entreprises, d'objets techniques et d'infrastructures. Derrière le

54. « En 2019, 60% de la population française indique avoir participé à des réseaux sociaux au cours des douze derniers mois. Cette proportion est quasiment inchangée depuis deux ans » (Crédoc, *Baromètre du Numérique 2019*, p.111).

55. D'après Eurostat, « 64 % des résidents de l'UE ont effectué au moins un voyage à des fins personnelles en 2018 ». Source : https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics/fr, consulté le 3 juillet 2020.

geste très simple, trivial, de la photo postée sur Twitter, nous avons donc pu repérer un certain nombre de « strates », c'est à dire d'étapes de la vie du document qui le transforment, le qualifient, modifient l'impact qu'il a sur la société. L'étude de ces différents étapes nous a permis de dégager le concept d'« industrialisation du regard », qui qualifie comment toute la mécanique complexe autour de ces gestes ordinaires contribue à changer le point de vue que nous adoptons vis à vis des paysages urbains.

Pour comprendre ce phénomène, dont l'enjeu est la manière dont la vie triviale de documents influence nos représentations de l'espace urbain, nous avons opté pour une méthode centrée sur l'étude de ces derniers. « Par document », nous désignons ici :

« une production sémiotique transcrite ou enregistrée sur un support pérenne qui est équipée d'attributs spécifiques visant à faciliter les pratiques liées à son exploitation ultérieure dans le cadre de la préservation de transactions communicationnelles distribuées. Ces attributs doivent permettre au document de circuler à travers l'espace, le temps, les communautés d'interprétation, pour tenter de prolonger les transactions communicationnelles initiées par ses réalisateurs » [ZACKLAD, 2007, cité par DESPRÉS-LONNET [2014b], p.38].

Pour comprendre en quoi ces productions participent à une industrialisation du regard, nous avons décidé d'en sélectionner un corpus, qui fera l'objet d'une analyse systématique.

Nous avons choisi une méthode d'analyse qui articule entre eux les regards de disciplines différentes, afin de saisir les « strates » que nous avons identifiées. Étudier les documents seuls ne suffit pas, puisqu'il faut les replacer dans le réseau complexe auquel ils s'intègrent : comme Marie DESPRÉS-LONNET le montre dans son travail, le document est constitué comme tel par les médiations dont il est l'objet.

Cette entreprise nous demande un important travail de réflexivité : d'une part, à cause de la familiarité que nous pouvons avoir fait avec notre objet (il est très facile de tomber dans le travers de la généralisation de sa propre expérience), d'autre part parce qu'une méthodologie qui met en jeu plusieurs disciplines demande de s'interroger à chaque étape du processus, pour limiter les conséquences des inévitables « frictions » dont parlent EDWARDS et al. [2011].

Lorsque plusieurs disciplines collaborent entre elles –l'exemple pris dans l'article d'EDWARDS est celui des études sur le climat, où les enjeux forcent des collaborations entre disciplines– elles se partagent de l'information, interprètent ensemble les mêmes données. Le fait de partager des données crée ce que les auteurs appellent de la « friction » scientifique. Lorsque l'on frotte deux surfaces l'une contre l'autre, elles chauffent et s'abîment. Lorsque deux disciplines entrent en contact l'une avec l'autre par le biais de données, il se passe un phénomène similaire : les données ne sont ni interprétées ni décrites de la même manière dans chaque discipline (par exemple, les chercheurs

peuvent ne pas comprendre les résultats de leur collègues alors qu'ils travaillent sur les mêmes données), des jeux de données sont perdus dans les échanges, tout comme le contexte de production des métadonnées, pourtant nécessaires à l'interprétation des données. . .le travail scientifique peut en pâtir.

« Edwards' metaphor of data friction describes what happens at the interfaces between data 'surfaces' : the points where data move between people, substrates, organizations, or machines – from one lab to another, from one discipline to another, from a sensor to a computer, or from one data format (such as Excel spreadsheets) to another (such as a custom-designed scientific database) (Edwards, 2010). Every movement of data across an interface comes at some cost in time, energy, and human attention. Every interface between groups and organizations, as well as between machines, represents a point of resistance where data can be garbled, misinterpreted, or lost. ⁵⁶ » [ibid.]

D'après les auteurs, la collaboration autour d'un même jeu de données demande un inévitable travail de recontextualisation, de redéfinition, de dialogue entre chercheurs à propos des données pour éviter le plus possible les « frictions ». L'un des objectifs de cette partie de la thèse est d'explicitier comment nous avons essayé de limiter ces « frictions » dans notre travail où, précisément, différentes disciplines (Sciences de l'Information et de la Communication et Sciences de l'Informatique) ont collaboré entre elles autour d'un même jeu de données. En effet, la méthode choisie s'ancre dans un projet collectif et des enjeux pluridisciplinaires liés à une double direction de thèse (Julia BONACCORSI en SIC et Elöd EGYED-SZIGMOND en Informatique) au sein du laboratoire ELICO⁵⁷ en SIC, et de l'équipe DRIM du LIRIS⁵⁸ en Informatique. La présente thèse était également intégrée au projet IDENUM, soutenu par le LabEx IMU⁵⁹. Ce projet lui aussi était structuré autour d'une équipe transdisciplinaire qui réunissait des chercheurs en Géographie, Informatique et SIC.

Ainsi, nous mettrons en perspective la récolte et l'analyse de notre matériau. Quels enjeux sont soulevés par le choix d'une collecte automatisée de *tweets* et pourquoi choisir un tel corpus ? A quoi cela correspond ? Comment analyser cet objet, selon quels critères ? Que fait le regard analytique au corpus ainsi collecté ?

56. Traduction (par nos soins) : « La métaphore de friction des données d'Edwards décrit ce qu'il se passe à l'interface entre les "surfaces" des données : les points où les données bougent entre les personnes, les substrats, les organisations, ou les machines – d'un laboratoire à un autre, d'une discipline à une autre, d'une sonde à un ordinateur, ou d'un format de données (comme les tableurs Excel) à un autre (par exemple une base de données scientifique conçue sur mesure) (Edwards, 2010). Chaque mouvement de données à l'interface entre des groupes et des organisations, mais aussi entre des machines, représente un point de résistance où les données peuvent être brouillées, mal interprétées, ou perdues. »

57. UR 4147,

58. UMR 5205 CNRS

59. « IDENUM - Identités numériques urbaines (2016) », *Labex IMU*, <https://imu.universite-lyon.fr/projet/identum-identites-numeriques-urbaines/>, consulté le 16/03/2021

Ce retour réflexif sur le travail de recherche sera exposé en trois temps. D'abord nous expliquerons comment notre question de recherche s'articule avec la méthode que nous avons choisie, et les enjeux de ce choix, ensuite nous détaillerons notre corpus ainsi que nos méthodes de collecte et d'analyse, pour finir sur les leçons apportées par l'enquête, du point de vue éthique notamment.

Chapitre 4

Sur la piste de l'industrialisation du regard

Pour commencer, comment instrumenter cette recherche ? Nous allons observer non pas la production en train de se faire (nous n'intervenons pas au moment où sont prises les photos) mais les résultats de celle-ci (nous n'étudions les photographies qu'une fois prises et publiées, donc une fois que le document a passé toutes les étapes qui font de lui notre objet d'étude). Nous allons mettre en lien des dynamiques mises au jour dans la première partie (industrialisation des moyens d'écrire, industrialisation du regard, discrétisation et organisation en collections) avec les productions observées, pour montrer en quoi notre corpus peut en être représentatif.

4.1 Comment accorder la méthode à notre question de recherche ?

Nous avons défini l'industrialisation du regard dans la partie précédente comme une des conséquences, sur le sens et son interprétation, de l'industrialisation des moyens d'écrire [JEANNERET, 2014]. En effet, ce phénomène facilite la production et la circulation d'images selon les mêmes modèles et les mêmes codes. Or, même si selon GUNTHER [2014], il est difficile de réellement caractériser si les médias sociaux ont provoqué le « déferlement » d'images dont parle Horst BREDEKAMP, les volumes d'images partagés sur les médias sociaux restent impressionnants. L'image est produite de manière industrielle : par les méthodes employées (qui optimisent sa production) et

par sa volumétrie. Ainsi, en 2019, sur Instagram, le journal *Wired*⁶⁰ indiquait que 95 millions de photos étaient chargées chaque jour partout dans le monde.

GUNTHERT expliquait en 2014 que :

« À l'instar de Minority Report, de nombreux experts s'attendaient à ce que l'arrivée de nouveaux outils visuels s'accompagne d'un déplacement vers l'image animée, plus séduisante, et d'une désaffection pour l'image fixe. La pratique de la vidéo amateur a certes connu une progression importante. Toutefois, l'image fixe reste de loin le contenu le plus échangé. » [GUNTHERT, 2014]

Cela ne nous semble plus d'actualité quatre ou cinq ans après. En effet, ces dernières années, l'image animée s'est installée sur les médias sociaux : d'après le site *Le blog du Modérateur* en 2019, chaque jour, sur Facebook⁶¹, 350 millions de photos sont ajoutées et 8 milliards de vidéos sont vues. Pour ce qui est de Twitter, l'entreprise Hootsuite⁶², note que « 2 milliards de vidéos sont visionnées chaque jour sur Twitter. Cela représente une croissance annuelle de 66 % pour 2019 », et que 42 % des utilisateurs de Twitter déclarent utiliser le site pour regarder des photos.

Sur les médias sociaux, nous sommes donc en contact avec de plus en plus d'images, et davantage d'images issues d'un processus industrialisé c'est à dire composées sur le même modèle, et recadrées, reformatées, par le site sur lequel elle sont publiées. En augmentant ce qu'on pourrait appeler la surface de contact entre nous et ces productions très normées (il y a davantage de contact entre nous et ces images) leur passage à un statut d'image normative est facilité. A force d'avoir vu toutes ces images, le spectateur va intégrer qu'il s'agit de « la bonne image » et la reproduire à son tour. La manière de regarder le territoire s'en trouve transformée : le spectateur va chercher « la bonne image » dans le paysage, voire à faire correspondre le paysage à cette image. C'est cela que nous appelons l'industrialisation du regard.

Nous avons tenté de montrer que ce processus de cadrage normatif du regard existait déjà avant l'arrivée des médias sociaux : les photographies amateur des touristes sont cadrées par les cartes postales, qui fournissent un modèle de « bonnes images ». Les médias sociaux ne font qu'amplifier, *via* l'industrialisation des moyens d'écrire, ce phénomène.

Il faut bien noter que nous essayons de qualifier les productions d'un processus à la fois technique (s'il y a industrialisation des moyens d'écrire, il y a la présence

60. Source : « Instagram now has half a billion users », *Wired*, <https://www.wired.co.uk/article/instagram-doubles-to-half-billion-users>, 21/06/2016, (consultée le 21 août 2021)

61. Source : « Chiffres Facebook – 2021 », *Blog du modérateur*, 04/07/2018, <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-facebook/> (consultée le 21/08/2021)

62. Source : « 25 statistiques Twitter à connaître en 2020 », *Blog Hootsuite*, 01/01/2020, <https://blog.hootsuite.com/fr/statistiques-twitter/> (consultée le 21/08/2021)

de *technologies* qui permettent cette industrialisation) et symbolique (le procès de la signification devenant beaucoup plus normé, puisqu'il est rattaché à un ensemble d'outils eux-mêmes normés).

Quels angles de lecture choisir pour qualifier ce phénomène ?

- Nous allons chercher la présence d'un système d'industrialisation de l'écriture autour de l'image : elle est intégrée à (ou issue de) un système qui vise à produire de l'écriture selon des processus standardisés ;
- Dans l'image elle-même, nous serons attentive à la présence de signes de l'intervention de ces systèmes dans la production de l'image, ou de signes d'une fabrique du regard (ce qu'on pourrait appeler un effet « carte postale » (cf. section I.1.1, p.48) ;
- Notre lecture des images cherchera à repérer l'accélération de la reproduction d'images en même temps qu'elles sont vidées de leur sens premier (en prenant appui sur le fonctionnement du mythe comme système second de signification mis au jour par BARTHES dans ses *Mythologies* [BARTHES, 1957, partie 2]) ;

Dans la première partie, nous avons identifié que notre objet de recherche était caractérisé par un agencement de strates ; que l'expression en ligne était configurée par chacune de ces strates. Si nous ne pouvons pas toutes les saisir dans la même analyse, il est tout de même possible de les prendre en compte pour rendre cette dernière plus pertinente.

Commençons par le terminal. Pour rappel, comme nous l'avons dit dans la première partie (section 2.2.2, p.110), le terminal est le point de terminaison du réseau, et de manière générale, l'outil technique avec lequel on accède à Internet : ordinateur, tablette, *smartphone*, etc. Nous le verrons, aujourd'hui la majorité des utilisateurs de Twitter se connecte au site *via* un terminal mobile⁶³. Terminal d'autant plus intéressant ici à prendre en compte qu'il est souvent utilisé pour la prise de vue. Le terminal (fixe ou mobile) et le contexte d'utilisation de celui-ci (avant, pendant ou après l'événement, notamment) ont leur rôle à jouer dans la fabrication du *tweet*. Publier une photographie prise sur le vif avec son téléphone, dans un parcours dans la ville, ou, le lendemain de l'événement, une photographie prise avec du matériel professionnel, et patiemment éditée sur *Lightroom*, ne constitue pas la même pratique, et n'aura pas pour résultat la même image. Cette dernière portera les marques de l'une ou l'autre pratique, et sera ainsi configurée par l'usage de l'objet technique que constitue le *smartphone* ou

63. Source : « Twitter Lite PWA Significantly Increases Engagement and Reduces Data Usage », *Chrome Dev Summit 2017* <https://developers.google.com/web/showcase/2017/twitter> (consulté le 23/09/2021).

l'appareil photo.

Comment le prendre en compte dans l'analyse ? Les métadonnées, parfois, nous informent : certains *tweets* sont explicitement indiqués comme ayant été publiés depuis un téléphone mobile quand l'internaute a utilisé l'application officielle de Twitter, via la mention « Twitter for iPhone » par exemple. Évidemment, ce n'est pas le cas de tous les messages qui ont été publiés depuis un téléphone mobile puisqu'il est possible de désactiver le fait de fournir cette information. Le format de l'image est intéressant également. Un format rectangulaire et allongé, notamment, peut être un indice de l'utilisation de l'appareil photo du téléphone (l'image reprend alors les dimensions de l'écran). L'image elle-même peut comporter des métadonnées produites par l'appareil photo (les données EXIF⁶⁴).

Une fois que le message est publié, il est inséré dans tout un système d'écriture, où interviennent l'interface et les architextes qui la composent. D'autant que l'interface, au cours de l'analyse, a changé (cf. section 4.4.1.0).

Twitter n'organise pas les contenus au hasard : son algorithme suit une logique, à commencer par celle du code qui régit son fonctionnement⁶⁵. Si nous n'avons pas pu analyser les contenus dans leur mise en situation réelle (puisque l'essentiel de l'analyse a été effectuée hors ligne), il est possible, en ayant une idée du modèle économique du site, et en croisant cela avec les données que nous avons collectées, de se faire une idée de quels contenus ont pu entourer le *tweet* analysé, et donc prendre un peu en compte le contexte de publication dans l'analyse, même si, bien sûr, ces croisements ne sont que des hypothèses d'interprétation.

Un *tweet* est toujours publié par quelqu'un, par un locuteur. Il faut donc nous demander qui parle : quelle position autorise le locuteur à parler ? Est-il prescripteur en quoi que ce soit ? Ou au contraire part-il d'une position « ordinaire » ? Comment cette position dans le social change la réception de sa parole ?

Puisqu'il s'agit d'un acte de communication, il y a un destinataire : le locuteur bénéficie-t-il d'un public ? est-il dans un contexte de discussion semi-privé (il parle à quelques personnes, mais en public, comme s'il était attablé à un café), ou public (il s'adresse à un public large, en tant que personne publique) ? Le texte du *tweet* en

64. Les données EXIF constituent des métadonnées qui accompagnent un fichier produit par un appareil photo ou un logiciel de traitement d'images. Les données EXIF peuvent être plus ou moins complètes, et contiennent par exemple la marque de l'appareil photo, la date et l'heure de la prise de vue, parfois la position GPS ... Source : Document pédagogique sur les données EXIF, *Académie de Nantes*, 2019. https://www.pedagogie.ac-nantes.fr/medias/fichier/les-donnees-exif_1565628433071-pdf?ID_FICHE=1424110213363&INLINE=FALSE (consulté le 20/10/2021).

65. Jérémie POIROUX [28 sept. 2021]. *Les algorithmes aux commandes*. La vie des idées. URL : <https://lavedesidees.fr/Les-algorithmes-aux-commandes.html> [visité le 16/10/2021].

contient des indices, notamment les marques d'adresse, qui sont très utiles. Parfois, c'est la « bio » de l'utilisateur (le petit texte dans la page de profil où ce dernier se décrit succinctement), la manière dont il se positionne sur son profil, qui attestent d'une prise de parole publique.

Enfin, nous pouvons nous attarder sur l'image, d'abord pour en faire l'analyse sémiologique, ensuite pour nous demander si cette image a une histoire et faire une recherche iconographique : a-t-elle existé dans d'autres espaces ultérieurement ? Peut-on observer une filiation symbolique ou plastique ?

Considérer toutes les « strates » que nous venons de décrire prises ensemble nous permet de saisir ces messages publiés sur les médias sociaux comme étant rattachés à une certaine *praxis*, qui elle-même découle de plusieurs systèmes de valeurs [COTTE, 2004 ; JEANNERET, 2014]. Il y a à la fois la manière dont les messages sont composés, de façon plus ou moins créative, par leurs auteurs, et un système qui permet cette écriture, qui l'oriente par l'utilisation d'architextes précis. Dans les deux cas il y a des pratiques (celle d'écrire des messages, celle d'écrire du code) qui relèvent de systèmes de valeurs particuliers (l'attachement à une certaine culture, l'insertion dans un certain modèle économique), voire de rapports de force qui peuvent découler de l'opposition entre des valeurs incompatibles entre elles. Ainsi, Twitter organise les messages de manière à pouvoir afficher de la publicité, ce qui contribue aux revenus de l'entreprise, mais peut gêner les utilisateurs.

Voilà nos strates. Il s'agit de comprendre comment cet agencement permet d'observer ce que nous avons identifié comme une reproduction industrielle du regard. Nous pouvons en postuler deux vecteurs principaux. Il y a un premier vecteur très simple, dû à la situation de communication en jeu : une personne d'influence publie une image, elle est reprise, cette reprise est soutenue par un système technique qui entretient cette influence. Ici, nous postulons que c'est l'influence du locuteur qui permet au message de se reproduire.

Le deuxième vecteur correspondrait à un jeu d'amplification des représentations, dû d'une part aux architextes proposés par le site (qui permettent aisément la production standardisée de formes culturelles) et d'autre part à la manière dont les représentations sont agencées en collections par ce dernier. Cette fois, nous supposons que les agencements documentaires effectués par Twitter donnent à lire les images dans un contexte d'interprétation qui favorise ce passage des images au statut d'images normatives.

Pour tester cette hypothèse, nous avons choisi de centrer notre travail sur un corpus collecté sur Twitter. En effet, les caractéristiques documentaires de ce site, présentées en première partie, nous semblent représentatives des processus d'industrialisation

que nous cherchons à observer.

En particulier, nous pouvons noter trois éléments : d'abord le fait que l'économie de Twitter soit fondée sur la reprise et la citation, dynamique qui déplace l'image de son contexte d'énonciation originel. En effet, sur Twitter, un message a d'autant plus de « valeur » qu'il est repris et commenté –en atteste la place importante qu'a le « RT » (*retweet*) dans l'économie du site : avant même que l'interface ne propose un bouton de repartage, les utilisateurs de la plateforme avaient adopté l'usage qui constitue à écrire RT, suivi du message qu'ils voulaient repartager, copié-collé⁶⁶. La place accordée à la reprise des contenus s'observe aujourd'hui sur la plupart des réseaux sociaux numériques, mais Twitter semble, avec cette pratique de la citation très ancienne, compter dans les premiers sites à adopter cette logique.

Ensuite, nous pouvons nous intéresser au fait que ce site de réseautage social permet de déployer des récits. En effet, notamment dans le cadre du tourisme qui nous intéresse particulièrement parce que la Fête des Lumières est un événement touristique, le récit de soi, du voyage, est central. Comme le montrent les auteurs de *The tourist gaze*, ce récit est passé des carnets de voyages aux réseaux sociaux numériques, qui encouragent ces pratiques de micro-récits.

Enfin, notons la manière dont Twitter, d'une part en contrôlant les *moyens d'écrire*, d'autre part en éditorialisant les récits, a un impact normatif sur ceux-ci. La maîtrise que Twitter s'assure, par le moyen des architextes et des algorithmes de sélection, sur au moins une partie des conditions de production et de consultation des contenus, produit des normes : la « bonne image », le bon mot qui fera mouche, le bon moment pour publier... Ainsi, Louise MERZEAU remarque que : « D'abord simple observateur, le novice apprend peu à peu à maîtriser l'impact de ses tweets (c'est-à-dire à choisir un style, un timing et un ton qui susciteront retweets et mentions) pour augmenter sa propre autorité. » [MERZEAU, 2013]

Ces trois caractéristiques font des médias sociaux en général, et Twitter en particulier, un terrain pertinent pour observer la manière dont les images peuvent acquérir un statut normatif.

Pour observer cela, nous avons besoin de comprendre l'agencement entre les représentations, les photographies et le territoire, mais aussi, les enjeux techniques et économiques qui président au fonctionnement de ces plateformes, ce que la première partie nous a apporté. Cela va nourrir un regard analytique que nous avons placé dans

66. Par exemple : « RT @these_atypique : Je suis une thèse finie maintenant ». Il était possible de précéder « RT » d'un commentaire de sa main, à condition qu'il reste évidemment assez de place pour que le message entier respecte la limite des cent cinquante caractères.

le giron de la sémiologie. En effet, l'analyse sémio-communicationnelle telle qu'elle est pratiquée par JEANNERET consiste en d'abord en un regard éclairé par la compréhension des agencements économiques et techniques en jeu.

C'est là le centre de notre analyse. Nous allons étudier les documents et les formes médiatiques sur lesquelles ils reposent pour essayer de comprendre comment s'exprime cette normativité, et où elle s'arrête. En effet, pour [JEANNERET, 2019] : « La voie qu'ont suivie les recherches dont nous pouvons nous inspirer, c'est de comprendre de manière précise et empirique comment les dispositifs médiatiques configurent les formes de notre communication et de notre représentation du monde. »

Le regard sémio-communicationnel, autant dans sa visée (comprendre la manière dont des dispositifs médiatiques configurent le sens) que dans la méthode telle qu'elle est exposée par JEANNERET [ibid.], nous semble parfaitement pertinent pour cette recherche, qui s'intéresse à la manière dont des représentations sont mises en mouvement par un dispositif médiatique, ici les médias sociaux (et Twitter en particulier).

4.2 Enquête et sélection des matériaux de la recherche

La recherche ne se bâtit pas à partir d'un matériau immuable, « donné ». Au contraire, elle commence dès la collecte de ce dernier et le travail du chercheur est présent à chaque étape du travail avec le matériau collecté. Pour faire sentir cette progression, nous opérons une distinction entre le matériau et le corpus. Chacun représente un état du travail.

Le matériau consiste en ce que Bruno LATOUR appelle des « obtenues »⁶⁷ ; ce sont les données recueillies dans le premier mouvement de la recherche. Ce sont des transcriptions d'entretiens, des documents d'archives, des données collectées automatiquement (comme c'est le cas ici), etc. Il n'y a pas encore eu d'analyse mais déjà, il y a un premier travail de sélection. En effet, en choisissant de collecter des données à un certain endroit, le chercheur agit déjà en fonction de sa question, qui opère une visée. Ainsi, dans notre cas, nous avons collecté des données *via* une API ; il a fallu limiter la recherche à certains mots-clés, ce qui est déjà une visée. Comme un carottage dans la terre, l'extraction d'un matériau de recherche en sciences humaines et sociales est d'une part déjà le fruit d'une suite de choix, et d'autre part déjà une modification du milieu. Dans le cas d'un carottage, on a fait un trou ; la terre à cet endroit n'est plus tout à fait la même. Dans le cas d'une collecte de données sur les

67. LATOUR, Bruno (2007). « Pensée retenue, pensée distribuée », *Lieux de savoir, 1. Espaces et communauté*. (dir. Christian Jacob), Paris, Albin Michel, p. 609.

médias sociaux, le milieu est modifié par la « photographie » qu'on en fait, en archivant des choses qui ne sont pas vouées à l'être, en sortant ces messages de leur contexte de lecture premier. Dans l'article de EYSENBACH et TILL [2001] cette première intervention dans le milieu est ressentie très clairement par les enquêtés : « There is increasing evidence that researchers posting or "lurking" on such communities may be perceived as intruders and may damage the communities. » [ibid., p.1103].

Ce matériau devient un *corpus* lorsque le chercheur opère, à l'intérieur de celui-ci, une nouvelle sélection : le corpus est rassemblé pour répondre à une problématique, une question ; une autre question, à partir des mêmes sources, appellera une sélection différente.

Extraire du matériau de recherche et constituer un corpus sont des opérations indissociables du point de vue du chercheur. Le chercheur reste un individu unique, et situé vis à vis de son objet de recherche. Il occupe une certaine position dans le jeu social, inévitablement. En choisissant quels échantillons prélever dans son matériau, le chercheur fait ni plus ni moins qu'actualiser dans ce choix le type de regard qu'il porte sur son objet, un regard informé par sa tradition théorique, disciplinaire, ses convictions éthiques, etc. Mettre au jour les critères de choix dans un corpus est un exercice intéressant de mise en lumière de ce qui fait le point de vue particulier du chercheur.

Pour que l'analyse soit pertinente, il nous semble donc que la source du corpus doit être en lien avec la question posée, et c'est pour cela qu'elle commence dès le choix de ce matériau. Par exemple, il semble plus logique, pour étudier la représentation de soi en ligne, de se tourner vers un matériau publié en ligne (blogs, médias sociaux, etc.) plutôt que des archives de presse par exemple.

Mais ce qui est le plus sensible pour l'analyse, c'est la sélection, dans ce matériau, d'un corpus, à partir de critères qui dépendent de la question posée, et constituent, de fait, déjà une méta-hypothèse : on suppose que l'ensemble cohérent désigné comme corpus permettra de tester ses hypothèses. Le problème de tout corpus est alors celui de l'équilibre entre le phénomène que le chercheur veut observer, qualifier et la question posée (à laquelle le corpus doit permettre de répondre). Un premier risque serait de ne sélectionner que ce qui arrange le chercheur (ce serait fausser l'analyse, en biaisant trop le point de vue), un autre serait d'obtenir un corpus trop hétérogène qui ne répondrait pas à la question (rendant l'analyse impossible).

4.2.1 Prélever des traces sur Twitter : le problème d'un corpus ouvert

La première contrainte qui s'impose à nous est celle du système documentaire dont nous sommes tributaires pour la collecte des données. En l'occurrence, Twitter.

Choisir un corpus de photographies sur Twitter, c'est partir avec la certitude que le corpus ne sera pas homogène, et qu'il sera déjà, en lui-même, une fixation, une collection, produite cette fois-ci non pas par le chercheur, mais par un algorithme.

En effet, comme le souligne JACKIEWICZ [2017] :

« Les contenus extraits de Twitter ne représentent pas des ensembles clos, complets et cohérents de significations, et cela quel que soit le mode de collecte déployé. C'est une portion d'un vaste interdiscours qui renvoie à un espace écologique complexe (les tweets indexés par les mêmes mots-dièse, les retweets, les contenus connexes accessibles via des liens hypertextes. . .). Cet espace fait à son tour partie d'une configuration plus vaste qui associe étroitement les productions de la presse imprimée et en ligne, celles de la radio, de la télévision. . . Chaque tweet est porteur d'un message court qui représente une information, une opinion, un argument. . . Il rencontre ou croise des milliers d'autres propos, indexés pour certains par des mots-dièse et des mentions. On a donc affaire à une constellation verbale, a priori impossible à délimiter, car prise dans une dynamique mouvante et incessante des flux médiatiques et des interactions. C'est une narration fragmentée du monde, faite de manques et d'incohérences, mais actualisée en permanence. Néanmoins, on peut espérer pouvoir y trouver une forme de pensée collective, développée à plusieurs voix, laquelle mérite, à nos yeux, d'être considérée et interrogée. » [ibid.]

Ce matériau très particulier est déroutant pour le chercheur en sciences sociales, surtout s'il est héritier de la tradition des sciences du langage, où il est d'usage de travailler à partir de corpus clos : en travaillant sur la littérature ou la presse, le chercheur peut avoir cette assurance d'avoir « tout » le corpus.

Pour correspondre à notre problématique, le corpus doit, selon CHARAUDEAU toujours, être : « d'ordre interdiscursif, mais il pourrait inclure d'autres composantes dans la mesure où l'on peut faire l'hypothèse que les divers éléments d'une situation de communication (identités, finalité, dispositifs) témoignent également des valeurs et des idéologies. » [CHARAUDEAU, 2009, p.53].

C'est l'essence même des messages que nous analysons. Twitter est en effet un espace où se déploie un interdiscours. Mais cet interdiscours, contrairement à d'autres corpus qui ont l'avantage d'être limités, les discours récoltés et observés sur Twitter ne font que pratiquer des ouvertures dans le corpus, comme le précise Agata JACKIEWICZ :

« Les contenus extraits de Twitter ne représentent pas des ensembles clos, complets et cohérents de significations, et cela quel que soit le mode de collecte déployé. C'est une portion d'un vaste interdiscours qui renvoie à un espace écologique complexe (les tweets indexés par les mêmes mots-dièse, les retweets, les contenus connexes accessibles via des liens hypertextes. . .). Cet espace fait à son tour partie d'une configuration plus vaste qui

associe étroitement les productions de la presse imprimée et en ligne, celles de la radio, de la télévision. . . Chaque tweet est porteur d'un message court qui représente une information, une opinion, un argument. . . Il rencontre ou croise des milliers d'autres propos, indexés pour certains par des mots-dièse et des mentions. Il s'agit donc d'une constellation verbale, a priori impossible à délimiter, car prise dans une dynamique mouvante et incessante des flux médiatiques et des interactions. C'est une narration fragmentée du monde, faite de manques et d'incohérences, mais actualisée en permanence. Néanmoins, nous pouvons espérer pouvoir y trouver une forme de pensée collective, développée à plusieurs voix, laquelle mérite, à nos yeux, d'être considérée et interrogée. » [JACKIEWICZ, 2017]

Cet effet de « constellation verbale », si bien décrit par JACKIEWICZ, est dû à la nature documentaire de Twitter. Comme Samuel GOYET [2017] le souligne dans sa thèse, les *tweets* sont des contenus modulaires, que le système peut recombinaison ensemble à l'infini. L'éventail des combinaisons étant immense, il est difficile de situer le corpus dans un ensemble clos.

Il faudra donc accepter de rassembler un corpus qui ne pourra pas être exhaustif : nous savons d'emblée que nous ne pourrions observer qu'une partie du phénomène, même en cherchant à collecter de la manière la plus large possible.

Les Sciences de l'Information et de la Communication reposent sur des bases épistémologiques qui leur permettent de ne pas avoir à rechercher l'exhaustivité, puisque c'est le geste d'élection du chercheur qui construit le corpus [BONACCORSI, 2013], mais il reste que les corpus tirés du Web ont un statut particulier, qui ne facilite pas l'analyse. En plus de constituer inévitablement des collections inachevées, ces collections ne représentent que de « l'écume », pour paraphraser BOULLIER [BOULLIER, 2017] : ils ne représentent que ce qui est exprimé, à un instant donné par les personnes inscrites sur un média social donné, ce qui rend malaisé d'en tirer des conclusions hâtives sur l'ensemble de la société, et cette expression, comme nous allons le voir en partie 4.4.1.0.

4.2.2 Rendre visible les collections faites par le chercheur

Le statut particulier de ces corpus et le choix d'une épistémologie qui assume un geste d'élection du corpus nous enjoint à porter une attention particulière à ce geste de constitution de collections d'objets qui vont être institués comme objets de recherche par le travail d'analyse.

Nous allons voir que la méthode de collecte du matériau via l'API de Twitter présente le problème de constituer une « vitre sans tain ». Nous pourrions nous dire que nous n'intervenons pas sur le milieu en ne faisant qu'enregistrer des inscriptions. C'est un peu plus compliqué. En effet, les données récoltées doivent être travaillées

pour être analysables : le fichier JSON⁶⁸ doit parfois être corrigé pour être lisible par un programme. Cela permet d'accéder à quelques statistiques simples, comme le nombre de personnes qui ont publié des messages, le nombre de messages, etc. Le fichier obtenu *via* l'API Twitter, nous y reviendrons, donne accès au contenu du *tweet*, et à des métadonnées, qui décrivent ce contenu dans un format exploitable par une machine. La géolocalisation, par exemple, est une métadonnée : elle décrit à partir l'emplacement géographique à partir duquel est envoyé le *tweet*.

Mais il faut poursuivre l'analyse. Les données en JSON ne se prêtant pas à l'analyse sémiologique (puisque l'on perd toute l'existence graphique du message), il faut permettre leur affichage. Pour cela, les données ont été extraites et copiées dans une autre base de données. En faisant cela, nous avons opéré des choix documentaires, puisque l'on ne retient du *tweet* que son identifiant unique, le nom d'utilisateur de l'auteur du *tweet*, le texte du message, le nom du lieu s'il y a eu géolocalisation, et la date de publication. Toutes les autres métadonnées sont de fait éliminées. C'est un choix de documentation qui est fait par le chercheur.

Ensuite vient le travail d'étiquetage qualitatif, qui produit, de fait, des collections. Si les catégories émergent à partir de la fréquentation du corpus, elles restent construites par la recherche, notamment grâce au travail théorique fait en amont, et constituent donc une mise en collection. Ainsi, une toute autre question de recherche, appliquée au même corpus, aurait probablement donné un étiquetage bien différent, et donc l'émergence d'autres catégories de classement du corpus.

De ce point de vue, le travail de recherche effectué ici constitue une redocumentation du matériau. Le corpus est une production intellectuelle, qui procède de choix faits par le chercheur, avant même l'analyse.

Il nous semble que rendre compte de ces choix et en expliquer les conséquences sur la formation du corpus est utile : en rendant visibles ces étapes du travail de recherche, en reconstituant le cheminement intellectuel qui a abouti au choix de notre corpus, nous donnons au lecteur une compréhension plus fine de nos résultats.

Nous venons de voir en quoi le choix du matériau et la sélection d'un corpus à partir de celui-ci constituait déjà un premier pas dans le geste de l'analyse puisque le corpus est constitué comme tel à partir d'une problématique. Il peut ainsi être qualifié de *collection*. En effet, pour le *Trésor de la langue française*, une collection résulte de « choix successifs faits systématiquement par un individu ou un groupe d'individus dans une

68. Le format JSON est une norme de mise en forme des données textuelles, issue du langage de programmation Javascript. Il permet de présenter des données de manière structurée, ce qui permet leur exploitation par des machines, tout en restant lisible pour les humains. Source : *Page de présentation de JSON*, <https://www.json.org/json-fr.html> (consultée le 25/09/2021)

intention particulière ».

Intéressons-nous maintenant aux enjeux qui président, plus particulièrement, au fait de collecter des traces sur un média social tel que Twitter d'une part, et à la sélection d'un corpus de photographies d'autre part.

Dans cette étude, nous avons essayé de faire varier les points de vue sur notre corpus, en conjuguant des explorations statistiques avec des données issues de l'interprétation des images⁶⁹.

4.2.3 Le problème de la sélection dans la photographie

La deuxième contrainte à laquelle nous faisons face pour choisir un corpus pertinent pour notre question de recherche réside dans le fait que nous cherchons à étudier des photographies. Ces dernières sont par nature des documents difficiles à classer. Or, le choix de faire entrer ou non un cliché dans un corpus est un geste de classement, de *collection*.

La sélection d'une bonne série de photographies, pertinente pour l'analyse, est déjà un problème pour BARTHES :

« Dès le premier pas, celui du classement (il faut bien classer, échantillonner, si l'on veut constituer un corpus), la Photographie se dérobe. Les répartitions auxquelles on la soumet sont en effet ou bien empiriques (Professionnels/Amateurs), ou bien rhétoriques (Paysages/Objets/Portraits/Nus), ou bien esthétiques (Réalisme/Pictorialisme), de toute manière extérieures à l'objet, sans rapport avec son essence, qui ne peut être (si elle existe) que le Nouveau dont elle a été l'avènement; car ces classifications pourraient très bien s'appliquer à d'autres formes, anciennes, de représentation. On dirait que la Photographie est inclassable. » [BARTHES, 1980, p. 14]

Le sémiologue rejette en effet les critères convenus, parce qu'ils ne lui semblent pas correspondre à sa recherche (comprendre l'essence de la photographie), en ce qu'ils ne sont pas spécifiques à la photographie; il finira par choisir, pour constituer sa sélection, un ensemble de photographies qui provoque en lui une « *aventure* », un attrait particulier.

Cette solution a l'avantage de montrer en quoi la photographie résiste au classement, à la sélection : le sémiologue se retrouve comme acculé, réduit à prendre pour critère son expérience personnelle de la photographie. En effet, il est difficile de réduire une photographie à une seule catégorie. La photographie ne correspondra jamais pleinement aux critères de sélection que le chercheur se sera fixé. Elle déborde. Dans

69. Des entretiens auraient pu compléter ce panorama de manière utile. Nous nous sommes appuyée sur ceux qui ont été réalisées par Alice JANIN dans le cadre de son mémoire de Master [JANIN, 2018] sur les parcours du public durant la Fête.

leur ouvrage intitulé *Images et bibliothèques* COLLARD et MELOT [2011] pointent bien cette difficulté, qui ne gêne pas seulement le chercheur, mais aussi l'archiviste ou le bibliothécaire, qui cherche à classer, cataloguer l'image dans un fonds :

« *L'image, plus que tout autre document, offre plusieurs niveaux de lecture : une planche d'oiseaux de Buffon, précieuse pour les scientifiques, pourra être reprise dans un livre pour enfants ou illustrer un ouvrage de vulgarisation. L'iconographe pourra tenter d'extraire toutes les potentialités de l'image, cherchant à l'infini à quel utilisateur quel autre terme pourra aussi convenir. Cet exercice louable peut se révéler vain. Quel indexeur peut prétendre connaître tous les centres d'intérêt de toutes les communautés de lecteurs ?* » [ibid.]

La polysémie de l'image, les différents niveaux de lectures, les utilisations très diverses qui peuvent en être faites débordent de toutes les classifications, aussi précises soient-elles –là dessus les professionnels de la classification rejoignent le sémiologue. Constituer un corpus –qui n'est rien d'autre qu'une collection d'images, rassemblée non pas dans une visée de documentation mais d'analyse– se heurte donc à cette première difficulté.

BARTHES [BARTHES, 1980] va la contourner avec un geste radical, en faisant tout peser sur des critères très personnels, mais finalement bien en phase avec la question qui est posée. Comme il l'explique lui-même en écartant du revers de la main l'approche déroulée dans *Un art moyen*, BARTHES ne s'attache pas à comprendre comment la photographie est produite, mais comment elle fait sens, fondamentalement. Le choix d'un ensemble de photographies dont il est sûr, même sur des critères personnels, qu'elles *signifient* se comprend de ce point de vue.

Mais il y a un inconvénient à cette solution, précisément le fait qu'il faille se rabattre sur une expérience intime, difficile à reproduire, au sens scientifique du terme, puisque des photographies différentes *advieront* à une autre personne. Ce critère d'*aventure* est en sus suffisamment large pour pouvoir être investi différemment par des personnes différentes.

Nous ne pouvons donc pas imiter BARTHES dans notre choix de corpus. D'une part parce que nous posons une question bien différente, et ensuite parce que nous cherchons des critères qui puissent être plus simples à comprendre, voire à vérifier par un autre chercheur. La discussion avec les pairs doit commencer avec la manière dont le corpus peut être reconstitué ou constitué par d'autres sur la base d'une même question.

Il faut accorder au sémiologue qu'il bute ici sur la nature même du document : la photographie résiste au classement, et que cette résistance doit être prise en compte, ce que le regard sémiologique permet, en étant avant tout une position d'interprétation. Pour autant il nous semble que la solution de BARTHES, à savoir faire peser les critères

de choix du corpus entièrement sur une expérience personnelle décrite de manière très large, n'est pas satisfaisante.

Il nous semble possible d'assumer ce qui dans l'analyse sémiologique, relève d'une position irrémédiablement située, tout en donnant des prises pour la discussion scientifique en rééquilibrant les critères de choix du corpus. Ceci, premièrement, en rendre lisible le geste d'élection du chercheur, en le documentant :

« Il s'agit des "fixations" que nous effectuons (ce que Pierre Fresnault-Deruelle attend d'une image est bien, entre autres, qu'elle soit "reproductible"), dans un geste d'élection de l'image (elle est, en quelque sorte, "choisie" pour devenir archive) et de désignation (le chercheur la documente, l'indexe en fonction de ses critères propres de codage et de référencement). » » [BONACCORSI, 2020]

Deuxièmement, en donnant toute sa place à la question de recherche et aux hypothèses qui en découlent dans le choix du corpus. Sans verser dans le plus total formalisme –qui est incompatible avec la position d'interprétant– il est possible d'éclairer le choix du corpus avec les hypothèses. C'est ce positionnement double –assumer une position d'interprétant tout en fondant le choix du corpus d'abord sur les hypothèses de recherche– que nous avons adopté ici.

4.3 Définir le corpus, déplacer la question

Comme le pointent BOYADJIAN, OLIVESI et VELCIN [2017], le fait de collecter du matériau sur le Web bouscule la temporalité de recherche traditionnelle en sciences humaines et sociales.

« Traditionnellement, la phase de production/collecte de données intervient après que les questions et hypothèses de recherche ont été formulées, parfois à l'aide d'entretiens et d'observations exploratoires. La logique de constitution du corpus est alors sous-tendue par l'objectif de vérifier les hypothèses formulées en amont. Avec le Web 2.0, l'immédiateté, la facilité d'accès et le nombre très important de données disponibles peuvent venir contrarier les différentes étapes du processus (par ailleurs bien souvent idéalisées par les manuels de méthode). » [ibid.]

L'immédiateté apparente d'accès désigne le fait qu'il est virtuellement possible de récolter un corpus dès la première hypothèse posée. Ce qui peut donner un sentiment de recherche « instantanée » (« *fast research* ») LATZKO-TOTH et PROULX [2013].

La plupart du temps, le terrain n'est pas aussi facile d'accès : il faut se rendre dans un lieu spécifique, se faire accepter par les membres du groupe, auxquels il faut expliquer les tenants et les aboutissants de la recherche, et donc, avoir formulé des hypothèses et des questions de recherche.

Dans la recherche sur le Web, il est possible de collecter du matériau de recherche sans avoir à expliquer la problématique aux enquêtés, sans avoir à se déplacer sur le terrain, puisqu'il n'est pas obligatoire de rencontrer lesdits enquêtés pour avoir accès au matériau. Ce qui donne cette impression d'immédiateté.

Si LATZKO-TOTH et PROULX [ibid.] mettent en garde vis à vis de la manière dont cette accélération peut entraîner le jeune chercheur dans une étude dont le questionnement n'est pas assez mûr, il est aussi possible d'utiliser ce bouleversement de la temporalité classique de la recherche à bon escient.

En effet, pour BOYADJIAN, OLIVESI et VELCIN [2017] :

« Si les fameux "3V" du big data (volume, vitesse, variété) peuvent faire courir le risque aux sciences sociales de tomber dans un "hyper-empirisme radical" (Boullier, 2015), on peut dans le même temps plutôt y voir une nouvelle manière de mener la phase exploratoire de génération d'hypothèses. » [ibid.]

Ainsi, la possibilité de collecter facilement du matériau nous a permis de tester aussi très vite la validité de nos hypothèses, et nous a permis de déplacer notre questionnement. Nous n'avons pas collecté le matériau dans lequel nous avons effectué notre corpus de suite, nous avons effectué des collectes exploratoires pour commencer, profitant de la souplesse d'accès aux discours permise par l'API Twitter.

La collecte du matériau nous a ainsi obligé à redéfinir deux catégories que nous avions prises pour acquises : celle de l'habitant, et celle de l'événement.

4.3.1 A la recherche des habitants

Notre première hypothèse a été de collecter, sur Twitter, des messages géolocalisés à Lyon, afin d'avoir un ancrage territorial. Nous partions du principe qu'il serait possible, dans ce premier sous-ensemble, de départager les messages émis par des habitants de ceux émis par les touristes, notamment.

Nous avons donc deux pistes pour identifier des habitants de Lyon (et par là, définir quelque part en creux où sont les frontières de Lyon sur Twitter) : partir de l'énonciateur du message et tenter de le caractériser comme « habitant » ou partir de l'énoncé et tenter de le caractériser comme ayant été énoncé depuis le territoire qui nous intéresse.

Pour ce qui est de la première piste, dans quelques cas assez rares, le lien entre l'énonciateur et le territoire est relativement clair, avec la mention de la ville sur la page de profil de l'énonciateur, ou dans le nom d'utilisateur, par exemple. Dans la plupart des autres cas, il faudrait utiliser le critère avancé par BOY et UITERMARK [2015]. Ce dernier permettrait de s'assurer, si ce n'est du fait que l'énonciateur habite la ville, au

moins du fait qu'il en a une pratique régulière (par opposition à quelqu'un qui serait juste de passage) : « Further, since our main interest is in how city dwellers use social media in their everyday lives, we considered only users who had at least two posts at least four weeks apart to eliminate likely tourists, bringing down the number of posts to 480,000. »⁷⁰.

Mais nous n'avons pas choisi de « remonter », pour chaque utilisateur localisable, dans les quatre dernières semaines pour vérifier s'il était bien un habitant, selon ce critère-là. En effet, la part, dans notre corpus, d'utilisateurs localisables (géolocalisés ou localisés dans leur profil) sur Lyon était très faible (cf. tableau p. 195), d'une part parce que nombreuses sont les personnes qui n'activent pas la géolocalisation sur leur téléphone, et d'autre part, en raison du contexte de la collecte et de l'analyse des données. En effet, l'extraction de la géolocalisation depuis la source JSON du *tweet* était malaisée et n'a rien donné, occasionnant la perte de cette information.

Explorons donc la deuxième piste : comment déterminer si les messages collectés sont émis par des habitants ?

Ce n'est pas chose aisée : sur Internet, les frontières territoriales ne sont pas faciles à identifier, aussi la catégorie d'« habitant » n'est elle pas toujours pertinente.

Le travail d'enquête effectué en 2008 sur les blogs [BONACCORSI, 2008] a permis d'identifier des habitants et d'analyser leurs énoncés publiés sur le Web, permettant ainsi de retrouver un ancrage territorial au corpus par un autre biais. En effet, les blogs étudiés indiquaient sans équivoque que leurs auteurs étaient des personnes expatriées au Japon (les choix de titres, par exemple, sont particulièrement explicites).

Mais il n'en va pas de même pour les discours et photographies publiés sur Twitter. Il est en effet plus aisé de rattacher un blog d'expatrié à son énonciateur et à un lieu : c'est l'objet du blog, une composante de sa ligne éditoriale. Contrairement aux comptes Twitter, qui ne font pas l'objet, la plupart du temps, d'une ligne éditoriale aussi précise. C'est beaucoup plus difficile de donner un ancrage territorial à ces discours. En effet, si parfois le lien est relativement clair (la mention de la ville sur la page de profil de l'énonciateur, ou géolocalisation du message par exemple), parfois, il n'y a aucun indice.

Cette piste-là n'a donc pas pu être explorée non plus.

Nous avons donc déplacé la question : au lieu de la centrer sur les habitants de Lyon, difficiles à cerner sur les médias sociaux, nous l'avons focalisée sur le territoire et

70. Traduction (par nos soins) : « De plus, puisque notre intérêt principal réside dans la manière dont les habitants d'une ville utilisent les réseaux sociaux dans leur vie quotidienne, nous n'avons considéré que les utilisateurs qui avaient au moins deux publications avec au moins quatre semaines d'écart, pour éliminer ceux qui pourraient être des touristes, ce qui amène le nombre de publications à 480 000. »

sa représentation. Cette nouvelle question nous permettait d'inclure dans le corpus les habitants, mais aussi toutes les personnes présentes dans la ville de manière temporaire (tourisme, déplacements pendulaires, etc.), et de nous éviter cette distinction entre habitants et non-habitants difficile à faire avec le matériau dont nous disposions.

4.3.2 L'événement : une fausse évidence

Dans l'espoir de rassembler un corpus relativement homogène, nous avons décidé de collecter des messages autour d'un événement qui aurait lieu au cours de l'année. L'idée était de changer notre focale, en nous déplaçant des habitants, trop difficiles à définir dans un espace en ligne, aux messages concernant la ville en événement. Cela présentait l'avantage de donner des limites claires à la collecte : il suffit de prendre le début et la fin de la manifestation. Il fallait trouver un événement qui permette d'avancer sur les terrains de recherche des différents membres de l'équipe.

En l'occurrence, la catégorie de l'événement a été source de « frictions » scientifiques au sens de EDWARDS et al. [2011]. En effet, l'événement, selon qu'il est abordé en Sciences de l'Informatique ou en Sciences de l'Information et de la Communication, n'a pas la même définition et n'entraîne pas la même collecte de corpus. En informatique, l'événement désigne quelque chose d'anormal, qui se détache d'un continuum. Par exemple, la neige peut être considérée comme un événement : s'il se met à neiger alors qu'il ne neigeait pas jusque là dans la semaine (même en hiver), du point de vue d'un système informatique, c'est un événement. Il s'est passé quelque chose. Si l'on applique cette logique à la collecte et l'analyse de corpus sur Twitter, un événement consiste en l'apparition « anormale » d'une grande quantité de *tweets* sur un sujet donné. Un nouveau hashtag apparaît : c'est un événement. L'événement est défini en fonction du référentiel *tel qu'il est connu par la machine*.

En sciences humaines et sociales de manière générale, la définition de l'événement rentre quelque part dans ce cadre, puisqu'il applique strictement la définition, si l'on s'en tient à l'étymologie : l'événement est bien ce qui advient. Mais le cadre est plus large, puisqu'on induit un élément interprétatif « est événement "ce qui arrive" et a quelque importance pour l'homme » [GOETSCHEL et GRANGER, 2011]. Ainsi, la neige qui se met à tomber au milieu de la semaine, en hiver, à moins qu'on soit au Sahara en plein mois d'août, ne constitue pas un événement, parce que ce qui sera arrivé n'aura pas d'importance à moins de constituer une preuve tangible d'un dérèglement climatique (la neige fait d'ailleurs événement, dans le film « Le jour d'après », dans ce contexte-là). L'événement est un construit social : est événement ce qui est mis en

discours comme tel dans la société.

Il est intéressant de remarquer que les différences qui se jouent là sont affaire de contexte. C'est, en cette matière, ce qui sépare le plus nettement l'homme de la machine. La machine est incapable de comprendre le symbolique, parce qu'il est affaire de contexte. La grande difficulté résidant dans le fait que le contexte immédiat ne suffit pas. Un élément symbolique, comme nous avons tenté de la montrer en première partie, s'appréhende également dans une histoire, des cadres culturels, qu'il serait bien difficile d'inculquer à une machine. L'entraînement d'un réseau de neurones permettrait sans doute d'identifier des objets (et d'annoter des images en listant les objets reconnus), ou des similitudes entre des images, mais il ne saura pas *interpréter* l'image. Il pourra seulement la décrire ou la comparer.

Le fait de croiser les épistémologies permet de sortir de l'évidence des concepts qu'on croyait acquis.

L'autre difficulté avec l'événement est liée au traitement des données : en effet, en prenant des critères de collecte les plus large possibles, nous récoltons aussi beaucoup de données qui ne nous intéressent pas pour l'analyse et qu'il faut donc retirer du corpus à l'étape de traitement.

C'est notamment sur ce point que l'outillage est utile, puisqu'il permet de concentrer le chercheur sur l'affinage du corpus.

4.3.3 Les conditions de collecte et le choix de Twitter

La question qui s'est posée alors est : que collecter ? Comment obtenir un corpus interprétable, avec un ancrage sur le territoire urbain, à partir de quels critères de collecte ?

Nous avons recherché d'emblée à collecter un corpus qui aie une certaine cohérence de départ, pour que l'ensemble puisse être plus simple à prendre en main. Or, collecter des données sans but précis sur Lyon –ce que l'équipe du LIRIS fait par ailleurs– posait, pour nous, la question épineuse : où faire commencer le corpus ? où l'arrêter ? Comment statuer sur le fait que cet ensemble de messages est suffisant pour l'analyse ?

Nous avions des contraintes : comme il s'agissait de s'intéresser à la documentation photographique, il fallait que ces sites mettent la photo en avant comme mode de communication.

Mais il reste qu'un panel de sites relativement large s'offre à nous. Comment davantage circonscrire notre terrain ? Nous avons commencé, avec l'équipe du LIRIS, en explorant Twitter, Instagram, et Flickr. En 2015, il était possible de collecter des

données relativement facilement sur les trois systèmes, et les trois sites présentaient une mise en avant de la photographie qui nous semblait correspondre avec notre objectif de recherche. Nous n'avons pas retenu Flickr, qui n'était pas aussi interactif que les autres sites, où la dimension « conversationnelle » est plus présente. Nous avons dû mettre de côté l'étude d'Instagram assez vite : le changement dans les conditions générales d'utilisation du site en 2016 a coupé l'accès à l'API.

Bernhard RIEDER (*Digital Methods Initiative*) a expliqué sa position vis à vis de ce changement dans un billet de blog [RIEDER, 2016]. Son article, selon nous, s'il pose le problème de la fragilité de recherches qui sont dépendantes d'entreprises cotées en bourse pour se poursuivre, ne semble pas prendre la mesure de l'enjeu du partage de données personnelles. Si l'on peut estimer que Instagram se cache derrière les données personnelles pour en réalité fermer l'accès à son API à des chercheurs bien intentionnés, il reste que la manipulation de données personnelles est une responsabilité, et qu'il n'est pas étonnant que l'accès à ces données soit restreint. Le problème est que cela se fasse dans les termes d'un acteur dont le rôle n'est pas de protéger les droits des personnes.

C'est donc sur Twitter que nous avons choisi de travailler. Il faut admettre que les conditions de collecte du contenu sont restées assez ouvertes, ce qui a permis de constituer un important corpus.

S'il semble être un choix moins pertinent à première vue que Flickr et Instagram, qui sont des sites centrés sur la publications de photographies, ce site de réseautage social s'est finalement avéré être un choix judicieux. Nativement concentré sur le texte, et non sur l'image, les changements dans l'interface introduits entre 2015 et 2016 (cf. p. 174) montraient l'importance croissante que l'entreprise donnait à ce moyen d'expression. C'était peut-être le bon moment de s'intéresser aux usages de la photographie sur ce site.

D'ailleurs, le fait que Twitter repose d'abord sur du texte a permis aux utilisateurs du site de développer des stratégies assez sophistiquées de documentation du contenu qu'ils publient. Paradoxalement, le fait que ce site de réseautage social constitue un espace d'expression très contraint (en contraignant la publication de texte à 150 caractères, maintenant 250, par exemple), a permis l'émergence d'une forme de créativité, avec l'apparition de formes de discours propres même à Twitter (comme le *live tweet*, ce récit en direct, par petites touches, d'un événement ou d'un film).

Enfin, la dimension conversationnelle du discours sur Twitter est maintenant bien documentée [BOYD, 2014 ; COUTANT et STENGER, 2010] : elle nous semblait importante dans la perspective d'une recherche de discours ou d'images vernaculaires.

Ainsi, nous voyons comment la question de recherche qui a animé la présente thèse s'est déplacée et s'est affiné au fur et à mesure du parcours, et comment, finalement le travail de la recherche s'enrichit aussi des contraintes auxquelles la jeune chercheuse fait face.

4.4 Plonger dans une « constellation verbale » : enjeux de la recherche sur les médias sociaux

Maintenant que nous avons en tête ce qu'engage le choix de prélever du matériau sur un site de réseautage social et que nous savons sur quel site nous concentrer, nous pouvons donc procéder à la collecte effective du matériau de recherche.

Collecter du corpus sur les médias sociaux est une opération relativement simple –c'est à la portée de n'importe quel développeur capable de dialoguer avec une API. Mais dans le cadre d'un travail de recherche, il faut prendre quelques précautions, et surtout, bien comprendre quelle est la nature du corpus qu'on s'apprête à collecter.

4.4.1 Un objet de recherches aux contours difficiles à fixer

Un objet toujours obsolète

Une des particularités très inconfortables de ce travail de recherche, c'est qu'une bonne partie de l'objet principal de l'analyse devient très vite obsolète. Ainsi, ne serait-ce que dans le temps de la thèse, l'interface de Twitter a changé deux fois –voire trois.

Il est assez déroutant de travailler sur un objet toujours changeant. Il oblige à précipiter un peu l'analyse là où prendre plus de distance aurait été plus appréciable. BOYADJIAN, OLIVESI et VELCIN [2017] pointent d'ailleurs la manière dont les méthodologies « nouvelles » d'analyse du Web bouleversent les temporalités canoniques d'analyse en sciences humaines et sociales :

« Avec le Web 2.0, l'immédiateté, la facilité d'accès et le nombre très important de données disponibles peuvent venir contrarier les différentes étapes du processus (par ailleurs bien souvent idéalisées par les manuels de méthode). Si les fameux "3V" du big data (volume, vitesse, variété) peuvent faire courir le risque aux sciences sociales de tomber dans un "hyper-empirisme radical" (Boullier, 2015), on peut dans le même temps plutôt y voir une nouvelle manière de mener la phase exploratoire de génération d'hypothèses. » [ibid.]

Il existe assez peu de mémoire de ces changements successifs. En effet, la collecte de la mémoire du web, comme Valérie SCHAFFER [2019] le pointe dans ses travaux, est toujours imparfaite : il est très difficile de reconstituer fidèlement « la Toile du

passé » [ibid.]. En effet, suivant les organismes qui collectent la mémoire (Ina, Bnf, *Internet Archive*...), cette dernière n'est pas rassemblée selon les mêmes critères : ainsi, la mémoire collectée par la Bnf ne dépasse pas les « frontières » nationales ; la collecte de *The Internet Archive* n'est pas systématique (elle n'a pas lieu par exemple, tous les jours à la même heure), mais dépend de la date du passage du robot qui capture la page Web (qui fluctue beaucoup). Valérie SCHAFER note également que la profondeur de la collecte varie en fonction des institutions, et du temps : certaines institutions ont modifié au fur et à mesure de l'évolution des techniques et des besoins leur mode de collecte.

C'est ainsi que la *Wayback Machine* (l'outil de consultation des archives de *The Internet Archive*) ne permet pas d'accéder de manière satisfaisante au « passé » de Twitter. Cela complique l'analyse, puisque les *tweets* tels que nous les regardons en 2020 ne sont pas présentés de la même manière qu'en 2015, au moment où ils ont été publiés.

Dans notre cas, il est pertinent d'observer la *timeline*, c'est à dire la page avec laquelle interagit le plus l'utilisateur de Twitter : l'agencement des messages entre eux dans l'économie générale du site nous intéresse tout particulièrement. Or, ces écrans-là ne sont accessibles qu'aux utilisateurs qui se sont identifiés sur le site, ce qui empêche l'accès au robot de l'association Internet Archive (*archive.org*), qui ne peut « photographier » que la page d'accueil, n'étant pas identifié sur le site.

Pour comprendre les changements induits par l'interface du média informatisé, le matériau est donc mince. Nous trouvons quelques captures d'écran, cependant. Les captures d'écran montrent souvent les pages de profils, qui sont, elles, publiques, ce qui ne donne qu'un aperçu faussé, puisqu'on ne voit pas comment est « reçue » l'information sur Twitter, mais seulement comment elle est présentée. A titre d'exemple, une capture d'écran de la *timeline* de 2016 trouvée sur Twitter⁷¹ (4.3) permet de voir d'autres changements, notamment le changement progressif de l'algorithme de Twitter, qui amorce en 2016 la suggestion d'un affichage autre que chronologique.

Twitter a subi, depuis sa création, une suite de changements drastiques de son interfaces. La période 2000-2013 est résumée sur le journal en ligne *L'usine digitale*⁷². L'installation très franche de la publicité dans l'économie de ce qui est affiché est remarquable : « La publicité est plus présente qu'auparavant, notamment par le biais des *tweets* et sujets en TT sponsorisés : après avoir conquis le grand public, le réseau

71. Source : <https://twitter.com/leyawn/status/695818557943320576> (consultée le 20/10/2021).

72. « De Stat.us à Twitter, 13 ans de microblogging en 7 interfaces », *L'usine digitale*, 07/11/2013, <https://www.usine-digitale.fr/photos/innovation/de-stat-us-a-twitter-13-ans-de-microblogging-en-7-interfaces.213340> (consulté le 20/10/2021)

social veut séduire les annonceurs. ».

En 2014, Twitter ressemblait donc à la capture d'écran en figure 4.1.



FIGURE 4.1 – Capture d'écran de la page principale de Twitter en 2014.

Pour de nouveau changer en 2016 (figure n° 4.2).

Après quelques modifications notables dans les fonctionnalités⁷³, l'interface prendra, à partir de juillet 2019, progressivement la forme qu'on lui connaît en 2020⁷⁴.

Même en ayant ce contexte en tête, nous nous apercevons que la prise en compte du contexte sémiotique de réception des images de notre corpus reste difficile. En effet, nous n'avons par exemple aucune idée vraiment précise, chiffrée sur la place de la publicité dans cette économie – à quelle fréquence elle apparaît entre les messages, par exemple, même s'il est évident que c'est une bonne part du modèle d'affaires du site. Il faut également déplorer l'absence de mémoire des événements (ce qui s'affiche par exemple lorsqu'on survole un élément avec la souris, ou le rafraîchissement de la page, qui fait défiler automatiquement les *tweets*), qui participent pourtant pleinement à ce contexte éphémère de publication.

73. « Activation, tweeter, menu... tout ce que vous devez savoir sur la nouvelle version de Twitter », *Numerama*, 23 janvier 2019, <https://www.numerama.com/tech/457533-activation-tweeter-menu-tout-ce-que-vous-devez-savoir-sur-la-nouvelle-version-de-twitter.html> (consulté le 20/10/2021).

74. « Découvrez le nouveau Twitter.com », *Blog de Twitter*, 15 juillet 2019, https://blog.twitter.com/fr_fr/topics/product/2019/decouvrez-le-nouveau-Twitter-desktop.html (consulté le 20/10/2021)

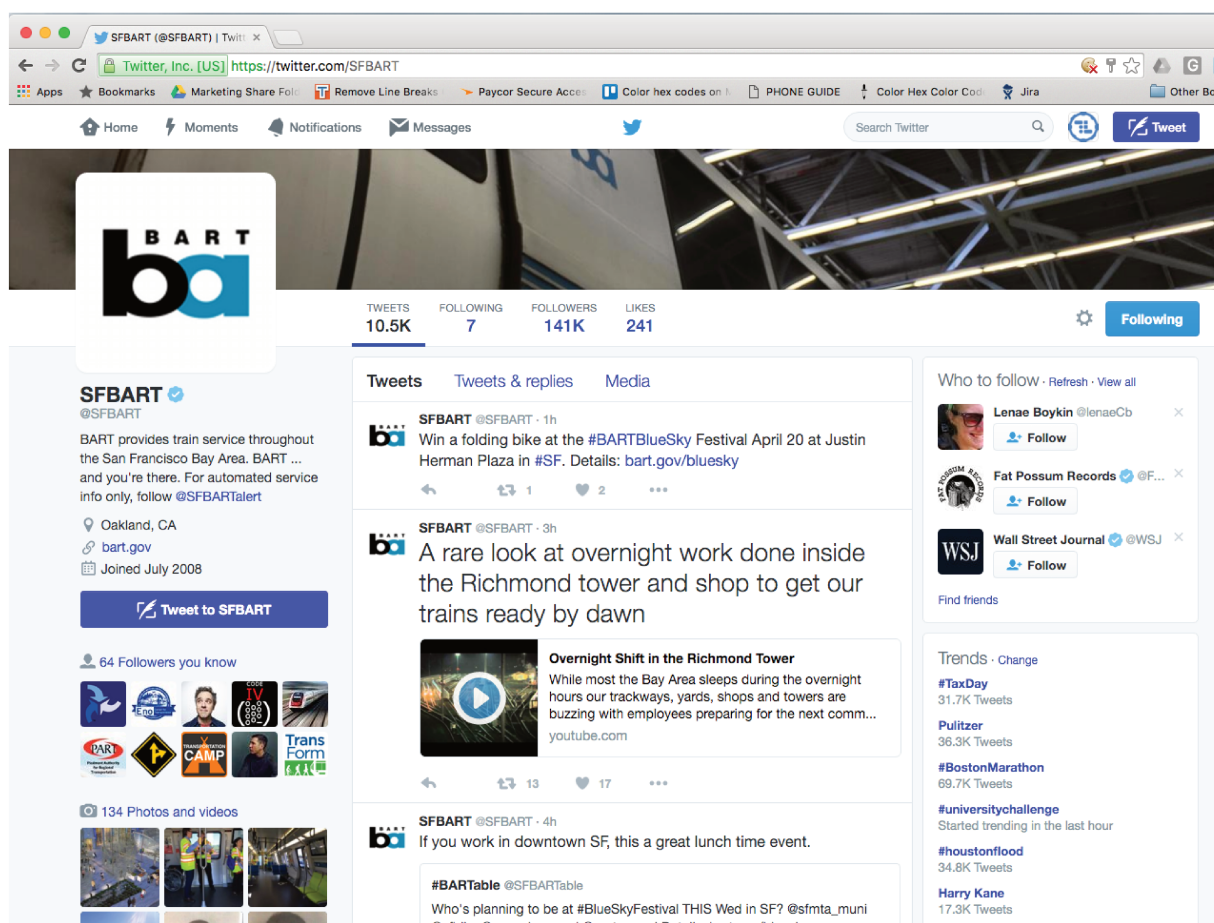


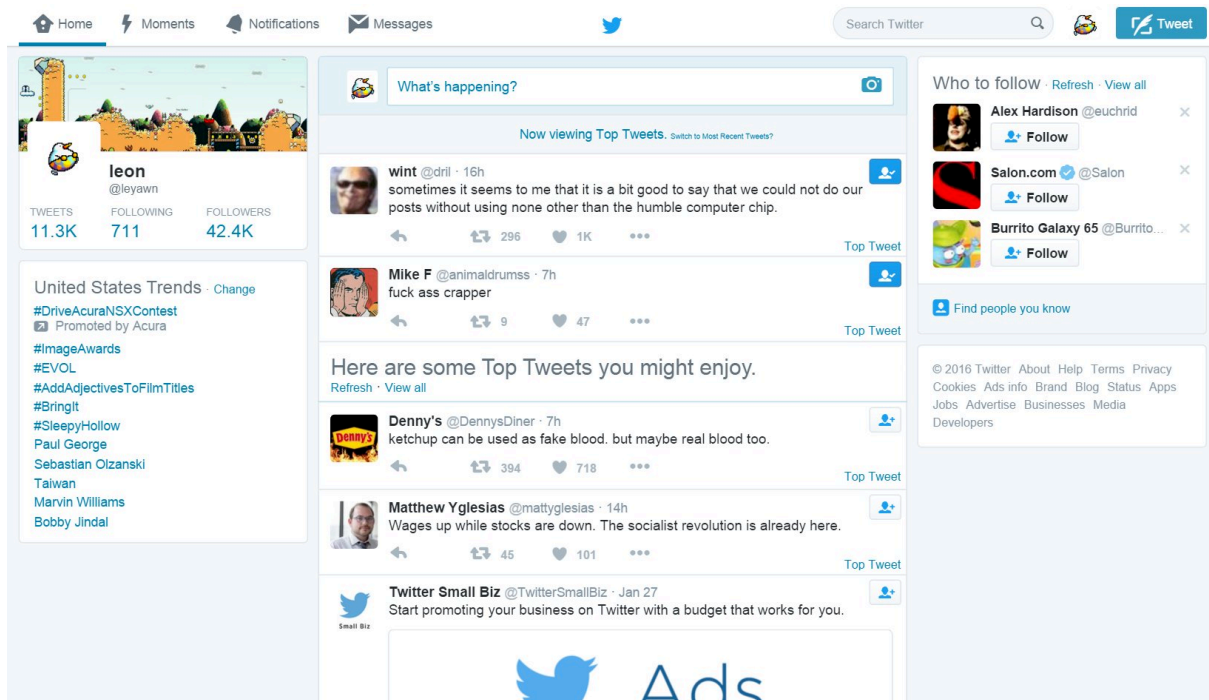
FIGURE 4.2 – Capture d'écran de la page de profil d'une entreprise de transport à San Francisco en avril 2016

Recomposer des documents

Pour pallier ces difficultés, le chercheur se retrouve souvent confronté aux documents qu'il veut observer.

« Dès lors l'historien se trouve face à plusieurs défis, celui d'une part de traiter des composites, qui ont subi de multiples (re)médiations au cours de leur archivage et de leur mise à disposition et impliquent une précaution sur l'authenticité des pages, d'autre part celui de devoir dans l'analyse longitudinale d'un site composer avec des variations dans la qualité, voire dans les sources de l'archivage (...). » [SCHAFER, 2019]

Qu'est-ce que Valérie SCHAFER appelle « composites » ici ? Dans un seul document, on va se retrouver télescopées les unes avec les autres différentes « époques » du site. Ainsi, le robot de *The Internet Archive* aura collecté le contenu d'une page tel qu'il était en 1999. Puis, aura collecté la feuille de style correspondante en 2003, par exemple. Or, sur le web, de grands changements dans la présentation du site peuvent intervenir dans cette période de temps...Résultat : on retrouve dans l'archive le *contenu* de 1999

FIGURE 4.3 – Capture d'écran de la *timeline* en 2016.

habillé avec *le style* de 2003.

Pour un historien comme pour un sémiologue, voilà qui est fort problématique. En effet, pour accéder au document tel qu'il s'affichait en 1999, le chercheur doit reconstituer son style d'affichage. Il modifie ainsi le document, ce qu'il ne fait normalement jamais. Il doit *recomposer* l'archive sur laquelle il travaille.

Pour le sémiologue, ce télescopage des époques fausse l'interprétation du document. En effet, il s'appuie sur tous les éléments de la page pour en faire l'interprétation. Si le style et le contenu de la page correspondent à deux époques, l'interprétation du document va s'en trouver biaisée.

Travailler de cette manière oblige à rencontrer les limites de ce type de corpus.

En effet, le fait de passer par l'API de Twitter, nous l'avons vu, sort les images et les textes des différents contextes dans lesquels ces éléments sont normalement présentés.

Un problème se pose pour le chercheur en Sciences de l'information et de la communication : on a coutume d'étudier les textes dans leur contexte d'expression et de réception, parce que ce contexte a une incidence forte sur la manière dont le message est reçu. Nous avons besoin du contexte pour que le travail d'interprétation soit valide.

Quel est le contexte ici ? Il y a d'abord l'interface de Twitter. Le *tweet*, quand il est lu, est affiché sur l'écran du lecteur. Twitter a choisi une typographie, un agencement

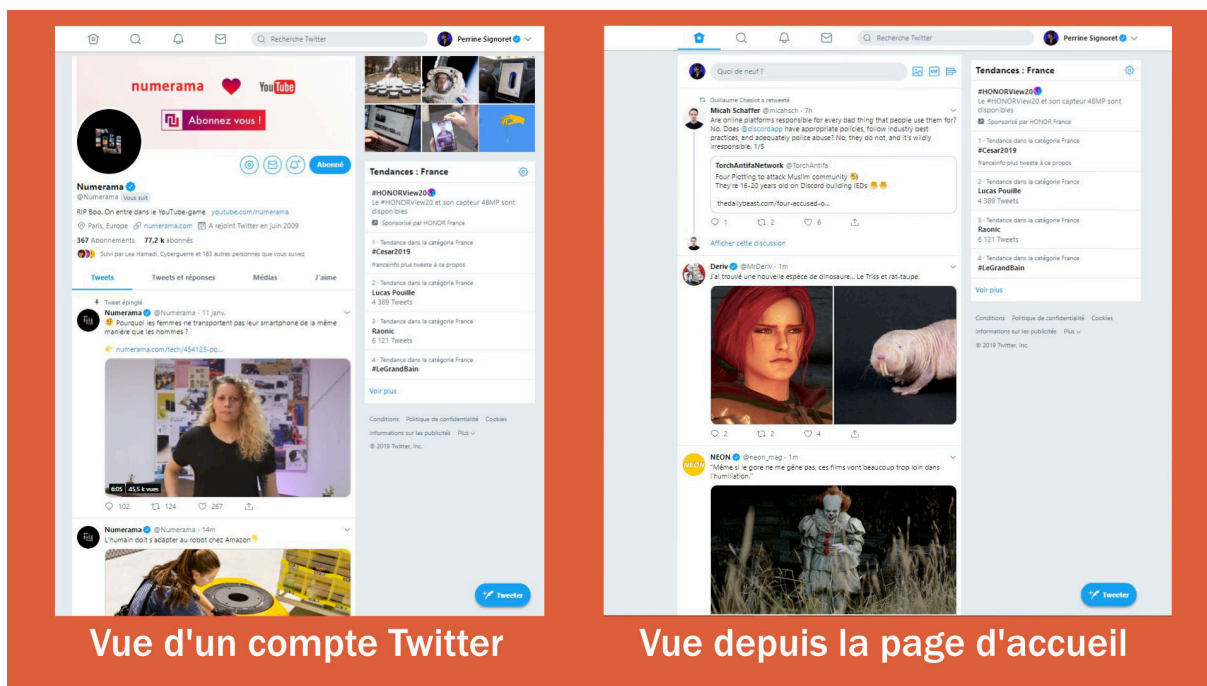


FIGURE 4.4 – Capture d'écran de la refonte de Twitter en 2018. Crédit photo : Numerama.

desrec éléments, des encadrements, etc. qui participent à la réception du message.

Il y a également les autres messages qui accompagnent le *tweet* concerné. Les *tweets* sont rarement affichés seuls ; ils font partie d'une *timeline*, où s'affichent aussi les messages émis par les autres personnes auxquelles notre lecteur est abonné. Cela participe au contexte de réception : voir une image de lumignons encadrée de deux photos de chatons ou encadrée d'une brève sur les attentats terroristes et d'une publicité, ne produira pas le même effet.

Ces contextes ne sont pas fixes. L'interface dans laquelle les messages sont présentés change : les différentes applications qui permettent d'accéder à Twitter ont en effet des interfaces toutes similaires, mais toutes un peu différentes, et l'interface de Twitter elle-même est susceptible de changer au cours du temps. Ainsi, dans la durée de la thèse, elle a changé déjà plusieurs fois.

Pour ce qui est des *timelines*, elles correspondent évidemment à chaque utilisateur de Twitter. Suivant leurs centres d'intérêts, les *timelines* de deux utilisateurs peuvent être similaires, mais il est assez rare d'avoir exactement les mêmes abonnements. Ensuite, il y a les publicités, qui sont ciblées, et donc censées être adaptées au profil de la personne qui lit. Enfin, l'algorithme qui préside à l'agencement des messages peut tout à fait présenter les messages dans un ordre différent, même si les abonnements

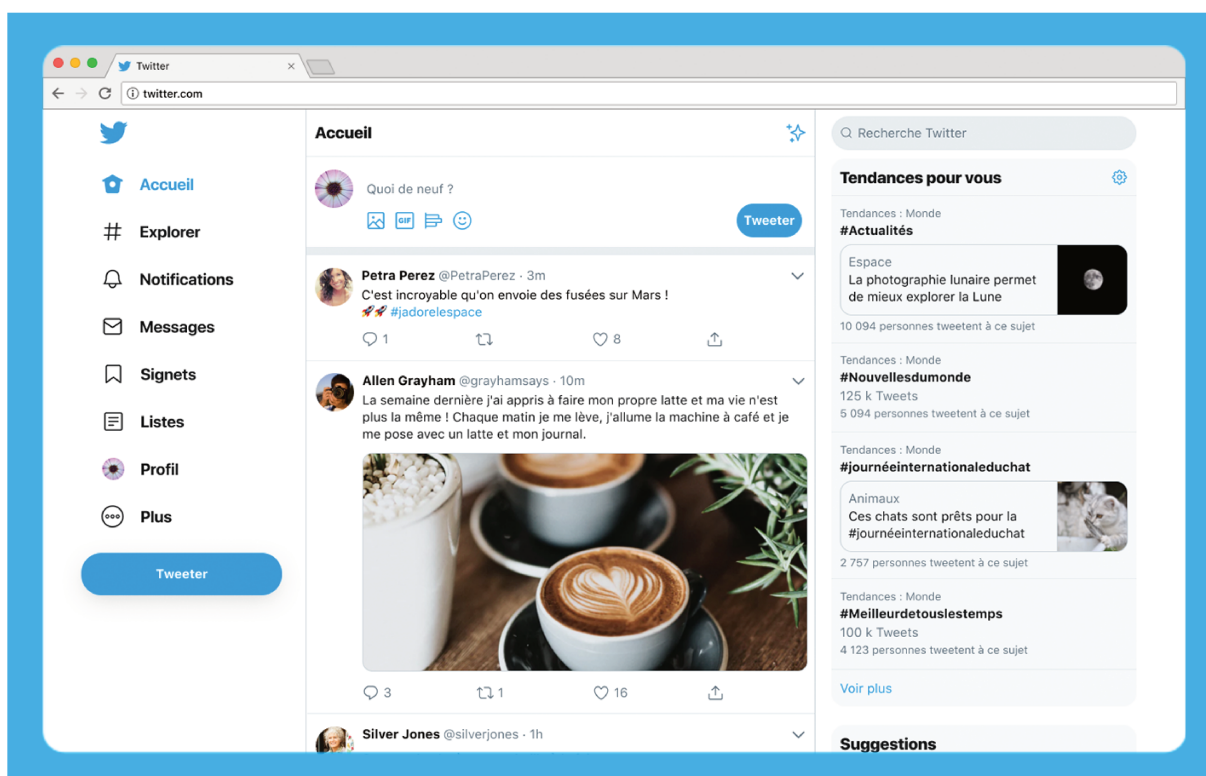


FIGURE 4.5 – Capture d'écran de la version actuelle de Twitter. Crédit photo : Twitter, Inc.

des deux utilisateurs sont similaires.

Quand on est confronté à un tel matériau et que le contexte est important pour poursuivre le travail, il faut reconstituer ce contexte, même imparfaitement.

C'est donc ce qu'on a fait, en imitant dans Korpus l'interface de Twitter, en recréant le visuel de la timeline. Mais ce faisant, on a en fait fabriqué un autre visage de notre corpus, qui n'a probablement pas existé pour la plupart des personnes qui suivaient, le huit décembre, la Fête des Lumières sur Twitter.

Une seule pratique correspond à ce que nous avons récolté comme données : être resté sur la page correspondant à la recherche #fdl2015 pour y suivre l'événement. Mais, à priori les utilisateurs sont allés dormir à un moment (alors que notre machine collectait les *tweets* jour et nuit) donc n'ont eu qu'une vue partielle de notre corpus. Et, problème inverse, notre programme a connu quelques bugs qui lui ont fait manquer des *tweets* qui auraient pu être vus par des utilisateurs. Enfin, nos critères de collecte étaient multiples ; ils comprenaient des éléments de géolocalisation qui étaient non seulement difficiles à mettre en place mais peu pertinents puisqu'une partie seulement du corpus est géolocalisée.

De plus, nous n'avons aucune garantie que Twitter ait affiché à cet utilisateur

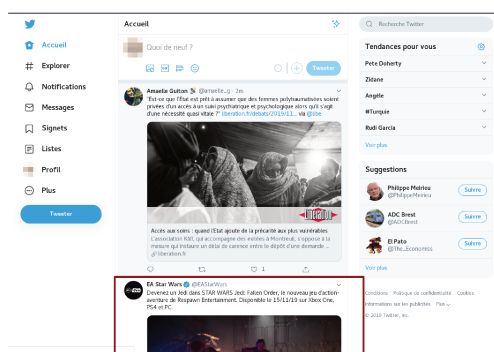


FIGURE 4.6 – Capture d'écran de Twitter, novembre 2019, première page.

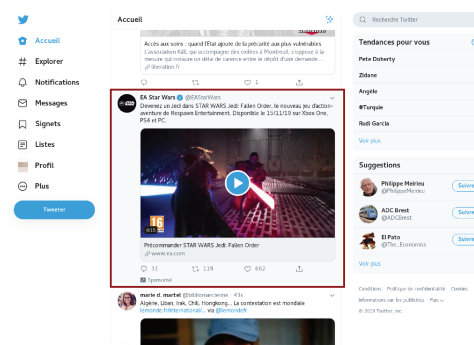


FIGURE 4.7 – Suite du défilement.

hypothétique tous les *tweets* que nous collectés. Nous n'avons aussi aucun moyen de savoir quelles publicités ont été affichées à ce moment-là. Or, les publicités contribuent bien au contexte sémiotique d'interprétation des images.

Dans ce contexte, la manière dont l'outil *recompose* les éléments selon des hypothèses est un geste dont le chercheur porte la responsabilité.

4.4.2 Prêter attention à ce que le corpus ne saisit pas

Un angle mort : la place de la publicité

Il faut souligner la place de la publicité dans le « fatras » sémiotique [DESPRÉS-LONNET, 2004] que constitue Twitter. En effet, la publicité, qui est la source principale de revenus de l'entreprise Twitter, Inc. aujourd'hui, est de plus en plus présente, sur le site, et ce depuis son introduction dans l'interface en 2011. Elle se matérialise notamment par des *tweets* « sponsorisés » qui apparaissent entre les *tweets* auxquels l'internaute est abonné, des *hashtags* « sponsorisés » qui sont suggérés dans la partie « Tendances », et enfin des comptes promotionnels⁷⁵.

Nous n'avons pas pu inclure l'étude de la publicité dans cette thèse, le corpus n'est pas recueilli en fonction de cela. Mais il nous semblait important d'attirer l'œil du lecteur sur cet angle mort de la collecte, justement. En effet, le poids visuel qu'ont les contenus produits pour la publicité dans l'économie de la réception de contenus en ligne est si important que le fait que ne pas disposer de cette information nous prive d'un angle d'analyse.

Pour se convaincre de l'importance que ces contenus ont sur la réception d'un *tweet*, regardons quelques captures d'écran. Ce n'est évidemment qu'un exemple :

75. Source : « How Twitter Ads work », *Twitter Ads Help Center*, <https://business.twitter.com/en/help/troubleshooting/how-twitter-ads-work.html>, consulté le 27/07/2020

la publicité sur le Web a pour principale caractéristique d'être ciblée. Virtuellement, chaque personne inscrite sur le site peut faire l'objet de publicités différentes.

Dans les deux premières capture d'écran (4.6) –qui datent de novembre 2019– un *tweet* sponsorisé est inséré entre deux *tweets*. Le hasard –et le ciblage probablement large de cette campagne– ont voulu que la seule publicité vue ici soit un *tweet*. Sur cet écran, la place qui est prise par le message publicitaire est remarquable : sur un écran d'ordinateur, le design adaptatif du site a pour conséquence que bien qu'il y ait beaucoup de place, seulement deux ou trois *tweets* s'affichent.

Dans cet exemple, la réception des deux *tweets*, celui d'Amaelle GUITTON et celui de Marie D. MARTEL, qui partagent toutes deux des articles de presse, dont il faut souligner les thématiques plutôt pesantes (les violences faites aux femmes, la contestation politique dans le monde) est perturbée par un message qui n'a rien à voir – une publicité pour un jeu vidéo Star Wars. Le message publicitaire, que la formulation stéréotypée rend remarquable –peut-être autant que la petite étiquette « sponsorisé », dénote d'autant plus ici qu'il vient présenter un produit lié à un univers de fiction, obligeant le lecteur à une sorte de gymnastique intellectuelle entre deux messages que rien à priori ne devrait rapprocher. Il est possible que ce type de rupture sémiotique –peut-être dans une situation moins extrême qu'ici ait pu avoir lieu dans la réception des *tweets* que nous avons collectés.

L'exemple que nous avons ici ne montre qu'une campagne de « *tweet* sponsorisé » : il serait imaginable d'adjoindre à ce *tweet* une « tendance sponsorisée » qui apparaîtrait sur la colonne de droite, par exemple.

Pour se faire une idée de l'impact de la publicité sur notre corpus, il aurait fallu former un panel représentatif de personnes et recueillir des captures d'écran régulières durant l'événement. Le procédé implique un contact qualitatif avec des enquêtés, qui n'a pas été l'axe méthodologique privilégié ici.

En sus de la place importante que la publicité peut prendre dans le paysage visuel sur Twitter, et de ce fait dans la réception des messages, il semble important de considérer la publicité pour comprendre la dynamique de classement de Twitter en tant qu'espace documentaire.

En effet, nous pouvons remarquer que, d'après le *Journal du Net*, « Au premier trimestre 2020, Twitter comptait 166 millions d'utilisateurs quotidiens monétisables dans le monde, c'est-à-dire des internautes qui se sont connectés au réseau social sur une journée donnée et qui ont été exposés à une publicité. Depuis le 30 juin 2019, Twitter communique seulement sur cette donnée et plus du tout sur le nombre

d'utilisateurs mensuels actifs »⁷⁶. La publicité n'est pas seulement centrale comme source de revenus, elle déplace également la relation que le site entretient avec ses utilisateurs.

Considérer l'épaisseur du terminal

Cette réflexion fait émerger la question du terminal dans la mémoire de ces interfaces.

Valérie SCHAFER montre bien comment le numérique change le rapports aux documents de l'historien : il n'est plus face à une archive qui a traversé les siècles, dont il peut dater les éventuelles transformations au cours du temps, mais face à un composite, un assemblage d'éléments anciens et nouveaux qui lui permettent de reconstituer un document le plus proche possible de celui qui a effectivement existé.

Mais il y a une autre difficulté : ces documents-composites sont séparés du contexte matériel de leur consultation. Évidemment, tout document archivé (qu'il soit numérique ou non), parce qu'il est archivé, est séparé de son contexte [DESPRÉS-LONNET, 2014b] : par exemple, nous avons aujourd'hui accès aux *Très riches heures du Duc de Berry* derrière la vitrine d'un musée. Cela n'a rien à voir avec l'utilisation située d'un livre d'heures au quinzième siècle (lu quotidiennement pour suivre la liturgie).

Mais là où la rupture est caractéristique du numérique, c'est qu'une même information peut être consultée sur des terminaux différents : un *tweet* affiché sur un téléphone et sur une télé connectée ne sont pas tout à fait le même objet. Le contexte de la consultation du *tweet* va inévitablement jouer sur sa réception. Dans le cadre de notre livre d'heures, le contenu du livre et le livre lui-même en tant que technologie intellectuelle permettant sa consultation sont un même objet. Il n'y a aucune ambiguïté quant au format de l'information. Il peut en avoir sur les temporalités d'utilisation, le public visé, etc. Mais pas concernant sa matérialité. Ce n'est pas du tout acquis avec un document numérique.

« Cette nécessaire remise en contexte en appelle d'ailleurs une autre non moins complexe et qui touche cette fois au traitement qualitatif de ces sources : ceci plaide pour une prise en compte d'un web remis en contexte matériel – puisqu'il faut être conscient des variations de débit, de terminaux lors de la consultation du web archivé, mais aussi du sens à attribuer à des éléments qui semblent familiers, mais qui ont pu voir leur signification et leur usage changer à défaut de leur présentation [...] » [SCHAFER, 2019, p.41]

76. « Nombre d'utilisateurs de Twitter dans le monde », *Journal du Net* <https://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/1159246-nombre-d-utilisateurs-de-twitter-dans-le-monde/>, consulté le 23 juillet 2020

Le même problème peut se poser différemment : pour consulter un document, il faut le terminal capable de le lire. C'est un problème qui se pose peu dans le cadre d'une histoire du Web, parce que ce dernier repose en grande partie sur des formats assez pérennes, mais il est beaucoup plus prégnant dans le cadre d'une histoire des jeux vidéos, par exemple, où les jeux ne peuvent être lancés que sur les consoles pour lesquelles ils ont été prévus. Une des manières de conserver la mémoire de ces programmes a été de les *émuler*, alors même que l'objet matériel n'existe plus. Il est ainsi possible de jouer à *Pokémon : version jaune* avec un ordinateur, ou un smartphone récent, en se passant de la console *Game Boy* pour laquelle il a été conçu et qui n'est plus en circulation sur le marché. Plus proche du web, c'est en utilisant ce type de technique qu'on a pu consulter le Minitel sur nos ordinateurs jusqu'à que le serveur soit éteint.

Mais alors, est-ce qu'on peut considérer que *Pokémon : version jaune* est le même produit culturel, consulté sur un *Game Boy* de 1998 et sur un ordinateur récent de 2018 ? Si l'on considère la taille de l'écran, la quantité de couleurs qu'il est capable d'afficher, l'interface du terminal (deux boutons et des touches directionnelles, ou un clavier), le fait que le *Game Boy* fonctionnait avec des piles, qui n'avaient pas la même autonomie que la batterie de nos ordinateurs, la position du corps nécessaire pour interagir avec le terminal... bref, la matérialité du dispositif, ce n'est pas le même objet.

Dans le cadre d'une exploration des archives du Web, du fait de cette coupure entre le terminal et le document consulté, ce problème se pose, parce que l'expérience de consultation du document, en changeant de terminal, n'est plus la même. Le web des années 1990 est indissociable de l'écran sur lequel il s'affichait (cathodique, jusque dans la fin des années 2000, et donc assez volumineux), de la connexion à Internet disponible (une connexion via un modem 56k, qui excluait l'usage du téléphone pendant ce temps, et faisait de l'affichage d'une image un peu volumineuse un exercice de patience). Consulter le web, dans la matérialité de l'expérience, c'était aussi tous ces éléments-là. Consulter une archive du Web des années 1990 sur une tablette dernier cri des années 2020 ne constitue pas en la même expérience : cette image volumineuse s'affiche immédiatement (le débit moyen de la connexion à Internet n'est plus du tout le même) ; l'écran est capable d'afficher plus de choses, avec une plus grande précision ; il est tactile (on peut toucher les liens avec son doigt pour changer de page) ; il peut tenir dans la main...etc.

Le « saut » entre 1990 et 2020 apparaît ici considérable, après un rapide examen : les terminaux d'accès au web changent très vite, compliquant le travail du chercheur soucieux de comprendre le document qu'il étudie dans son contexte de réception.

Une des métriques pour se faire une idée des changements induits par l'évolution des terminaux est la définition de l'écran, qui désigne le nombre de pixels que peut afficher un écran –c'est donc moins une question de taille d'écran qu'une question de qualité d'affichage : plus il y a de pixels disponibles, plus l'écran peut afficher de détails. C'est un bon marqueur de l'évolution des terminaux qui nous servent à afficher le web. D'après le site [w3schools.com](https://www.w3schools.com), qui présente des statistiques tirées de l'études de leurs *logs*, la définition d'écran qui dominait en janvier 2000 était inférieure à 1024x768⁷⁷, alors qu'en janvier 2017, toujours selon ce même site, 95% des visiteurs du site Web avaient une résolution supérieure à 1024x768 pixels (qui représente alors 3% des visites).

Ainsi, visiter un site Web optimisé pour une résolution d'écran de 800x600 avec un terminal capable d'afficher le double fera apparaître à l'écran une zone vide autour du site, dans la couleur de fond du site. Au sein du cadre que constitue l'écran, au lieu d'avoir un document qui remplit ce cadre, il y a un décalage, qui vient ajouter du sens, qui n'était pas prévu au départ. Cela peut également changer la manière dont les éléments typographiques sont affichés⁷⁸. Le document affiché, suivant le terminal, n'est pas tout à fait le même.

Évidemment, le même type d'observation vaut pour un document prévu pour un terminal fixe lu sur un terminal mobile, et inversement – même s'il faut admettre que l'arrivée du *responsive design* (design adaptatif) dans les pratiques de conception numérique a permis de créer des documents consultables de manière optimale quelle que soit la taille de l'écran, ce qui tend à diminuer cet effet de découplage entre le document et le terminal de consultation.

Ainsi, dans la durée qui nous occupe pour la présente thèse, ce phénomène n'a pas d'impact, dans le sens où le laps de temps entre le moment de la publication du contenu et celui de sa consultation par le chercheur ne crée pas une telle fracture, ceci malgré le renouvellement galopant des téléphones mobiles (la qualité des écrans de téléphone mobile a certainement augmenté entre 2015 et 2020).

Le terminal mobile joue un rôle, en revanche, dans le sens où les conditions de consultation du corpus *in situ* par les personnes qui ont publié et lu ces *tweets* pendant la Fête des Lumières et dans le cadre de la recherche sont très différentes. Nous avons consulté le corpus exclusivement depuis un ordinateur fixe, à un bureau, dans des conditions de réception bien différentes de la consultation sur un *smartphone* au milieu

77. « Browser Display Statistics », *W3Schools*, https://www.w3schools.com/browsers/browsers_display.asp (consulté le 20/10/2021)

78. « Feuilles de style pour le Web », *W3C*, <https://www.w3.org/Style/Examples/007/units.fr.html> (consulté le 20/20/2021)

de la foule pendant la Fête.

En effet, en ce qui concerne Twitter, 80% de ses utilisateurs se connectent sur le site via leur téléphone mobile en 2017⁷⁹. Or, ce type de terminal suppose un contexte de consultation des documents très particulier. Typiquement, le mobile a fait intervenir toute une somme d'attitudes corporelles, de manières de se tenir⁸⁰.

Il nous faut prendre en compte les contraintes formelles et pratiques induites par l'utilisation d'un terminal mobile dans l'analyse, et y être d'autant plus vigilants que nous n'en avons pas reproduits les caractéristiques dans notre consultation du corpus.

4.4.3 L'API Twitter : un système documentaire particulier

Notre corpus principal est issu d'une collecte de données sur Twitter, dont les modalités sont détaillées ci-après. Nous sommes passés par l'API du site de réseautage social pour « aspirer » une partie de son contenu. Ce mode de recueil de données est particulier et il nous semble important de comprendre en quoi pour mieux préparer l'analyse.

Concrètement, il s'agit de se connecter au site *via* ce qu'on appelle une API (*application programming interface*), ou « interface de programmation applicative ». Une API met à disposition un ensemble d'outils normalisés pour interroger une base de données. Il ne s'agit pas d'interroger cette dernière directement : un ensemble de paramètres normalisés sont mis à disposition pour construire une requête. L'API formule la requête et renvoie les résultats dans un format lui aussi normalisé (souvent en JSON). En ce qui concerne notre collecte, la connexion à l'API de Twitter a nécessité la création d'un petit programme qui interroge la base de données de Twitter automatiquement, *via* cette API.

Interroger une API est une opération relativement triviale pour quelqu'un qui a un peu de pratique de la programmation. Pour interroger Twitter par exemple, connaître les rudiments de la programmation en Python, Ruby, ou Javascript qui sont des langages faciles d'accès, suffit. L'API elle-même est bien documentée par Twitter sur son site dédié, `developer.twitter.com`, il existe de nombreux tutoriels pas-à-pas, nulle expertise n'est nécessaire.

La relative simplicité de cette opération, et surtout l'existence d'un seul proto-

79. Source : « Twitter Lite PWA Significantly Increases Engagement and Reduces Data Usage », *Chrome Dev Summit 2017* <https://developers.google.com/web/showcase/2017/twitter> (consulté le 23/09/2021).

80. Near Future Laboratory, *Curious Rituals* <http://curiousrituals.nearfuturelaboratory.com/> (consulté le 23/09/2021).

code informatique pour récolter ces données constituent des médiations de l'objet de recherche qu'il convient de mettre en question.

Ainsi, dans leur chapitre, LATZKO-TOTH et PROULX [2013] expliquent ainsi que l'accès facile à ce matériau de recherche a en effet attiré des personnes peu formées à la recherche, et entraîné la production de résultats de mauvaise qualité, fondés sur des analyses faites sans cadre et recul méthodologique.

Or, travailler avec une API demande à tout chercheur d'être vigilant sur la manière dont celle-ci constitue en une médiation documentaire d'une forme de sociabilité, d'une part (ce qui permet de se prémunir de l'écueil de penser qu'il s'agit d'observer des documents) et sur la manière dont cette méthode de recueil constitue une « vitre sans tain » d'autre part.

Observer des documents ou des personnes ?

Le premier des écueils dans lequel un jeune chercheur peut tomber en travaillant avec des données recueillies *via* API est de naturaliser ces données en omettant la manière dont une base de données constitue une médiation. En effet, il y a médiation au sens où ce qui est enregistré est issu d'une logique de documentation particulière, qui constitue un choix.

En collectant de manière automatisée sur Twitter via son API, nous ne recevons pas les messages tels que les personnes les voient, mais tels que la machine qui collecte les messages les voit. Ce que l'API renvoie, c'est un ensemble de données qu'on pourrait qualifier de « brutes » –en ayant en tête combien ce terme pose question. En effet, comme Jérôme DENIS et GOËTA [2016] le soulignent, un jeu de données est toujours organisé, produit, dans un cadre socio-technique situé :

« Le façonnage des données (leur "cuisson") consiste à traiter de ce que les chercheurs considèrent comme des biais, dont l'existence montre que ce qui est appelé "données brutes" est toujours déjà socialisé. Dans son enquête en Amazonie, A. WALFORD respécifie la notion de données brutes en sciences en montrant que celles-ci apparaissent dans les mains de ceux qui les collectent, puis de ceux qui les transforment, comme des données en devenir, des entités ambiguës, multiples. » [ibid.]

Ici, dans le cadre de Twitter, l'exploitation des données produites par les utilisateurs constitue en une source de revenus importante pour l'entreprise, qui s'appuie sur des revenus publicitaires (et donc sur le profilage de ses utilisateurs). Les données sont collectées, archivées et remises en lien dans l'objectif de mieux cibler les utilisateurs à qui afficher de la publicité. Elles sont « déjà socialisées », dans le sens de DENIS, mais elles sont bien dépourvues des atours habituels avec lesquels ils existent en société.

Nous avons donc des données non pas brutes, mais telles qu'elles existent dans un autre contexte que celui de la consultation de *tweets* sur Twitter, classées selon une nomenclature précise, qui correspond à une activité économique située, à des contraintes techniques précises.

Pour le dire autrement :

« Ces données présentées hors sol adoptent une structure proche de leur "forme d'enregistrement" (Bachimont, 2004), c'est-à-dire proche de la logique dans laquelle elles sont organisées et persistées dans les bases de données de Twitter, laquelle structure ne ressemble en rien à leur « forme sémiotique d'expression » (les registres sémiotiques mobilisés par les auteur.e.s des tweets) et à leur "forme sémiotique de restitution" (l'apparence des différentes applications et sites Web clients de Twitter). » [BOTTINI et JULLIARD, 2017]

Le texte du *tweet* est ainsi « livré » avec les *tags* qui lui ont été associés, du nom d'utilisateur de son auteur, etc. Les éléments récoltés par la collecte, à la grande déception du chercheur de prime abord, ne sont donc pas des *tweets* – ou alors, ce sont des *tweets* en kit : ce sont les éléments qui permettent de construire chaque *tweet* et de le relier aux autres.

En effet, les textes que nous voyons s'afficher à l'écran ne sont jamais enregistrés seuls : ils sont en réalité entourés de métadonnées, d'éléments descripteurs qui guident les machines dans la manipulation de l'objet. Par exemple, la machine ne sait pas si c'est le nom ou le prénom de l'utilisateur : elle va chercher ce qui se trouve dans la case « prénom » pour afficher le prénom. Dans notre matériau, nous avons donc chaque *tweet* (dont nous reconnaissons le texte, le nom de l'auteur, dans sa version « affichée à l'écran », accompagné de tous les descripteurs qui lui sont liés.

Comme le remarque Louise MERZEAU, une des spécificités de l'informatique est son instabilité, qui oblige, pour conserver l'information, à la dupliquer sans cesse sur de nouveaux supports, et à donc l'accompagner d'information sur l'information (ce qu'on appelle les métadonnées) :

« Paradoxalement, l'instabilité qui caractérise les flux d'information ne constitue donc pas un obstacle à leur mémorisation, mais plutôt une condition, entraînant de nouvelles procédures de sédimentation mémorielle. Parce qu'ils sont instables, les contenus doivent être dédoublés par une information sur l'information, qui anticipe, optimise et instruit leur mobilisation. Les métadonnées désormais associées à tout message ne décrivent pas seulement les énoncés : elles en permettent la segmentation, la distribution et la recomposition, chaque fragment du flux devenant une mémoire activable à volonté, pointant vers d'autres fragments. Ainsi la publication d'un tweet ou d'une photo ne délivre pas seulement un énoncé : elle embarque dans ses métadonnées toute une lisibilité génétique, qui permet de reconstituer l'historique de leur parcours ou de leur fabrication. » [MERZEAU, 2012]

Dans son travail de recherche doctorale, Samuel GOYET [2017] fournit une utile

« anatomie d'un tweet » (p.613). Nous n'allons pas répéter ce qui y est indiqué, mais nous pouvons montrer en quoi consiste la manipulation d'un tel matériau, puis essayer d'en tirer déjà quelques enseignements pour notre analyse de ce que nous apprennent ces opérations.

Prenons l'exemple d'un *tweet* tiré de notre corpus, tel qu'il nous apparaît avec la commande *jq*⁸¹. Nous avons utilisé *jq* dans toute la première phase de la thèse où Korpus n'existait pas, parce que ce programme facilite la lecture des données.

Pour explorer le corpus, il est possible de simplement dérouler les 30.000 *tweets* mis en forme par *jq*, mais c'est un peu indigeste. Pour que ce soit lisible, il est possible de dégager un sous-ensemble de ces données en filtrant selon un critère de recherche, par exemple les *tweets* contenant le mot « lumignon ».

```
cat TwitterFDL2015.json | jq '. | select(.text | contains("lumignon"))'
```

La commande *cat* permet d'ouvrir le fichier, dans lequel *jq* va chercher quelque chose de précis. Ici nous lui avons demandé de trouver tous les messages dont le texte contenait « lumignon ». Nous avons pris le premier *tweets* retourné par la commande. Ce qui donne le résultat qu'on peut voir en annexe (page 3). Le lecteur peut être frappé par l'avalanche d'informations concernant un petit message de 140 caractères. Ainsi, les 3 pages de descripteurs en annexe se résument dans cet objet sémiotique présenté en figure 4.8.

Nous avons donc de nombreux descripteurs, qui servent à afficher le *tweet* (il est possible de reconstituer le *tweet* à partir de ces éléments), mais aussi à le manipuler, en tant qu'élément *modulaire* [ibid.], mais qui ne nous renseignent pas du tout du point de vue sémiotique, puisque toute l'apparence du message est prise en charge par le site Twitter.com, même si quelques paramètres de personnalisation de profil sont embarqués avec le *tweet* (comme la couleur de fond, celle des liens, etc.). Ce sont les seuls indices que nous ayons pour deviner comment se présente ce *tweet*, en observant le matériau.

Nous comprenons alors que ces documents n'existent pas sous une forme immuable et unique (comme existerait, par exemple, une Une de journal conservée aux archives). Il est reconstruit pour être affiché par la machine, si bien que ce que nous obtenons, c'est le document en puissance : les *hashtags* d'un côté, les images de l'autre, le texte encore à part, puis, ensuite, viennent la structure en HTML de la page, la feuille de style (CSS) de Twitter et un certain nombre de scripts responsables d'éléments notamment

81. *jq* est un programme sous Linux, contrôlable en ligne de commande, qui permet d'interagir avec les fichiers au format *JSON*, tels que des *tweets*. Il permet d'effectuer des recherches, d'extraire quelques statistiques basiques, notamment.



FIGURE 4.8 – *Tweet* tiré de la recherche citée en exemple.

interactifs. Le dispositif technosémiotique fait « tenir ensemble » ces éléments. En l'absence de celui-ci, le chercheur ne possède en fait qu'une partie du document.

Si cela complique l'analyse, nous remarquons que ces caractéristiques documentaires font de Twitter une excellente source pour observer des processus d'industrialisation des manières de voir. En effet, cette discrétisation des contenus [GOYET, 2017], leur modularité, la possibilité de les manipuler via une API sont autant de signes des processus rationalisés qui encadrent l'écriture sur Twitter.

Cependant, manipuler ce texte détaché de son contexte de production et de consultation et ainsi « brutifié », enregistré dans un format standardisé peut nous faire tomber dans l'écueil de l'objectivation : nous pensons n'étudier que des simples documents alors que ce sont bien des personnes qui se sont exprimées, dans des contextes précis, dont nous observons les productions.

Ainsi, ce que nous obtenons de Twitter en nous connectant à l'API, c'est un fichier au format JSON, à l'image de ce qui est enregistré dans la base de données du site. Du point de vue du format, ce dernier n'est pas bien différent d'un autre jeu de données formalisé en JSON, comme par exemple l'un de ceux qui sont mis à disposition sur le portail `data.gouv.fr`. Le passage par un format standardisé met sur le même plan – puisqu'ils sont enregistrés dans le même format, précisément, des textes dont l'origine est très diverse. Les conditions de production et de lecture du texte sont écartées par le format, puisque ce que nous lisons, c'est un enregistrement de base de données et non un *tweet* mis en forme et affiché sur le site. Or, il s'agit bien de données produites au

cours d'une activité sociale par des personnes privées.

Ceci dit, considérer que, les données sont la trace d'une pratique située, ayant un sens dans l'ordre social, ne nous permet pas forcément d'inférer des éléments pour comprendre l'ordre social tout entier. C'est un autre écueil de la « fast research », où l'on croit, en ayant accès à ces documents formatés, dont nous venons de comprendre qu'ils constituent déjà une médiation, avoir accès à une source pour comprendre *tout* le social. Or, comme nous l'avons rappelé avec BOULLIER [2017], les discours collectés sur les médias sociaux ne sont que de l'écume : s'ils permettent de comprendre quelque chose du mouvement de la vague, ils n'offrent qu'une vue partielle de cette dernière. Il faut donc se rappeler, dans le cadre d'une enquête ancrée sur un territoire comme la notre, que les personnes inscrites sur un média social ne représentent pas toute la population d'un territoire donné.

Le problème de la vitre sans tain

Prendre conscience que malgré les apparences, nous travaillons sur des discours qui sont ancrés dans le social, et émis par des personnes qui ont chacune une histoire, un parcours, parlent toutes dans des contextes qu'il convient de prendre en compte fait surgir une autre difficulté inhérente à la méthode de collecte de notre matériau de recherche.

Il faut bien comprendre que lorsqu'on interroge une API pour obtenir les *tweets* directement auprès de Twitter, tout ceci se passe sans que l'utilisateur final ne se doute de quoi que ce soit. C'est une vitre sans tain. KITCHIN, citée par LATZKO-TOTH et PROULX [2013] parle d'« ethnographie invisible » pour désigner les enquêtes sur le Web pour cette raison. Le chercheur observe des choses qui ont à la fois le statut de document et à la fois le statut de conversation faites dans un espace semi-privé, comme un café. Dans une situation analogue hors-ligne –un café– l'enquêteur peut avoir veillé à ce que personne ne soit indisposé de sa présence et que tout le monde comprenne ce qu'il fait là. En tous les cas, même s'il ne signale pas sa présence en tant que chercheur (tous les terrains d'ethnographie ne le permettent pas) il est *visible* des autres personnes présentes. En ligne, avec notre méthode de collecte de surcroît, il n'y a pas d'espace pour être visible des personnes dont on étudie le discours. Le chercheur travaille dans une très étrange situation vis-à-vis des personnes dont il étudie l'expression en ligne.

Cette situation étrange, ce rapport au terrain entre ethnologie et travail sur des documents est décrite très tôt, avec la recherche sur les BBS (les ancêtres des forums, sur Usenet) notamment par KING [1996] puis EYSENBACH et TILL [2001]. Les auteurs soulignent à quel point la tentation d'objectivation est grande : « Notes on a computer

screen are simple to objectify. It is easy for researchers to fail to show respect for the very real people that make up the communities under study.⁸² » [KING, 1996]

Cette tentation est d'autant plus grande lorsque le chercheur collecte son matériau de recherche *via* une API. En effet, notre méthode de collecte diffère de l'ethnographie en ligne : des messages sont collectés, ensuite analysés, sans contact avec la plateforme, et encore moins avec les auteurs des messages. L'ethnographie sur le Web suppose à minima l'inscription sur la plateforme, la pratique de son interface, l'écriture de messages, comme les autres utilisateurs –voire la conversation avec d'autres utilisateurs (ce qui permet de réintégrer la possibilité d'être vu et de limiter l'effet « vitre sans tain »).

Les deux méthodologies diffèrent également par l'échelle : nous avons collecté les messages *via* un programme, qui était connecté en permanence au service. C'est un geste d'industrialisation de la collecte de matériau d'information. Notre programme n'était pas parfait, mais a pu collecter près de 30 000 messages en quelques jours. L'ethnographie concerne, pour sa part, une quantité limitée de messages : ceux observés par le chercheur, lorsqu'il était connecté au service ; et qu'il a collectés au moyen de captures d'écran. Notre méthode diffère enfin de l'ethnographie sur le Web par le traitement des données collectées. D'une part, ce traitement, en conséquence du grand nombre de messages, est lui aussi automatisé en partie. D'autre part, contrairement à ce que la méthode ethnographique permet de faire, nous avons traité/observé les données majoritairement hors contexte. Nous avons essentiellement reconstruit le contexte, comme nous l'avons expliqué dans la partie 4.4.1.0.

*

* *

Les enseignements de notre première partie nous permettent d'aborder notre matériau de recherche collecté *via* l'API de Twitter en prenant en compte à la fois son existence au sein d'un dispositif technique dont la finalité est de fabriquer de la publicité (Twitter tire ses revenus de la publicité) et à la fois comme produit d'actions relevant de la sociabilité (nous utilisons Twitter pour s'engager dans une forme de sociabilité en ligne). Nous pensons qu'il faut « tenir ensemble » ces deux éléments pour trouver un point de vue pertinent sur les données observées.

82. Traduction (par nos soins) : « Les notes sur un écran d'ordinateur sont facile à objectiver. Il est aisé pour les chercheurs de ne pas accorder le respect qui leur est dû aux très réelles personnes qui composent la communauté qu'ils étudient. »

Chapitre 5

Collecter le matériau, constituer un corpus et l'analyser

5.1 Le matériau central : la collecte pendant la Fête des Lumières

Ce travail de thèse, notamment du fait de la co-direction de la thèse, était inséré dans une équipe pluridisciplinaire, constituée autour du projet IDENUM⁸³. Dans ce cadre, nous avons collaboré avec le laboratoire LIRIS, pour la collecte du matériau central : celui tiré de Twitter.

La première collecte a été lancée le 7 décembre 2015, c'est à dire dès le tout début de la thèse, et s'est poursuivie chaque année pendant la durée du projet. Le corpus collecté par l'équipe comporte au total :

- 31008 *tweets*, dont 47 605 images collectés entre le lundi 07 décembre 2015 à 13 :00 :11 et le vendredi 11 décembre 2015 à 07 :46 :07 ;
- 476032 *tweets*, dont 108 926 images collectés entre le mardi 24 novembre 2016 à 12 :20 :46 et le lundi 12 décembre 2016 à 12 :42 :10 ;
- 330024 *tweets*, dont 45 902 images collectés entre le vendredi 1^{er} décembre 2017 à 23 :00 :00 et le jeudi 13 décembre 2017 à 22 :59 :58.

L'outil de collecte consiste en un simple programme en Java, développé par l'équipe du LIRIS, qui se connecte à l'API Streaming⁸⁴ de Twitter et enregistre, au fur et à mesure, les *tweets* correspondant à une requête dans un fichier (au format JSON) et

83. « IDENUM - Identités numériques urbaines (2016) », *Labex IMU*, <https://imu.universite-lyon.fr/projet/idenum-identites-numeriques-urbaines/>, consulté le 16/03/2021

84. « Filter realtime Tweets », *Twitter Developer Platform*, <https://developer.twitter.com/en/docs/tweets/filter-realtime/api-reference/post-statuses-filter> (consulté le 20/10/2021).

les images dans un répertoire séparé (les images sont nommées d'après l'identifiant du *tweet*). Il faut noter que l'outil utilisé a subi plusieurs pannes pendant la collecte : il y a quelques hiatus dans notre corpus, que nous avons tâché de combler par une recherche manuelle sur le *hashtag* « #FDL2015 ».

Nous avons donc à notre disposition deux fichiers JSON et deux archives d'images, qui représentent pas moins de 4 Go de données : ce sont les résultats de la collecte de 2015 et de 2016. Nous n'avons pas travaillé sur les données de 2017.

Il faut noter que l'outil utilisé par l'équipe du LIRIS a subi plusieurs pannes pendant la collecte de 2015, ce qui lui a fait manquer des *tweets*. Ces pannes ont été découvertes en 2018, date à laquelle nous avons tâché de combler les hiatus par une recherche manuelle sur le *hashtag* « #FDL2015 ».

A chaque fois, la collecte a surveillé, via l'API *Streaming*, les mots-clefs suivants : Lyon, #Lyon, #LYON, FDL, #FDL, lumignons, FeteDesLumieres, #FeteDesLumieres, fête des lumières, OnlyLyon, Onlyon, #lumignonsducoeur, #lumignons, et les *tweets* géolocalisés dans le rectangle défini par les points ayant les coordonnées géographiques : 4.572182, 45.593162 et 5.156932, 45.954714 ce qui correspond à peu près à Lyon.

Si la collecte dépend du bon fonctionnement du logiciel de capture, il dépend aussi du fonctionnement de l'API de Twitter. S'il existe de la documentation technique sur cette dernière, il n'est pas possible d'en contrôler le bon fonctionnement (ou la conformité de ce fonctionnement à ce qui est décrit dans la documentation technique) puisque cela repose sur du code propriétaire, non accessible au public et que comme l'a indiqué Bernhard RIEDER [RIEDER, 2016], il y a là une forte dépendance entre le travail de recherche et l'entreprise qui détient les données, qui a tout pouvoir sur la manière dont elle partage ou non ces dernières. L'entreprise Twitter pourrait tout à fait brider ce service de manière arbitraire (par exemple, ne fournir que les 500 premiers résultats de la requête) sans que le chercheur puisse faire quoi que ce soit.

Ces précautions prises, nous pouvons maintenant expliquer que selon la documentation de l'API *Stream*, nous avons normalement recueilli, au moment de sa publication, chaque *tweet* contenant au moins un des mots-clefs que nous avons décrits précédemment ou émis depuis les coordonnées géographiques que nous avons définies.

Nous pouvons maintenant essayer de préciser un peu ce que contient ce matériau. Pour cela, nous avons utilisé l'outil DMI-TCAT, que nous présentons en section 5.3.0.0

DMI-TCAT détaille qu'il rassemble l'expression de 3306 comptes Twitter distincts, et un total de 31006 *tweets*⁸⁵. Une très faible part de messages sont géolocalisés :

85. DMI-TCAT ne semble pas pouvoir enregistrer tous les *tweets* contenus dans le matériau : d'où ces incohérences dans les chiffres.

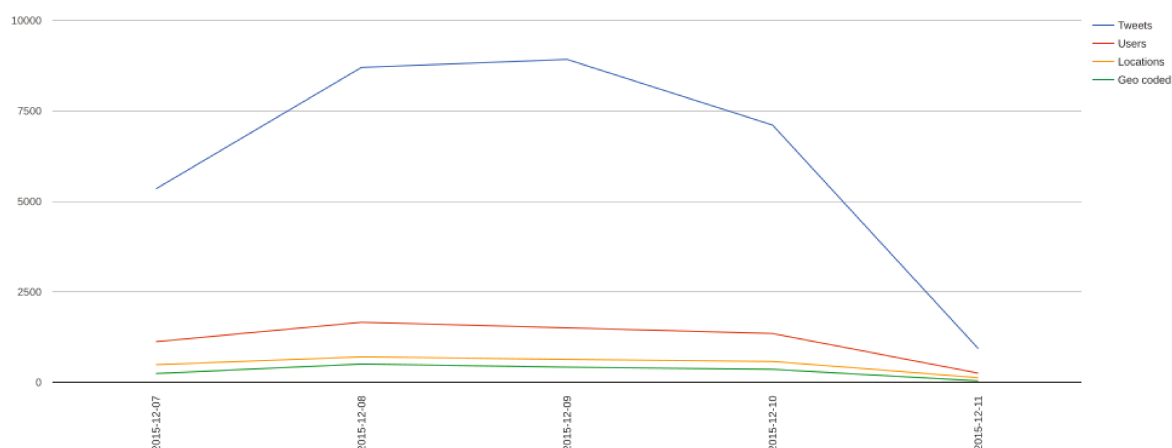


FIGURE 5.1 – Vue d’ensemble du corpus Fête des Lumières 2015 (FDL2015) produite par DMI-TCAT.

Date	Géolocalisation	Images	Total
07/12/2015	242	1123	5345
08/12/2015	504	1660	8701
09/12/2015	417	1504	8920
10/12/2015	357	1347	7106
11/12/2015	39	252	934

FIGURE 5.2 – Vue d’ensemble du matériau récolté pendant la Fête des Lumières 2015 (FDL2015) produite par DMI-TCAT, sous forme de tableau.

Comme nous pouvons nous y attendre, il y a un peu plus d’activité le soir du 8 décembre, mais surtout le 9, date à laquelle on repère en regardant les *hashtags* les plus fréquents, que le corpus contient de nombreux « coévénements ».

Le 7 décembre, le *hashtag* « LRDS » est manifestement plus populaire que les autres : il correspond à l’émission « Les reines du shopping ». Lyon n’est mentionnée qu’en deuxième position. Dans la liste figure aussi l’émission « Touche pas à mon poste » et les élections régionales qui ont lieu le 13 décembre 2015. Absents de cette visualisation (pour des besoins de lisibilité, nous n’avons affiché que les *hashtags* dont la fréquence était au dessus de 20 occurrences) figure le *hashtag* « erbilight » (qui concerne ma manifestation religieuse à Erbil en Irak liée à la Fête des Lumières) avec 18 occurrences et « FDL2015 » qui n’en a que 4.

Le 08 décembre, l’« événement principal » devient la Fête des Lumières, signalée par la mention de Lyon et plusieurs *hashtags* spécifiques : « 8décembre », « FeteDesLumières », « FDL2015 », « MerciMarie », « lumignons ».

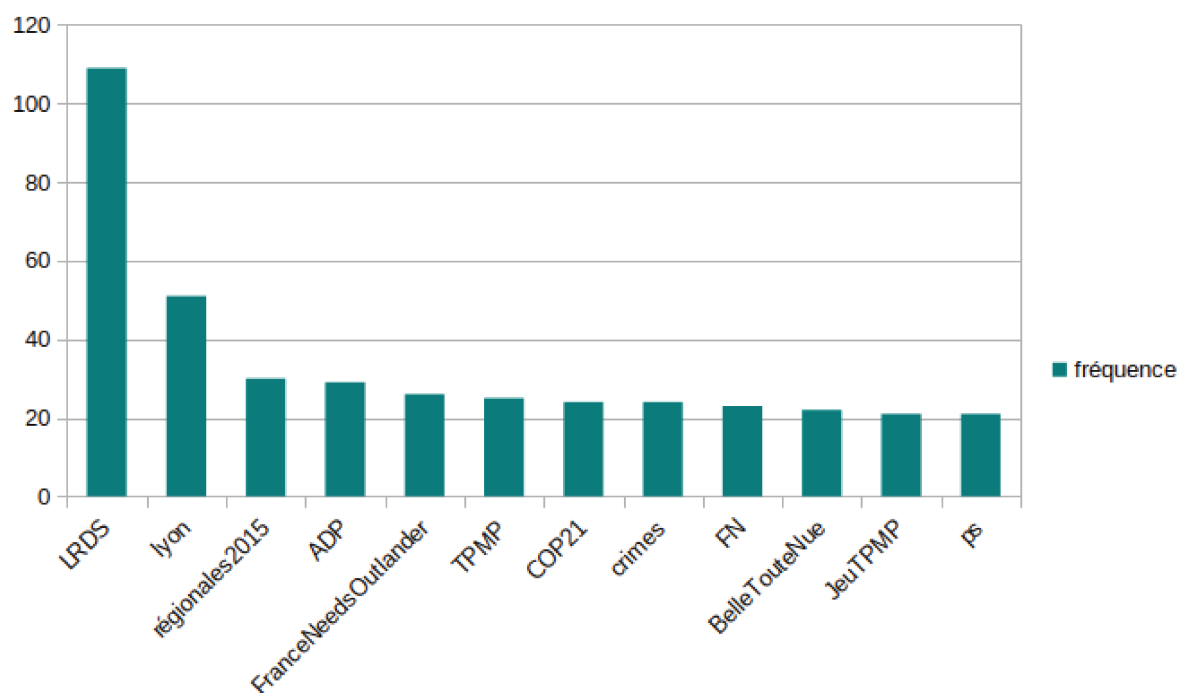


FIGURE 5.3 – Fréquence des *hashtags* dans le matériau récolté durant la Fête des Lumières 2015 (FDL2015) produite par DMI-TCAT et mis en forme par la doctorante, le 07 décembre 2015.

Le 09, la Fête des Lumières est comme balayée : l'activité sur Twitter, si nous nous basons sur ces statistiques pour l'évaluer, s'est reportée sur le commentaire d'émissions de télévision et de matchs de foots –la mention de l'OL apparaît. Les *hashtags* liés à la Fête se retrouvent à 9 (« 8décembre ») et 6 occurrences (fetedeslumières).

Le 10, nous pouvons relever deux *hashtags* en lien avec les festivités : « lumignons » avec six occurrences et « FeteDesLumieres » avec huit occurrences.

Le 11, il n'y a pas pas de *hashtags* qui dépasse 20 occurrences. Le seul remarquable est « Lyon », avec 10 seulement.

Cet examen permet de saisir la dynamique générale de ce corpus, qui est au centre de notre analyse.

Nous avons également pu recueillir des données pendant la Fête des Lumières 2016. La collecte a été beaucoup plus volumineuse sur ce corpus (beaucoup plus longue également, les dates de collecte sont plus étendues), ce qui fait que nous en avons une connaissance moins détaillée.

D'emblée, nous remarquons la forte hausse, en comparaison avec 2015, des utilisateurs et des lieux mentionnés. Deux « pics », un autour du 27 novembre, et un autour du 7 décembre, se distinguent aussi clairement.

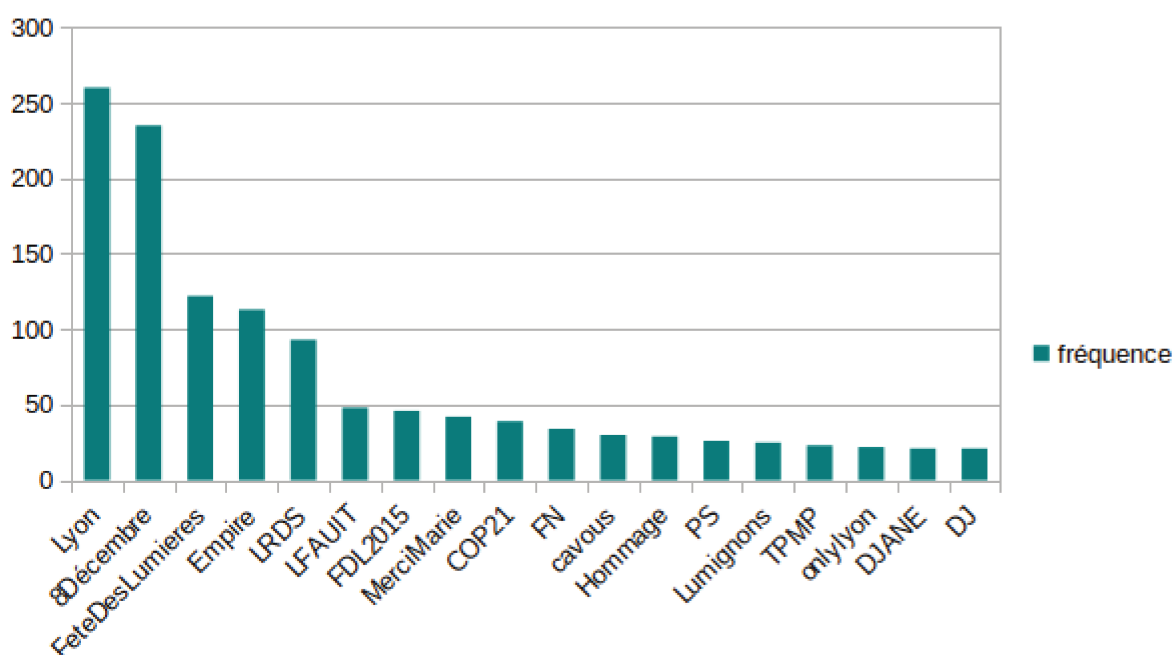


FIGURE 5.4 – Fréquence des *hashtags* dans le matériau récolté durant la Fête des Lumières 2015 (FDL2015) produite par DMI-TCAT et mis en forme par la doctorante, le 08 décembre 2015.

Si nous « zoomons » dans cet important corpus en ne gardant que les *tweets* publiés dans des dates similaires à la collecte de 2015, nous obtenons un graphe (Figure 5.8) sensiblement différent.

Nous avons essayé d’extraire uniquement les *tweets* marqués comme « confirmés » dans CATI pour les importer dans Korpus et les étudier, ce qui rapporte le nombre à 9153 messages.

Le fichier JSON obtenu ne rend malheureusement pas l’exploitation des données possibles –c’est notamment pour cette raison que nous n’avons dans cette thèse que des études de cas pour 2016, ou des statistiques à partir du corpus « brut » via DMI-TCAT.

5.2 Consolider le corpus

Pour éclairer ce corpus central collecté sur Twitter et consolider nos analyses, nous avons adjoint plusieurs petits corpus. Les sources des documents sont très diverses, elles vont des archives du *Progrès* aux *flyers* de la Fête des Lumières en passant par Instagram.

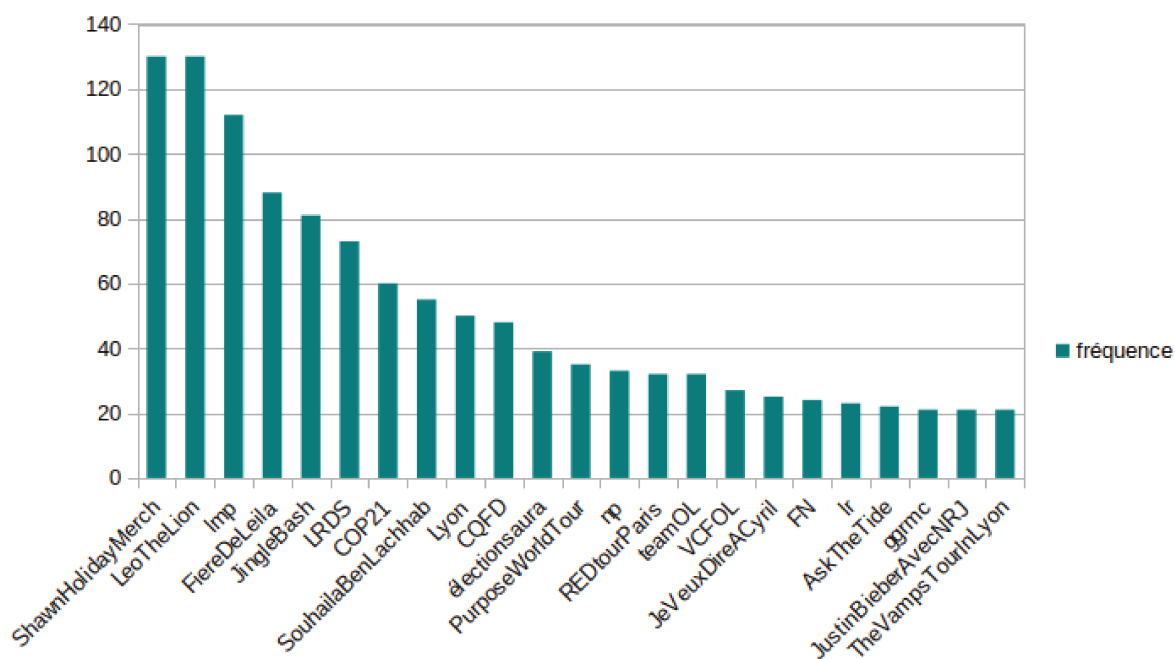


FIGURE 5.5 – Fréquence des *hashtags* dans le matériau récolté durant la Fête des Lumières 2015 (FDL2015) produite par DMI-TCAT et mis en forme par la doctorante, le 09 décembre 2015.

5.2.1 Le corpus collecté sur Instagram en 2017

Il est composé au total de 38 captures d'écrans prises le 9 décembre 2017 sur Instagram. Ces captures d'écran ont été faites sur un téléphone mobile, et gardent un trace de *stories* publiées par le compte officiel de la ville de Lyon et surtout de son office du tourisme, @onlylyon.

Il faut mentionner ici, même si nous y reviendrons, la limite de passer par des captures d'écran pour recueillir un tel corpus : comme il s'agit de « photographier » l'écran à un moment précis, nous n'obtenons précisément qu'une photographie : ce qui fait que les contenus de type vidéo sont figés et privés de son.

Ce corpus (planches p. 121 du volume d'annexes) a été rassemblé dans le but de faire une étude de cas, présentée dans le chapitre 7.3. Il s'agissait d'éclairer notre analyse des récits autour de la Fête des Lumières, en observant un discours déployé sur un autre réseau social, avec des modes d'expression différents de ceux de Twitter.

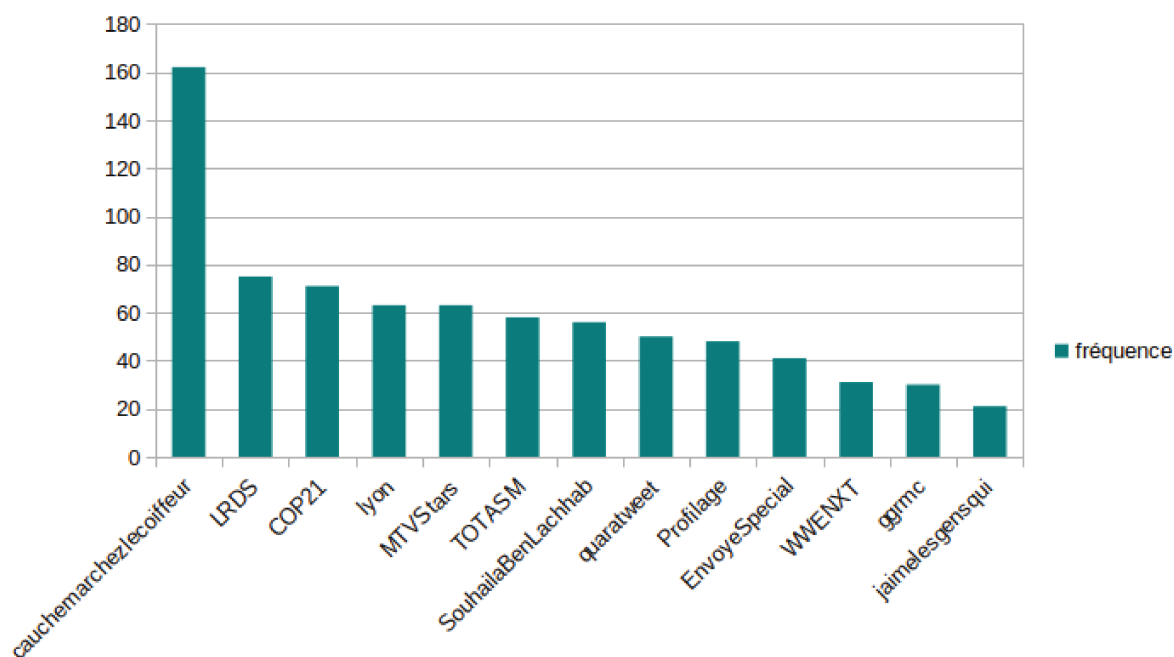


FIGURE 5.6 – Fréquence des *hashtags* dans le matériau récolté durant la Fête des Lumières 2015 (FDL2015) produite par DMI-TCAT et mis en forme par la doctorante, le 10 décembre 2015.

5.2.2 Planches et captures d'écran

En 2018, nous avons fait une série de captures d'écran, présentée en p. 67 du volume d'annexes, du résultat de la recherche du *hashtag* « #FDL32015 » en images. Il est actuellement possible de demander cinq présentations des résultats de sa recherche : « à la une » (où c'est l'algorithme de Twitter qui choisit les *tweets* les plus pertinents selon lui), « récent » (où les *tweets* sont affichés dans l'ordre chronologique), « personnes » (cela présente les comptes « pertinents » pour la recherche), « photos » (dans les *tweets* les plus « pertinents » seuls ceux contenant des images sont affichés), et « vidéos » (même chose pour les contenus vidéo). Nous avons choisi la présentation « photos », qui, en 2018, présentait les résultats de la recherche sous la forme d'une mosaïque d'images, sans le contenu des *tweets* qui leur est attaché.

Nous avons réalisé cette série de captures d'écrans pour deux raisons : d'une part, nous voulions mieux comprendre la documentation de la Fête des Lumières sur les média sociaux dans le temps, ce que notre corpus principal, collecté *via* l'API de Twitter ne permettait pas de comprendre, puisqu'il consiste en une « photographie » de ce qui est publié à un instant T sur le site. Toutes les modifications apportées à ce contenu (suppression d'un message ou d'un compte, commentaires, *likes* après sa publication

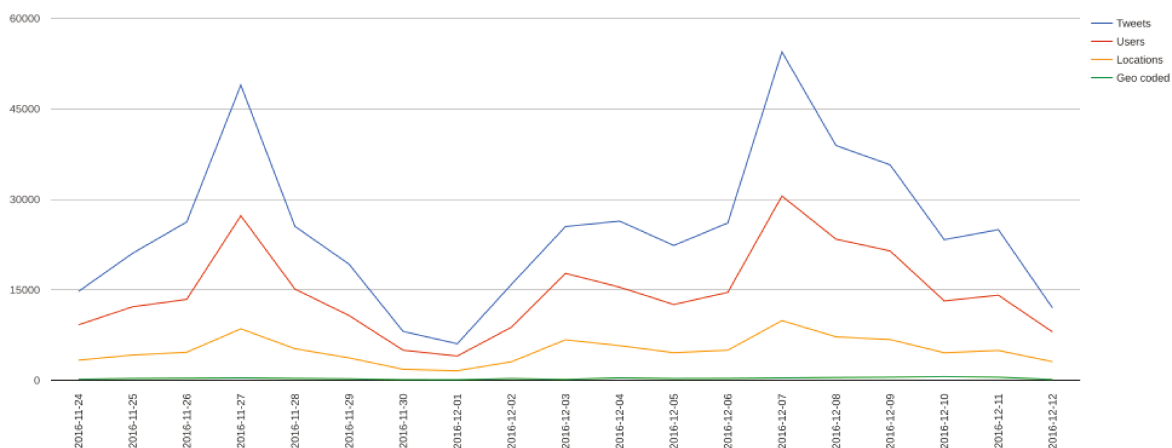


FIGURE 5.7 – Vue d'ensemble du corpus Fête des Lumières 2016 (FDL2016) produite par DMI-TCAT.

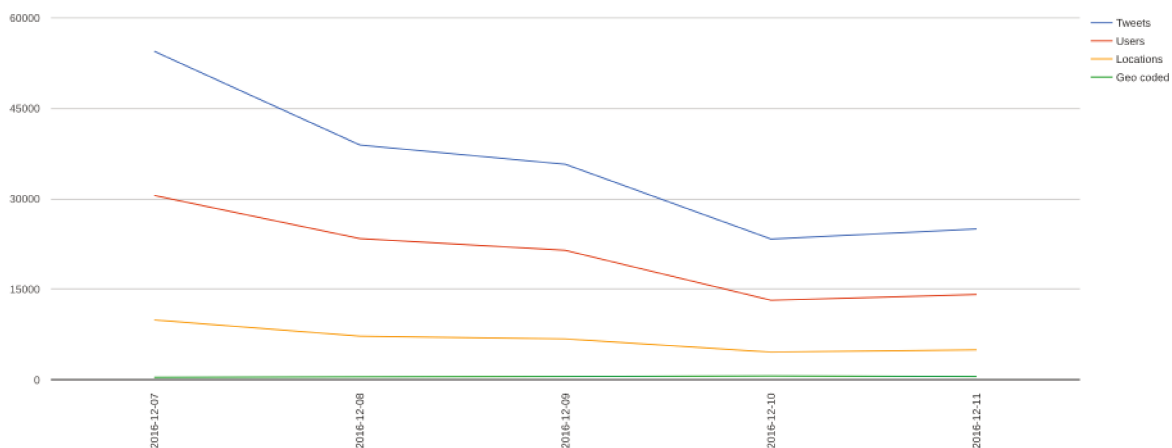


FIGURE 5.8 – Vue « zoomée » du corpus Fête des Lumières 2016 (FDL2016) produite par DMI-TCAT.

n'apparaissent pas dans l'archive que nous avons constitué.

D'autre part, cela nous permettait d'analyser également la manière dont Twitter éditorialise, met en page, une *collection*. La présentation de cette recherche repose en effet beaucoup sur le classement opéré par l'algorithme, qui organise la mosaïque d'image sur des critères qui ne nous sont pas connus.

Nous avons également établi, dans le cadre de notre analyse, différentes planches, inspirées par le travail de Julia BONACCORSI [2020] dans son mémoire d'Habilitation à Diriger les Recherches, présentées elles aussi dans le volume d'annexes, p.25. Il s'agissait d'effectuer des comparaisons visuelles entre des images tirées d'archives de presse ou du fonds de la Bibliothèque Municipale de Lyon et des photos du corpus

principal dans le but de comprendre les effets de motifs et de « généalogie » entre les images, où un motif se répète d'année en année.

5.2.3 Cartes postales et *flyers* de la Fête des Lumières

Nous avons pu nous procurer auprès de l'office du tourisme les dépliants officiels de la Fête des Lumières entre 2013 et 2018 (p.96 du volume d'annexes).

Ces documents nous permettent de suivre l'évolution de la communication officielle autour de la Fête, de comprendre en quoi la version de 2015 a pu réduire les déplacements des personnes. Nous avons reporté les points de ces cartes sur une carte en ligne Umap pour pouvoir les superposer⁸⁶

Nous avons également fait des recherches dans le fonds de cartes postales de la Bibliothèque Municipale de Lyon (p.31 du volume d'annexes). Nous cherchions à éclairer la manière dont des objets de communication vernaculaires comme celui-ci pouvaient avoir eu une influence, en popularisant par exemple certaines « vues » de Lyon au détriment d'autres.

5.2.4 Microfilms du Progrès

Nous avons enfin pu consulter à la Bibliothèque Municipale de Lyon des microfilms d'archives d'éditions anciennes du progrès (visibles dans le volume d'annexes, page 89), dans le but de faire un peu de généalogie des images diffusées lors de la Fête des Lumières.

5.2.5 Le corpus consolidé

Le matériau ainsi collecté n'a pas servi dans son entier à la recherche.

Le corpus avec lequel nous travaillons peut surprendre par son aspect protéiforme. En effet, nous n'avons pas utilisé uniquement notre corpus de *tweets*, mais nous avons manipulé aussi un corpus des documents venant d'Instagram, des cartes, d'affiches. Pour mieux comprendre pourquoi cet assemblage permettait l'éclairage de notre question, il convient de revenir sur la manière dont nous l'avons constitué.

Celui ci comporte une partie centrale : les 997 *tweets* sélectionnés au sein des quelques 30.000 *tweets* collectés en décembre 2015. Des corpus satellites lui sont

86. Carte des parcours de la Fête des Lumières de 2014 à 2017, Oriane PIQUER-LOUIS, CC-BY-NC-SA/Open License, https://umap.openstreetmap.fr/fr/map/parcours-de-la-fete-des-lumieres-2014-2017_244064 (consultée le 20/10/2021).

adjoints. Ils permettent d'éclairer ce corpus central.

Un tri préalable et manuel, pour ne garder que les messages concernant (de près ou de loin) la Fête, a permis d'obtenir un corpus de 997 *tweets*.

Nous avons collecté deux autres corpus concernant la Fête des Lumières, en 2016 et en 2017, pour avoir des points de comparaison.

On y adjoint un petit corpus, composé d'une vingtaine de captures d'écran de *stories* Instagram prises en décembre 2017.

A différents moments de la recherche, nous avons effectué des captures d'écran, pour ressaisir dans leur contexte les messages et essayer de comprendre leur « vie » sur la plateforme (les différentes mises en collection).

Enfin, nous avons complété avec des *flyers* de la Fête des Lumières, de 2014 à 2017. Ils nous renseignent sur les parcours proposés aux visiteurs.

Chaque petit corpus apporte un éclaircissement différent à la question centrale. L'apport de chaque petit corpus additionnel a été résumé dans l'infographie n° 5.9.

5.3 Choisir des outils d'analyse adaptés

Pour prendre en mains un tel matériau, il est nécessaire de se doter d'outils adaptés. Pour plusieurs raisons. D'abord pour le visualiser (puisqu'il va falloir recomposer les documents dont nous n'avons qu'une partie), puis pour comprendre et consolider le corpus : lorsque l'on collecte de grandes quantités de données, il faut s'outiller parce qu'il est impossible de dessiner les contours d'un corpus dans ce matériau manuellement.

Automatiser une partie de la recherche, ou le travail de la donnée

L'automatisation de la collecte du matériau permet de déléguer une tâche ingrate du travail de recherche à une machine. En effet,

« [la] première spécificité des terrains numériques tient donc au fait que les chercheurs sont amenés à travailler sur des données qu'ils n'ont pas eux-mêmes produites, ce qui constitue là une différence de taille par rapport aux données dites de "première main" générées dans le cadre de méthodes qualitatives (entretiens, observation, etc.) ou quantitatives (questionnaires, recensements, etc.). » [BOYADJIAN, OLIVESI et VELCIN, 2017]

Cela facilite le travail de la recherche en rendant moins ingrat l'accès à du matériau de recherche. Mais, en *délégant* une partie de son travail, le chercheur se retrouve aux prises avec les questions que posent la délégation.

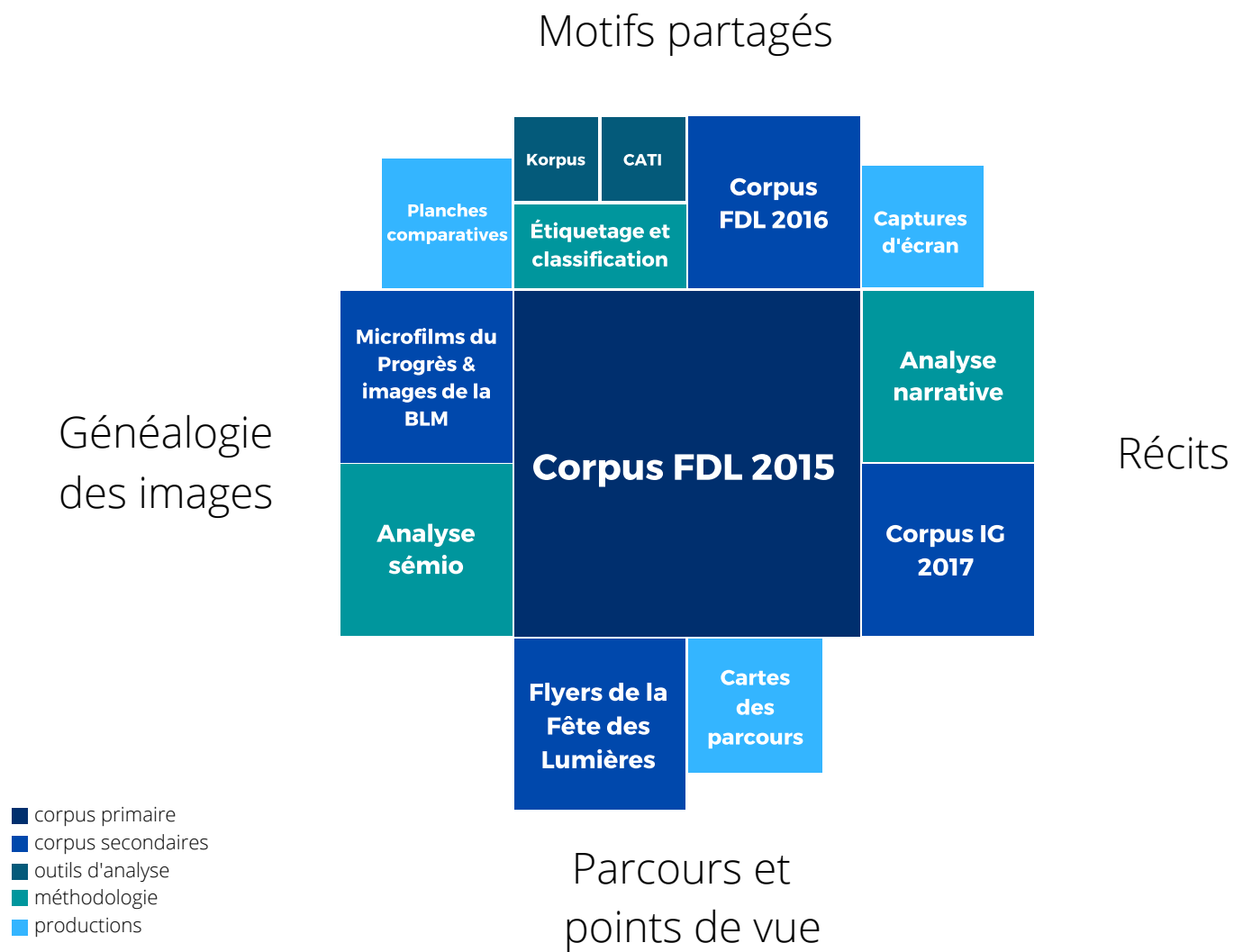


FIGURE 5.9 – Diagramme permettant de visualiser l’agencement entre corpus, méthodes et questions de recherche

RIEDER définit ce concept, dans le contexte de la manipulation d'un outil informatique, en s'inspirant de la délégation en politique [RIEDER, 2006] : le peuple reporte son pouvoir de décision sur une personne ou une instance en lui déléguant ce pouvoir (en votant, par exemple). De la même manière, en utilisant une interface, l'utilisateur transfère un peu de notre pouvoir de décision à l'interface pour organiser ce que nous voyons et simplifier certaines de nos actions. Par exemple, c'est l'interface de l'ordinateur que nous manipulons pour démarrer un programme. En cliquant sur l'icône qui le représente, nous déléguons sans le savoir beaucoup de petites décisions à la machine, comme par exemple la quantité de mémoire vive à allouer à ce programme pour qu'il fonctionne correctement.

La délégation pose toujours le problème de la confiance que l'on peut mettre dans la machine. Dans le cas simple du démarrage d'un programme, les conséquences de la décision prise par le programme sont relativement négligeables. L'utilisateur lui fait confiance sans problème. Mais dans d'autres cas, où l'enjeu est plus lourd, la confiance qui est mise dans la machine mérite d'être observée : est-ce que la machine à voter, par exemple, comptabilise bien mon vote ?

Nous déléguons notre pouvoir à une interface graphique parce que nous n'avons pas les compétences nécessaires pour manipuler la machine sans l'opération de traduction que produit l'interface (transformer un clic en une série de commandes au système : « démarre ce programme, alloue-lui tant de mémoire, affiche cela à l'écran, etc. »). Nous faisons donc confiance à l'interface pour faire l'opération de traduction voulue.

Dans le cadre de la recherche, nous utilisons également des outils numériques pour nous assister dans notre travail. Ces outils nous permettent de collecter du matériau ou d'assister l'analyse de données. Il nous paraît important de considérer ces outils d'un œil critique, d'une part, parce qu'il y a délégation [ibid.], d'autre part qu'il y a le risque de manipuler des boîtes noires.

Lorsqu'on utilise un logiciel pour assister l'analyse de données, on opère cette délégation, où l'on charge une machine d'opérer à notre place un calcul (parce qu'il est trop compliqué, que le nombre de données est trop volumineux, etc.). Or, il est intéressant de connaître la méthode employée par le logiciel et de ne pas le considérer comme une boîte noire. Cela permet de pouvoir expliquer ses résultats avec plus de profondeur (« je sais que je suis arrivé à ce résultat parce que je comprends les étapes logiques accomplies par la machine »), mais aussi de pouvoir corriger les inévitables *bugs*.

Comme l'expliquent BOUILLER et al. dans le cadre d'une visualisation spatialisée de graphes :

« Il n'est pas anodin de rappeler la diversité des choix d'algorithme de spatialisation. Dans un souci de simplification des outils et de démonstration spectaculaire, on peut faire disparaître tous ces choix pour mettre en avant "la science faite". Pourtant les images fournies sont au final très différentes. Les cartes du web ne reposent pas sur une convention unique ni sur des paramètres de référence considérés comme des conventions stables, comme le sont la plupart des cartes topographiques pour des usages ordinaires. Les cartes des géographes, pourtant, sont elles aussi des processus, elles reposent sur des protocoles et les anamorphoses (Lévy, Maitre et Romany, 2016) montrent comment de nouveaux critères de spatialisation peuvent être introduits sur un fond topographique supposé conventionnel et pour cela supposé évident. » [BOULLIER, CRÉPEL et JACOMY, 2016]

Cela nous semble d'autant plus important que certains outils, notamment les outils de visualisation, nous permettant de mieux voir certaines choses, mais peuvent nous en masquer certaines. C'est ce que l'expérience menée par BOULLIER et al. BOULLIER, CRÉPEL et JACOMY [ibid.] montre : l'équipe de chercheurs s'est rendu compte que c'est parce qu'ils prenaient pour acquises les visualisations opérées par leur outil de spatialisation de données (Gephi) qu'ils s'étaient fourvoyés dans une mauvaise direction :

« Nous avons voulu raconter l'histoire des changements successifs de points de vue qui permet de nous détacher de l'immédiateté supposée de l'effet zoom. Explorer les parties du tout constitué par notre graphe d'origine nous a obligé à abandonner le premier récit basé sur des distances visuelles "évidentes" pour nous focaliser sur les zones à problème, là où les catégories et la visualisation ne produisent pas d'équivalence ni de frontière nette. Se focaliser sur l'entrelacement de clusters de la BD et de la Jeunesse n'a pas consisté à zoomer, à changer d'échelle, mais à recalculer cette zone en faisant varier plusieurs paramètres pour comprendre l'anomalie : faire varier les algorithmes, les connexions avec le tout du graphe, et finalement faire varier les catégories qui présidaient à la première clusterisation. » [ibid.]

Ce type de compte-rendu honnête de la recherche est d'autant plus important que nos outils de recherche sont de plus en plus capables de produire des visualisations diverses et variées⁸⁷ qui deviennent parfois le support de la communication de la recherche au grand public. Ces visualisations sont un peu spectaculaires, ce qui est pointé du doigt par BOULLIER et al. : la carte produit une impression d'évidence, alors même qu'elle repose sur des catégories (celles de l'algorithme, celles du chercheur), qui ne vont pas de soi. Cet effet d'évidence du résultat de la « science faite », peut là aussi donner une impression de « fast research » où l'on obtient un résultat quasiment en poussant un bouton. Si le public « non-expert » peut facilement être impressionné par les visualisations (qui gomment tout le travail de la recherche,) le compte-rendu de

87. *Digital Methods Initiative*, « *Get the Picture. Digital Methods for Visual Research* » <https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/SummerSchool2017> (consulté le 18/10/2021).

BOULLER et al. montre que le chercheur a parfois lui aussi besoin de faire un pas de côté et remettre la confiance qu'il fait dans son outil en question.

Ainsi, il apparaît qu'au contraire, la manipulation d'outils numériques en sciences humaines et sociales demande une relative maîtrise de leur fonctionnement, pour être en mesure de rendre compte de leurs résultats de façon honnête.

L'impact du choix d'un outil d'analyse dans la recherche

Il existe toute une panoplie d'outils, destinés aux professionnels des réseaux sociaux, qui permettent de collecter du matériau et de l'analyser. Ils permettent souvent de suivre des *hashtags*, d'obtenir des statistiques en temps réel. Mais ces outils, conçus pour des besoins en marketing, nous ont semblé peu adaptés à la méthodologie qualitative que nous voulions utiliser.

Dans la lignée d'autres travaux interdisciplinaires celui de BOYADJIAN, OLIVESI et VELCIN [2017], il nous a semblé important de comprendre les outils qui seraient manipulés au cours du travail. En effet,

« S'il n'est pas nécessairement question pour les chercheurs en sciences humaines d'acquérir des compétences de traitement propres aux outils numériques, toutefois, l'approche "active" de cette recherche, qui s'attache aux processus en "train de se faire" (Voirol, 2013, p. 175), permet d'éviter l'effet "boîte noire", où il s'agit d'inclure un corpus dans un logiciel de gestion des données dont on ne maîtrise pas le fonctionnement, et dont on doit analyser le résultat sans savoir sur quels fondements il a été produit. » [ibid.]

La plupart des outils disponibles pour faire l'analyse des données issus du Web ne sont pas *open source* : il n'est pas possible d'accéder au code pour en faire l'analyse et comprendre ainsi quels sont les principes qui président au fonctionnement du logiciel.

C'est d'autant plus important que l'étude du code permet aussi de repérer des *bugs* éventuels, qui peuvent perturber le fonctionnement de l'outil ou biaiser ses résultats.

Nous avons donc préféré des outils développés dans le cadre de projets de recherche.

DMI-TCAT : prendre en main le matériau

DMI-TCAT [RIEDER, 2016] est un outil développé dans le cadre du *Digital Methods Initiative*. L'acronyme se lit en deux parties : DMI pour *Digital Methods Initiative* puis TCAT pour *Twitter Capture and Analysis Toolset*.

Cet outil permet de collecter du matériau sur Twitter, mais également de faire des recherches et un peu d'analyse de ce matériau.

DMI-TCAT n'affiche jamais tous les *tweets* contenus en base de données, il est conçu pour l'analyse des données dans leur ensemble. Il est possible d'exporter un ensemble de *tweets* pour procéder à une analyse plus qualitative.

Il nous a servi pour prendre en main le matériau issu des collectes sur Twitter de 2015 et 2016, en nous donnant des informations utiles sur la manière dont les *tweets* se répartissent en fonction des sujets, dans le temps, et entre les utilisateurs.

DMI-TCAT a également permis d'isoler la série de *tweets* autour de la photo de Thomas PESQUET en 2016.

CATI : un outil de classification

Nos collègues du LIRIS ont concentré leurs investigations sur l'aide à la classification. Le but de leurs recherches est d'aboutir à un outil qui permette d'aider le chercheur à circonscrire un corpus[BOSETTI, EGYED-ZSIGMOND et ONO, 2019].

Nous avons contribué, en faisant des retours à plusieurs moments de la conception de cet outil, à son perfectionnement. Ainsi, en explorant directement le corpus de 2016 avec CATI, nous avons aidé les différents stagiaires, masterants, doctorants, et post-docs, dont notamment Gabriela BOSETTI et Firas ODEH qui ont travaillé sur ce projet, à corriger des bugs ou rendre l'interface plus claire.

Le développement de cet outil a subi plusieurs déconvenues (le développement a été pris en charge par des personnes différentes tout au long du projet). Aussi, nous n'avons pas pu l'utiliser pour l'exploration du corpus 2015 (qui a été faite entièrement à la main, avec Korpus). Ni pour l'exploration du corpus 2016, même si cela aurait été utile : l'étiquetage n'est pas documenté (il est impossible de savoir sur quels critères il a été fait), et surtout l'étiquetage a bougé, donc a été potentiellement refait, et cela non plus n'a pas été documenté.

Cela reste un outil d'exploration des données intéressant (via notamment l'identification de « sujets » dans le corpus). Mais il est impossible de s'appuyer dessus pour des résultats, même statistiques, puisque nous ne savons pas sur quoi ils se basent.

5.4 L'étude sémiologique des images

5.4.1 Plusieurs temps d'analyse

Chercher différents types de « signes-symptômes » (CHARAUDEAU) de l'industrialisation du regard va nous obliger à aller dans des directions différentes, et donc

d'adopter une méthodologie hybride. C'est la conclusion que tirait déjà COTTE en 2004 :

- « Dans le champ de recherche à peine ouvert sur ces objets de l'écran que sont les sites Web, il nous semble pouvoir dégager un certain nombre de lignes directrices :
- considérer ces objets comme des « textes », en faisant ainsi remonter, dans la notion même de texte, une dimension graphique et iconique qui en est constitutive (Christin, 1995 ; Souchier, 1996) ;
 - prendre en compte les dispositifs techniques de production de ces objets, non comme un mode accessoire ou une contrainte nécessaire, mais comme un élément constitutif ;
 - ne jamais observer ces objets en les abstrayant de leur mode d'(ap)préhension par les sujets qui les manipulent.
- » [COTTE, 2004]

Virginie JUILLARD ne s'appuie pas sur COTTE pour le dire, mais elle fait, dans son article co-écrit avec Thomas BOTTINI [BOTTINI et JULLIARD, 2017], le même constat : pour observer toutes les strates, il faut construire une méthodologie « entre informatique et sémiotique », consciente à la fois des limites de l'une et de celles de l'autre. Ce type de méthode permet de respecter la complexité de l'objet en combinant plusieurs regards.

Mais si cela rend l'analyse plus pertinente, cela fait aussi émerger des difficultés. Comme JUILLARD et BOTTINI, nous avons opté pour la création d'outils *ad hoc*. Cet agencement épistémologique a demandé des ajustements de la méthode tout au long du travail : créer un outil, c'est aussi faire des erreurs techniques, et les corriger. Cela rend ce travail particulièrement heuristique du point de vue méthodologique.

L'étiquetage des *tweets*

Pour préparer notre analyse sémiologique et appréhender le corpus, nous avons utilisé la méthode d'analyse qualitative de Christophe LEJEUNE [LEJEUNE, 2014]. Ce dernier est sociologue et donc n'est évidemment pas situé en Sciences de l'Information et de la Communication, mais à ce stade de l'analyse la méthode présentée permettait d'avoir une connaissance fine du corpus malgré un volume un peu important pour une analyse qualitative.

Nous préférons ici, au terme « codage » le terme « étiquetage », bien que LEJEUNE distingue les deux. Il nous semble en effet ambigu, puisqu'il désigne aussi, par abus de langage, la production de code informatique. Comme une partie du travail dans le cadre de ce doctorat se matérialise dans une activité de développement Web, nous avons préféré lever cette ambiguïté.

Dans son manuel, LEJEUNE conseille d'étiqueter le corpus de manière itérative : il distingue trois étapes, le « codage ouvert » le « codage axial » et le « codage sélectif ».

Ce travail permet de faire émerger des catégories d'analyse, puis de les affiner jusqu'à obtenir une théorie « ancrée » sur le phénomène observé.

C'est ce que nous avons fait en nous appuyant sur Korpus, notre logiciel d'analyse qualitative que nous présentons ci-après. Cela qui nous a permis de faire émerger les planches par catégorie que nous avons ensuite utilisées pour l'analyse sémiologique proprement dite. Nous présentons plusieurs de ces planches dans le volume d'annexe.

Nous avons pratiqué deux étiquetages. Le premier étiquetage, exploratoire, correspond au « codage ouvert » chez LEJEUNE. Il consiste à apposer à chacun des *tweets* observés des étiquettes qui caractérisent ce qui est représenté à l'image ou évoqué par le texte de manière ouverte, c'est à dire sans prétention à l'exhaustivité, puisqu'il s'agit de faire émerger des catégories d'analyse. Par exemple, les catégories « lumignons » et « vue de ma fenêtre » ont émergé lors de cet étiquetage. Ce temps d'étiquetage ouvert a également permis de caractériser les lieux représentés. Il y a eu plusieurs itérations d'étiquetage, qui correspondent aux étapes suivantes du manuel, dans le sens où chaque itération a précisé les catégories et leurs relations entre elles.

Le deuxième étiquetage que nous avons pratiqué est beaucoup plus cadré, et vise à vérifier si les catégories qui ont émergé dans le premier étiquetage sont significatives. C'est un étiquetage qui ici se détache de la méthode de LEJEUNE, puisqu'il s'agit de compter : nous avons établi une grille, décrite dans le chapitre 5.4.3, à partir des catégories qui ont émergé pendant l'étiquetage exploratoire. Puis nous avons procédé à l'indexation systématique des *tweets* à partir de ces critères, ce qui a permis d'obtenir les statistiques présentées dans la section 5.4.3.

Nous y reviendrons, mais là aussi la méthode a été itérative : la grille dégagée comportait beaucoup de critères et la pertinence de certains n'a pas résisté à ce deuxième étiquetage. Une fois que la grille était stable, nous avons effectué un dernier passage sur le corpus pour s'assurer de la qualité des résultats en fonction de cette liste de critère stable.

Une partie de nos résultats ont donc émergé dans l'étiquetage progressif des contenus que nous avons dans notre corpus. Dans cet ensemble de 997 *tweets*, nous avons identifié un sous-ensemble d'images, à la manière d'un « carottage », qui ont fait l'objet d'une analyse plus approfondie. Rassemblées par planche thématiques, ce sont ces images qui sont présentées en p.35 et suivantes du volume d'annexes.

L'analyse sémiologique des images

Le dernier temps d'analyse relève pleinement de la sémiologie (au sens que lui donne BARTHES) et de l'analyse d'image.

Qu'appelle-t-on analyse de l'image? Comme l'explique Martine JOLY dans son manuel *Introduction à l'analyse de l'image*, la méthode mise en place par BARTHES [BARTHES, 1964], qui consiste en « partir des signifiés pour trouver les signifiants, et donc les signes, qui composent l'image — s'est montrée parfaitement opératoire » [JOLY, 2005, p. 31]. C'est donc celle qui est pratiquée ici pour l'analyse en détail des images.

Pour diriger l'analyse de manière efficace, nous avons procédé par études de cas. Il nous a semblé que ces images tiraient leur signification par leur valeur « conversationnelle », dans la manière dont elles dialoguaient entre elles. Aussi, nous avons cherché à varier les échelles d'analyses en passant de l'analyse d'images seules à des analyses où les images sont disposées en « planches » thématiques.

5.4.2 Korpus : choisir une instrumentation *ad hoc* de la recherche

Notre travail est essentiellement ancré sur une analyse sémiologique du corpus. Ce type d'analyse prend en compte, comme le remarquent BOTTINI et JULLIARD [2017] la forme que prennent les messages et le caractère hypertextuel des messages sur Twitter. Or, la méthode de collecte utilisée produit des fichiers au format JSON, utiles pour une exploration d'ordre statistique du corpus, mais qui gomme totalement tous les architextes [DAVALLON, DESPRÉS-LONNET et JEANNERET, 2003] qui entourent le *tweet* et son éventuelle illustration.

C'est pour cela que nous avons donc fait le choix d'articuler notre travail autour d'un outil informatique, développé par nos soins tout au long du processus de recherche. Cet outil permet de visualiser le corpus (dans des conditions proches de l'interface de Twitter, précisément pour perdre le moins possible de ce précieux contexte), d'étiqueter et d'annoter des éléments sans altérer le matériau original, et de constituer des planches en fonction de cet étiquetage. Les données produites au cours des différentes séances d'étiquetage, tout comme les données qui concernent le matériau peuvent également faire l'objet d'une exploration statistique minimale.

Au tout début de la recherche, après la première collecte issue de Twitter, s'est posée la question de la manipulation de ce corpus. En effet, nous avons obtenu les fichiers « bruts », tels qu'ils ont été produits par la collecte, à savoir le fichier JSON de sortie du programme de collecte, et les images attachées aux *tweets* dans un dossier à part.

Les premiers moments d'accès au corpus ont consisté à donc naviguer dans le fichier JSON. Ce qui a permis d'apprendre à manipuler le programme *jq*.

Comme c'était compliqué, les images ont été dans un premier temps importées dans le logiciel Shotwell pour les visualiser. Ce logiciel permet d'afficher une collection de photographies, de les étiqueter, d'en afficher des sous-ensembles.

Cela a permis de procéder à un premier étiquetage du corpus. Mais l'outil présentait des limites pour aller plus loin :

- seules les images pouvaient être prises en charge par le logiciel, pas les métadonnées du *tweet*. Or, l'attention, dans notre méthode d'analyse, au contexte de publication de l'image rendait impensable le fait de ne pas avoir les métadonnées à disposition ;
- il était impossible de consigner les raisons de cet étiquetage. Or, à long terme, il nous semblait important de pouvoir retracer la « généalogie » des choix de recherche pour pouvoir vérifier nos résultats ;
- modifiait le corpus puisqu'on ajoutait les tags aux données EXIF des images. Or, nous étions partis du principe qu'on ne modifierait pas le corpus, premièrement, et deuxièmement qu'on devait pouvoir se séparer du corpus sans perdre les résultats de recherche.

Un travail de « recherche-programmation » Certaines phases du travail de recherche ont été consacrées au développement de Korpus. L'outil a été développé de manière itérative. On consulte le corpus, on avance dans l'étiquetage des éléments, on se rend compte de la présence d'un bug qui fausse l'analyse ou la gêne ou d'une amélioration nécessaire à la poursuite du travail. On corrige. Et puis l'on recommence.

C'est important à noter : cela induit que l'analyse n'a en réalité pas été conduite avec le même outil au début qu'à la fin de la thèse.

Korpus est donc un outil qui ne s'est pas développé sur la base d'un cahier des charges fixé dès le départ : nous avons ajouté des fonctionnalités dès qu'elles sont apparues comme nécessaires dans l'analyse.

La technologie Django a été choisie pour sa robustesse, pour les possibilités qu'elle offre en termes de plasticité du modèle de données notamment, mais aussi tout simplement parce que c'est une technologie Web, que nous connaissions déjà, facile à déployer sur une interface mutualisée et à utiliser quel que soit le système d'exploitation (puisque l'on accède au programme via un navigateur Web).

Ainsi, nous avons d'abord bâti Korpus pour afficher le corpus de façon pratique pour conduire l'analyse. Ensuite est arrivé le besoin d'un étiquetage exploratoire, pour lequel nous avons mis en place les *tags*. Puis nous avons exploré d'autres types de corpus. Nous avons donc décidé de décorréler les métadonnées du matériau : d'une

part parce qu'en réalité, l'import de nouvelles données reste pénible, d'autre part pour altérer le moins possible les données sources.

La structure de Korpus s'est stabilisée assez vite autour de celle qu'on a aujourd'hui : des métadonnées de recherche d'un côté, des données de l'autre. Cette structure est pensée pour qu'on puisse, dans le cadre d'un plan de gestion de données, supprimer les données sources sans perdre tout le travail d'analyse (qui produit des données sur les données, donc des métadonnées). Django étant fait de telle manière qu'il n'est pas facile de « délier » des données, la conception de cette structure de données n'a pas été aisée. C'est une des limites du logiciel.

Le changement d'échelle et les allers-retours entre l'analyse qualitative et la programmation ont une importance méthodologique. En effet, comme BOULLIER, CRÉPEL et JACOMY [2016] le montrent, changer régulièrement de point de vue et d'échelle permet de s'assurer qu'on ne fait le moins possible d'erreur d'interprétation en outillant la recherche.

« Dans cette démarche, il n'est pas question de "naviguer" dans les données, de « plonger » dans les détails ou de "zoomer", mais en permanence de déplacer le point de vue et d'adapter les calculs. L'algorithme est au service de notre investigation et des solutions techniques différentes donnent toujours des résultats différents. Dans la préhistoire des sciences du Web dans laquelle nous nous trouvons, il serait nécessaire de parvenir à produire des protocoles d'exploration et des tests de robustesse qui deviennent des prérequis pour toute exploitation de ces données. » [ibid.]

C'est d'autant plus important que l'outil que nous avons entre les mains était en développement, donc pouvait tout à fait nous induire en erreur avec des *bugs*. Il était d'autant plus important d'être vigilant.

En somme, comme BOTTINI et JULLIARD [2017] le remarquent, ce choix de collecte force le chercheur à faire intervenir un outil de visualisation du corpus pour en permettre l'analyse sémiologique. Les outils existants étant beaucoup plus orientés vers l'exploration statistique de ce type de corpus, il a fallu en créer un.

A quoi sert Korpus ?

Nous avons analysé nos *tweets* en optant pour une méthodologie hybride et itérative. En effet, notre travail est essentiellement ancré dans une analyse sémiologique du corpus. Ce type d'analyse prend en compte, comme le remarquent BOTTINI et JULLIARD [ibid.] la forme que prennent les messages et le caractère hypertextuel de ces derniers sur Twitter. Or, la méthode de collecte que nous avons utilisée produit des fichiers bruts, utiles pour une exploration d'ordre statistique du corpus, mais cela a le défaut

de totalement gommer les architextes [DAVALLON, DESPRÉS-LONNET et JEANNERET, 2003] qui entourent le *tweet* et son éventuelle illustration, rendant impossible toute analyse sémiologique complète.

C'est pour cela que nous avons donc fait le choix d'articuler notre travail autour d'un outil informatique, développé par nos soins tout au long du processus de recherche. Cet outil permet de visualiser le corpus (dans des conditions proches de l'interface de Twitter), d'étiqueter et d'annoter des éléments sans altérer le matériau original, et de constituer des planches en fonction de cet étiquetage. Les données produites au cours des différentes séances d'étiquetage, tout comme les données qui concernent le matériau peuvent également faire l'objet d'une exploration statistique sommaire.

Ce logiciel a été conçu dans l'esprit d'une méthodologie qualitative, tel que LEJEUNE [2010] le présente, dans son article « Montrer, calculer, explorer, analyser. Ce que l'informatique fait (faire) à l'analyse qualitative ». Il s'agit bien « d'outiller le travail d'analyse des documents rassemblés (entretiens, témoignages, rapports officiels, coupures de presse, monographies) ».

Ainsi l'outil ne remplace absolument pas le chercheur, il ne fait que l'aider à travailler en facilitant les opérations d'étiquetage et la visualisation des résultats.

Contrairement à CATI BOSETTI, EGYED-ZSIGMOND et ONO [2019] et MABED [GUILLE et FAVRE, 2015], Korpus est entièrement passif : il ne rassemble pas le corpus en sous-ensembles de messages similaires pour permettre leur étiquetage groupé, mais il peut prendre ce types d'informations en compte. Il remplace simplement l'usuel tableur dans lequel le chercheur entre usuellement son étiquetage.

Corpus et matériau Korpus est articulé autour de la distinction entre corpus et matériau. Ainsi, le *matériau*, constitué des données récoltées sur le Web, « brutes », diffère du *corpus*, composé seulement des données jugées pertinentes dans ce matériau pour un projet de recherche données.

Pour se détacher de ce matériau, nous avons employé deux méthodes. D'abord, nous ne travaillons jamais sur tout le matériau, mais sur le corpus. Ensuite, les éléments retenus pour l'analyse dans ce corpus ne subiront aucune modification directe : l'outil produit et modifie des *métadonnées*, des données qui décrivent les éléments.

Cela permet de garder le matériau le moins transformé possible, ce qui peut se révéler utile dans le cas d'études faites à partir de collectes de données sur le Web, où l'on collecte beaucoup de matériau, susceptible d'être utilisé dans le cadre de projets de recherche différents.

Ainsi, à partir d'un même matériau, il est possible de désigner des corpus différents,

et produire des données de recherche potentiellement différentes à partir du même matériau « source ».

Mise en forme et choix esthétiques L'autre force de Korpus est de « reconstruire » le contexte sémiotique des messages, perdu par le passage par l'API. Il s'agit de remettre en forme le *tweet*.

En l'occurrence, la remise en forme est très minimale. Il ne s'agit pas du tout d'imiter Twitter point par point. Ne serait-ce que parce que cela aurait demandé un important travail de webdesign au courant de la thèse.

Les limites de l'outil Il y a des choses que Korpus ne fait pas. Par exemple, il ne dispose pas, contrairement à l'outil développé par BOTTINI et JULLIARD [2017] de fonctionnalité permettant de récupérer après coup les messages liés à un *tweet*, ce qui permet d'avoir également les réactions faites à un message, ce qu'on n'a pas quand on collecte via l'API. Korpus n'affiche pas non plus le nombre de *retweets* et de *likes*. Il se trouve qu'en collectant via l'API, on ne récupère pas ces informations, parce qu'on collecte les messages au moment où ils sont publiés. Ils n'ont donc pas eu le temps d'avoir suscité des réactions.

C'est quelque chose qui n'est pas apparu comme un besoin avant qu'on s'aperçoive d'une part que cela posait un problème dans l'analyse et d'autre part que cela demandait en réalité un second travail de collecte.

Korpus permet en revanche d'analyser des données qui n'ont rien à voir avec les médias sociaux. Au fur et à mesure du développement de l'outil, on s'est aperçu qu'un besoin d'annotation qualitative de corpus essentiellement visuels avait émergé. Nous avons donc conçu un outil agnostique, capable de travailler à partir de données du Web, tout comme des coupures de presse.

Pour ce faire, Korpus est articulé autour d'un schéma de données : d'une part, on a les objets qu'on décrit (avec un schéma de données spécifique, d'autre part, on a les données qu'on produit. Pour analyser un nouveau type de données, il suffit d'ajouter à Korpus un nouveau schéma de données décrivant une nouvelle donnée source. Ainsi, l'outil en l'état sait décrire des *tweets*, des *posts* Instagram et des documents externes comme des articles ou directement des planches.

On peut voir dans le schéma de données simplifié en annexe (B.1) qu'il serait aisé de « brancher » un autre type d'objet dans l'outil. On génère des métadonnées sur les objets décrits dans leurs bases de données respectives. Si les métadonnées sont génériques, les objets sont importés dans l'outil en respectant leur constitution

d'origine.

5.4.3 Les critères d'analyse du corpus

Notre travail a constitué en des allers-retours constants entre les séances d'étiquetage, l'amélioration de l'outil d'affichage du corpus, et des explorations statistiques : compter le nombre de *tweets* ayant telle propriété, ou l'occurrence de telle expression, par exemple. La constitution de planches [BONACCORSI, 2020] a permis de faire varier les échelles d'analyse.

L'analyse sémiologique en elle-même s'attarde sur l'étude méticuleuse d'un objet. Comme il est matériellement impossible de travailler avec un grain aussi fin sur 997 objets, visualiser des séries a permis de choisir les objets qui ont fait l'objet d'une attention particulière. Nous avons tâché de choisir des *tweets* qui nous semblaient le plus représentatifs des planches constituées, soit par les objets représentés ou les choix de composition. L'analyse, les propriétés qui en ont émergé (pour reprendre la terminologie de LEJEUNE dans son *Manuel d'analyse qualitative*) et l'outil permettant de les articuler entre elles ont ainsi conjointement progressé.

Pour certaines études de cas, nous avons couplé notre analyse sémiologique à une analyse narrative, qui s'intéressait tout particulièrement à la manière dont les images pouvaient contenir des éléments embrayeurs, qui permettent à l'image de provoquer un récit qu'on peut trouver sur d'autres supports (presse, documents officiels concernant l'événement notamment), ou d'y faire référence.

On a choisi d'itérer régulièrement sur les analyses, pour en réduire les biais d'interprétation. En effet, l'écueil de la construction d'une méthodologie en faisant est qu'elle ne peut pas, de fait, être éprouvée. On a donc cherché à reproduire les analyses à différents moments de la thèse pour s'assurer que les résultats restaient cohérents.

Les différentes phases de l'analyse ont connu un affinement progressif des critères.

Dans la phase d'étiquetage thématique, les différentes catégories ont été découvertes au fur et à mesure. Si bien que les étiquettes « disponibles » au début de l'analyse étaient bien différentes (et moins nombreuses).

Ces critères très détaillés ont pour objectif de décrire le corpus, d'en rendre lisibles les grandes tendances. Il ne s'agit pas de vérifier les hypothèses avec ce dernier. Les hypothèses sont vérifiées dans l'analyse sémiologique détaillée d'un échantillon de documents.

L'étiquetage final de description quantitative du corpus comportait les critères suivants :

Tweet avec image. C'est une statistique que nous pouvons obtenir par d'autres moyens, mais il est utile de savoir combien de messages n'avaient pas d'images dans le corpus. On constate qu'environ la moitié des *tweets* est illustrée : sur 997 *tweets*, nous en avons 516 (52% du corpus) avec image et 480 (48%) composés de texte seul.

Le texte est-il un commentaire sur l'image ? Est-ce que le texte est une explicitation de l'image, un commentaire qui aide la lecture de cette dernière ? Sur 997 messages, 609 (61%) commentent ou accompagnent de leur texte l'image, 388 (39%) non.

Le texte est-il automatique ? Ici, il s'agissait de se faire une idée du nombre de messages postés automatiquement, depuis l'API d'un autre site de réseautage social, par exemple. On pense au « I just posted this on Instagram », mais cela peut être d'autres types de messages ; le dénominateur commun est d'avoir un message généré de manière automatisée. Des sous-critères viennent détailler cela (« Snapchat », « Instagram », « Foursquare ou équivalent »).

A l'échelle du corpus, cette proportion est relativement intéressante : 367 messages automatisés, à savoir 37% du corpus total. Cet ensemble de messages générés automatiquement se décompose de la manière suivante : 274 messages sont publiés depuis Instagram, 85 depuis Swarmapp, un site de géolocalisation, héritier du célèbre Foursquare.

Dans ces messages automatiques comptent aussi les messages publiés par des robots, qui surveillent l'audience de certains mots-clés sur Twitter à un temps T, ou relèvent la température à Lyon : 8 messages au total, moins de 1% du corpus.

Reprise depuis un autre réseau social Dans notre recherche des effets de l'industrialisation des moyens d'écrire, nous avons voulu caractériser la quantité de messages passés d'une plateforme à l'autre, au moyen des API ou d'un repartage manuel de la part de l'internaute. Pour caractériser la reprise depuis un autre média social, le plus clair est de s'appuyer sur l'écriture industrialisée par l'API : la présence d'un texte standardisé est le signe clair d'un passage entre deux systèmes d'écriture. Ainsi, 274 messages (27% du corpus environ) portent des signes très clairs d'un passage par l'API d'Instagram : message standardisé (sur le même modèle [message] @ [lieu] [lien vers le *post* Instagram]). Parmi les 192 *tweets* qui comportent des images au format carré, 49 ne présentent aucun lien vers Instagram ; ce n'est pas vérifiable, mais c'est possible que ces images proviennent d'un repartage manuel de la part de l'utilisateur. Ils ne sont pas comptabilisés dans notre étiquetage parce que ne n'est pas vérifiable.

Sur la même base, avons ainsi supposé, sans avoir de certitude, que huit *tweets* du corpus contenaient des images provenant de Snapchat ; la présence 1 - d'un format rectangulaire caractéristique de l'écran du téléphone portable 2- de formes textuelles, notamment d'une barre grise en transparence sur laquelle est apposé un texte en blanc, typique du site.

Dans le cas du site qui a succédé à Foursquare (un réseau social basé sur la géolocalisation), appelé Swarmapp, le comptage des messages est plus simple, parce qu'il n'y a pas de messages repartagés manuellement, seulement des messages automatisés publiés via l'API. On en compte 85, soit environ 8% du corpus.

Les images sont-elles « habitées », et comment? Les critères qui suivent visent à qualifier la présence de personnes dans l'image. Nous avons ainsi pu compter 195 images contenant des personnes, soit 20% du corpus total.

Nous avons tenté de préciser cela avec des sous-critères plus spécifiques. Pour commencer, nous avons choisi d'étiqueter sur la base du genre des personnages mis en scène dans la photographie. A l'origine, ce critère devait venir compléter deux analyses ; une étude des corps dans la photographie et une autre, concentrée sur la performance *Regards* sur les quais de Saône, où étaient projetés des portraits sur les bâtiments. Ces deux analyses n'ont, ni l'une ni l'autre été entreprises. C'est pour cela qu'on a cherché des « personnages » et non des « personnes » pour pouvoir classer les photos de projections de portraits sur l'espace urbain. « Personnage » englobe donc personnes et représentations de personnes, fictives ou réelles. Avec cette classification, nous relevons 74 (7% du corpus) figures féminines et 122 masculines (12 %). Il faut remarquer que dans tous les cas où les images représentaient des foules, où il était impossible de distinguer le genre clairement, il n'a pas été étiqueté.

Nous avons un critère concernant la présence d'enfants dans la photographie. Il était important, puisque le motif de « l'enfant au lumignon » était attendu. Dans le corpus, nous pouvons compter 24 (2% du corpus) images représentant clairement des enfants.

Ensuite, nous avons cherché à d'identifier si la photographie représentait plutôt des groupes de personnes. Les sous-critères (« Foule » ou « Groupe de badauds ») visent à identifier si c'est plutôt une foule rassemblée (procession, cérémonie) ou un petit groupe de personnes. En l'occurrence, nous obtenons 41 photos (4% du corpus) représentant de la foule (essentiellement la procession à Fourvière et celle à Erbil), et 99 photos (10%) de plus petits groupes, moins compacts.

Concernant les personnes représentées seules sur la photo, deux critères visent à

établir s'il y a des représentations de personnes seules (ou en très très petit groupe, moins de cinq personnes), photographiées par une autre personne (portrait) ou sous forme de *selfie* (où elles se photographiaient elles-mêmes). A notre grande surprise, il y a très peu de *selfies* dans ce corpus : 18 (2% du corpus total), et un peu plus de portraits (49, soit 5% du corpus).

Mise en scène de personnalités Nous avons cherché ici identifier si l'image représente un personnage connu, identifiable sur la scène publique. Là encore une fois, nous avons choisi « personnage » pour pouvoir y classer des personnes réelles ou leurs représentations photographiées. Le critère se subdivise en : personnages connus dans la sphère médiatique (journaliste, présentateur, homme politique, vidéaste, etc.); personnages religieux (Marie, Jésus, etc.); et personnages de fiction (dans lesquels on peut classer par exemple Guignol).

Sur les seules 24 images représentant des personnages connus, on trouve 5 personnages connus dans la sphère médiatique (journalistes, hommes politiques), 8 représentations de personnages religieux (Marie, en l'espèce), et 10 personnages de fiction (Bidule, Guignol, et quelques personnages fictionnels de dessin animé).

Nous avons classé ici une seule photo représentant la statue de Louis XIV, parce que le commentaire qui accompagnait l'image indiquait expressément « Louis XIV. » ; c'est le seul personnage historique indiqué comme tel, donc il n'a pas de sous-catégorie attribuée.

Mises en scènes de l'espace urbain Après avoir cherché à qualifier *qui* apparaissait dans les images, nous nous sommes intéressée à décrire l'espace.

Nous avons d'abord cherché à qualifier le théâtre de la photo, qui peut aller donc de l'intérieur de l'appartement (critère « mise en scène d'un espace intime ») à la rue (critère « mise en scène d'un espace public »), en passant par toute une palette d'espace « gris » : balcon, pas de porte, etc. que nous avons étiqueté avec le critère « mise en scène d'un espace entre intime et public ».

Ainsi, nous avons 31 images (3% du corpus) représentant clairement des espaces intimes, 436 (47 %) des espaces publics et 103 dans l'espace entre intime et public (11 %).

Mise en scène d'un bâtiment reconnaissable Il s'agit d'un important critère pour pouvoir évaluer l'effet « carte postale ». Est-ce qu'un bâtiment reconnaissable, c'est à dire reconnaissable ou par les lyonnais ou de manière plus large parce qu'il est

emblématique de Lyon, est clairement identifiable dans la photographie ? Ce critère est un peu sensible à notre propre connaissance de la géographie lyonnaise, il aurait peut-être été plus pertinent ici de l'étiqueter en équipe. Nous avons classé ici les places comme la Place des Jacobins ou Bellecour, mais pas la Place de la République, qui était méconnaissable à cause de l'installation qui y était présentée. Ce critère englobe évidemment, entre autres, la cathédrale Saint-Jean et Fourvière, la tour Incity et le Crayon, le musée des Confluences la mairie de Lyon devant laquelle a eu lieu une petite cérémonie d'hommage aux victimes, ainsi que la montée de la Grande Côte et le Gros Caillou à la Croix-Rousse. On retrouve aussi une photo de restaurant typique lyonnais parce que cela nous a paru suffisamment emblématique de la ville pour apparaître ici. Au total, ce sont 247 images (25 % du corpus) qui représentent des bâtiments caractéristiques de Lyon.

Caractéristiques formelles Nous avons tenté de caractériser certains éléments formels dans les photographies. Nous avons d'abord cherché à savoir si les photos étaient en couleur ou en noir et blanc. Seulement 24 d'entre elles (2 % du corpus étudié) possèdent cette caractéristique.

Nous avons ensuite cherché à déterminer le contraste (fort ou faible) mais nous nous sommes heurtée à un problème d'étiquetage classique qui nous l'a fait abandonner : il est en effet très difficile de dessiner clairement une limite entre ce qu'on peut considérer comme *fort* contraste ou *faible* contraste. Cela rendait le critère difficile à interpréter par ailleurs.

Nous avons également cherché à déterminer le cadrage (panorama, gros plan, plan serré, plan détail), portrait ou paysage), mais à part le panorama –qualifiable en partie via l'étiquetage exploratoire, qui avait permis de trouver 20 images montrant la vue de Lyon depuis Fourvière ou une vue surplombante depuis un autre point de vue, nous avons réalisé que l'exploration de caractéristiques formelles via des critères très délimités comme ceux-ci (ce type d'étiquetage n'est intéressant que si les réponses sont évidentes) était difficile, et surtout, que ces informations n'étaient intéressantes que dans le cadre d'une analyse sémiologique fine, mais beaucoup moins : savoir que tant de photos contiennent des gros plans nous donne peu d'informations intéressantes sur le corpus.

Formats Il était en revanche plus facile d'étiqueter en fonction du format des images et cela nous a parfois donné des indices précieux sur leur production. Notamment, nous avons pu constater que 239 clichés (environ 25% du corpus) possèdent un format

rectangulaire et allongé évoquant sans ambiguïté celui de l'écran d'un téléphone mobile, et 192 (environ 19 %) photos ont été recadrées dans un format carré. Il est intéressant de noter ici que toutes ces dernières ne semblent pas provenir de manière certaine d'Instagram, puisqu'elles ne sont pas toujours accompagnées d'un message automatisé venant de l'API du site de partage de photographies en ligne.

Jeux avec les formes textuelles Il nous a paru intéressant de repérer, dans les images, si leurs auteurs avaient joué avec des formes textuelles pour les inclure dans l'image. Il apparaît qu'inclure après coup du texte dans l'image que c'est une pratique assez minoritaire dans ce corpus : 31 images (environ 3% du corpus) seulement comportent un ajout de texte dans l'image ; nous avons étiqueté ce critère de manière assez généreuse, si bien que ces résultats comportent les images qui ont été signées même discrètement (en bas à droite de l'image, en général).

Quant aux images comportant du texte lisible dans celles-ci (non pas ajouté après coup, mais sciemment photographié), nous en comptons 102 (10 % du corpus total), parmi lesquels : une photo de coupure de presse, trois devantures de café ou boutiques (où l'on peut lire le menu, par exemple, ou la devanture de la boutique), les tracts de la procession d'Erbil, des logos divers et variés, deux captures d'écran, deux photos d'affiches de la Fête des Lumières, deux photos de l'affichage municipal lumineux, deux photos de l'écran d'accueil d'un jeu en marge de la Fête. On retrouve également ici les photos du grand panneau lumineux « Merci Marie » disposé en haut de la colline de Fourvière, les lumignons officiels (sur lesquels il était écrit un message d'hommage aux victimes), le petit mémorial place Bellecour et *Regards*, ce qui explique qu'il y ait une centaine d'images.

Grandes orientations thématiques Pour dessiner les grandes tendances thématiques du corpus, nous avons établi quatre derniers critères. Tout d'abord, nous avons cherché à déterminer s'il y avait une référence claire à la Fête des Lumières dans le texte ou l'image que comportait le *tweet*. Il apparaît que c'est le cas pour 672 messages, soit 67 % du corpus total. Ce n'est pas étonnant, puisque le corpus a été originalement constitué autour d'un questionnement sur Lyon en général. Un tiers des messages donc évoquent la ville et son paysage sans parler de la Fête des Lumières, sur laquelle nous nous sommes focalisée ensuite.

Nous nous sommes demandée si ces messages portant sur la Fête des Lumières avaient été influencés par l'hommage aux victimes de l'attentat, et donc comptabilisé les messages qui faisaient, dans le texte, ou l'image, une référence claire à l'attentat de

novembre 2015. C'est le cas de 216 messages, soit 22 % du corpus total. À l'échelle des messages portant sur la Fête des Lumières seuls, c'est quasiment le tiers : environ 32%.

Viennent enfin deux critères pour qualifier, dans les messages portant sur la Fête des Lumières, la manière dont elle était évoquée. Les messages contenant un signe religieux clair (représentation de Marie, lieux de culte, évocation de l'immaculée conception, etc.) ne sont pas si nombreux : 72 *tweets* seulement soit 7% du corpus total, et 10% des messages portant sur la Fête des Lumières. Dans cet ensemble, on a classé un message faisant la mention du compte Twitter mercimarielyon, les photos de la procession conduite par le cardinal Barbarin à Fourvière, les photos d'églises (la cathédrale Saint-Jean notamment, qui est le point de départ de la procession), des représentations de Marie, quelques évocations de l'immaculée conception, et une discrète évocation de la croix chrétienne faite avec des bougies, seule photo à intégrer ce motif. On a décidé de ne pas inclure dans ce classement ni le *hashtag* #mercimarie, ni les photos du signal lumineux qui reprenait ce dernier, parce qu'il était difficile d'établir si la reprise du message était vraiment religieuse : il semble que le jeu avec le texte lumineux ait primé.

Comme il y avait un hommage aux victimes des attentats, nous avons cherché à savoir si les *tweets* reflétaient ou non le message d'union nationale (« unis et solidaires ») poussé par la mairie dans ce cadre, ce qui était intéressant puisque cela changeait l'échelle de la Fête, qui passait d'un rituel local à un hommage national, où l'on honore à Lyon les victimes d'un attentat qui a eu lieu à Paris. Nous ne retrouvons au final que 57 images (6 % du corpus, 8 % si l'on prend les messages portant sur la Fête des Lumières comme référence) dans ce cas. Ici, il faut souligner que nous avons parfois même étiqueté des messages contenant seulement des *hashtags*, comme « #Lyon #with #Paris ».

Nous avons opéré deux sortes d'étiquetage dans le corpus, puis une étude approfondie de quelques-unes des images, en deux niveaux : en planches (c'est à dire groupées selon une thématique), puis seules.

Le premier codage était exploratoire : il s'agissait de comprendre le corpus, sa dynamique. Pour cela, nous avons utilisé des étiquettes (*tags*). Il s'agissait de donner aux images une étiquette dès lors qu'un dénominateur commun entre elles apparaissait.

L'étiquetage ne s'est pas fait de manière systématique : quand un nouveau *tag* apparaissait, on n'a pas forcément ré-étiqueté tous les éléments du corpus en fonction, même si les passages successifs sur le corpus ont toujours été l'occasion de réétiquetages.

C'est au cours de cette étape que nous avons vu apparaître des motifs récurrents, où les photos reprenaient les mêmes codes visuels, voire semblaient être copiées les

unes sur les autres. Nous les avons étudiés sous formes de « planches », en disposant les images les unes à côté des autres, pour mettre en valeur les similitudes.

Le deuxième « codage » était prévu pour vérifier les pistes d'analyse dégagées auparavant et à obtenir des informations générales sur le corpus. On a précisé les critères et tenté d'opérer un codage plus systématique.

Cet étiquetage, qui à l'origine évaluait plus de 70 critères, a été réduit : nous nous sommes concentrée sur les critères les plus pertinents, ce qui explique que pour plusieurs des critères dans le tableau en p. 21 ne soient pas complètement étiquetés. Cela explique les mentions [DEL] à la suite de certains critères, qui signifient que le critère concerné a été écarté.

*
* *

Dans ce chapitre, nous avons présenté le matériau sur lequel nous avons travaillé dans le cadre de cette thèse de doctorat, puis nous avons exposé nos méthodes de collecte, expliqué comment notre corpus s'est constitué et consolidé, et enfin exposé nos méthodes d'analyses.

Nous pouvons retenir trois choses de ce parcours. La première est la manière dont la recherche s'est effectuée de manière itérative : les temps de la recherche n'ont pas été linéaires ; s'ils ont été présentés de cette manière, il y a eu en réalité de nombreux allers-retours entre le corpus, les questions de recherche, les méthodes, mais aussi dans le cadre de l'analyse elle-même, puisque ce sont des retours réguliers sur le corpus qui ont permis d'affiner et de consolider les résultats. La deuxième chose que nous retenons est la difficulté de mettre en place une méthodologie hybride, qui demande une vigilance accrue et une connaissance fine des différentes épistémologies. Enfin, nous retenons que si le choix d'un outillage *ad hoc* de la recherche a permis de répondre aux exigences de la méthode choisie, c'est aussi un travail exigeant, qui demande un recul permanent sur les méthodes et les modes de validations de ces dernières.

Le prochain chapitre va nous permettre d'aborder de manière plus étendue ces frottements de la recherche : la manière dont l'enquête et le travail interdisciplinaire ont été source d'enseignements, et la place des considérations éthiques dans le travail de la recherche.

Chapitre 6

With great powers come great responsibilities : un retour sur l'enquête

Le récit des méthodes employées dans ce travail doctoral ne peut faire l'économie de celui des déplacements ce dernier a fait subir à la jeune chercheuse. Par déplacements, nous entendons à la fois ce que le travail de recherche a permis d'apprendre et la manière dont cet apprentissage a déplacé notre point de vue.

Nous allons revenir d'abord sur les leçons que l'enquête nous a données, pour ensuite aborder les enjeux éthiques de cette recherche.

6.1 Les leçons de l'enquête

Dans un travail de recherche, le chemin est aussi intéressant que l'arrivée. Chaque embûche rencontrée est une leçon. Nous allons commencer ce parcours dans les déplacements du regard de la chercheuse par les leçons de l'enquête. Les pavés mal ajustés sur le terrain, qui ont fait tituber la marcheuse, l'obligeant à regarder plus attentivement où elle mettait les pieds

Dans le travail dont nous faisons état ici, les difficultés rencontrées –et leurs leçons– peuvent être regroupées autour de trois questions. La première concerne les conditions de l'enquête : placée dès le démarrage sous le sceau de la collaboration entre disciplines, cette recherche a permis de comprendre les exigences du travail interdisciplinaire. Nous avons également tiré des leçons de la manipulation de nos données. Enfin, la manière dont le corpus a pu être « silencieux » a été l'occasion de tirer des enseignements.

6.1.1 Ce que « interdisciplinaire » veut dire

Le premier ensemble de leçons concerne donc l'insertion de l'enquête dans un travail d'équipe qui rassemble deux disciplines : les sciences de l'information et de la communication, et celles de l'informatique.

Plusieurs éléments dans le projet permettent, à priori, un travail de concert entre les deux disciplines : d'abord, le sujet de recherche, les médias sociaux, qui peut être approché autant en SIC (sur le plan des pratiques et des médiations) qu'en informatique (sur le plan du traitement de grands ensembles de données).

Ensuite, les données elles-mêmes pouvaient constituer un terrain d'entente puisqu'il était possible à priori de croiser les regards sur ces corpus communs. De ce point de vue, nous sommes dans une situation très similaire à celle décrite par EDWARDS et al. [2011] où les chercheurs sont rassemblés autour d'un sujet de recherche commun : la question du changement climatique et partagent des données. Nous allons voir jusqu'où ce rapprochement est pertinent.

Enfin, le positionnement que nous avons adopté du fait de notre formation, à savoir d'être capable de savoir programmer et discuter avec des spécialistes en informatique tout en sachant conduire une analyse des représentations en SIC nous semblait, à priori, être utile pour diminuer les « frictions ».

Évidemment rien de tout ceci n'a été aussi simple et plusieurs leçons peuvent être tirées de ce travail interdisciplinaire : elles concernent la divergence des objectifs, les croisements des temporalités, et enfin la place de l'ingénierie.

Se mettre au diapason : un travail en amont, un dialogue constant

L'injonction à faire se croiser les disciplines dans les travaux de recherche est maintenant bien ancrée dans la plupart des projets de recherche financés. Par exemple, le Conseil de l'UE souligne, dans le cadre du projet européen Horizon 2020, qu'« [o]n s'attachera plus particulièrement aux domaines émergents et à croissance rapide, aux frontières de la connaissance et à l'interface entre les disciplines »⁸⁸. De nombreux projets de recherche prennent donc ce chemin et celui de cette thèse n'y est pas étranger, puisqu'il est d'emblée positionné dans une co-direction de thèse dans deux disciplines différentes et dans un projet de recherche lui-même interdisciplinaire (IDENUM⁸⁹, qui

88. Décision du Conseil du 3 décembre 2013 établissant le programme spécifique d'exécution du programme-cadre pour la recherche et l'innovation "Horizon 2020" (2014-2020) et abrogeant les décisions 2006/971/CE, 2006/972/CE, 2006/973/CE, 2006/974/CE et 2006/975/CE, (2013/743/UE)

89. « IDENUM - Identités numériques urbaines (2016) », *Labex IMU*, <https://imu.universite-lyon.fr/projet/idenum-identites-numeriques-urbaines/>, consulté le 16/03/21

rassemblait chercheurs en SIC, Informatique et Géographie).

Nous conviendrons avec BOLTANSKI (*Un art moyen*) que l'interprétation de l'image seule ne permet pas d'embrasser tout l'objet que l'on étudie. Celui-ci n'est en effet correctement saisi qu'à la faveur d'une croisée de regards disciplinaires : « [L]a description des normes qui, à un moment donné, dans un journal donné, régissent la fabrication des photographies de presse n'épuise jamais la réalité. » [BOURDIEU et al., 1965, p.196]

Or, le travail interdisciplinaire est exigeant. Ces injonctions sont tout sauf faciles à satisfaire. En effet, elles impliquent la verbalisation d'éléments qui peuvent être implicites dans le travail de recherche au sein de sa propre discipline. Mais pour cela, il faut en premier lieu en être conscient, ce qui demande un important travail de recul sur sa propre pratique.

Ce recul peut être apporté par le travail interdisciplinaire lui-même, comme cela a été le cas ici, et dans ce cas il passe moins par l'introspection que par la confrontation des deux manières de faire. Si le « frottement » entre les disciplines est formateur pour la jeune chercheuse (et inévitable), il nous semble qu'il peut représenter un frein dans l'accomplissement du projet de recherche, typiquement au début du travail doctoral, où la confiance dans la validité de ses propres méthodes n'est pas forcément assurée (et où la confrontation avec des disciplines ayant d'autres méthodes peut apporter de la confusion).

C'est pourquoi il nous semble intéressant de tirer quelques leçons de ce travail, au cours duquel il est apparu qu'un travail d'introspection de la propre pratique de chacun aurait peut-être permis au projet de ne pas souffrir des « frictions » interdisciplinaire. Il est apparu que ce dialogue avec d'autres disciplines se prépare, et finalement, demande une certaine maturité.

Dans ce travail d'introspection en amont, on peut travailler sur différents éléments : d'abord, l'objectif de recherche, En effet, même en partageant un corpus commun extrait des réseaux socionumériques, par exemple les chercheurs en informatique impliqués dans le projet poursuivaient des objectifs scientifiques différents des chercheurs en SIC. Bien définir l'objectif en amont semble évident ; dans le contexte d'un travail entre plusieurs disciplines, il est capital, puisque l'idée n'est pas de faire rentrer son objectif de recherche au chausse-pied dans l'objectif de l'autre mais de trouver une intersection où les projets de recherche de retrouvent (diagramme 6.1).

Le visualiser peut d'ailleurs être utile, puisque cela met en lumière aussi la manière dont chaque chercheur va poursuivre un objectif autonome. La présente thèse est bien une thèse en SIC, et si elle présentait à tel et tel endroit des intersections avec les projets de recherche d'autres parties prenantes du projet, elle ne peut pas être résumée à cette

intersection. De même évidemment pour, par exemple, le travail de Gabriela BOSETTI.

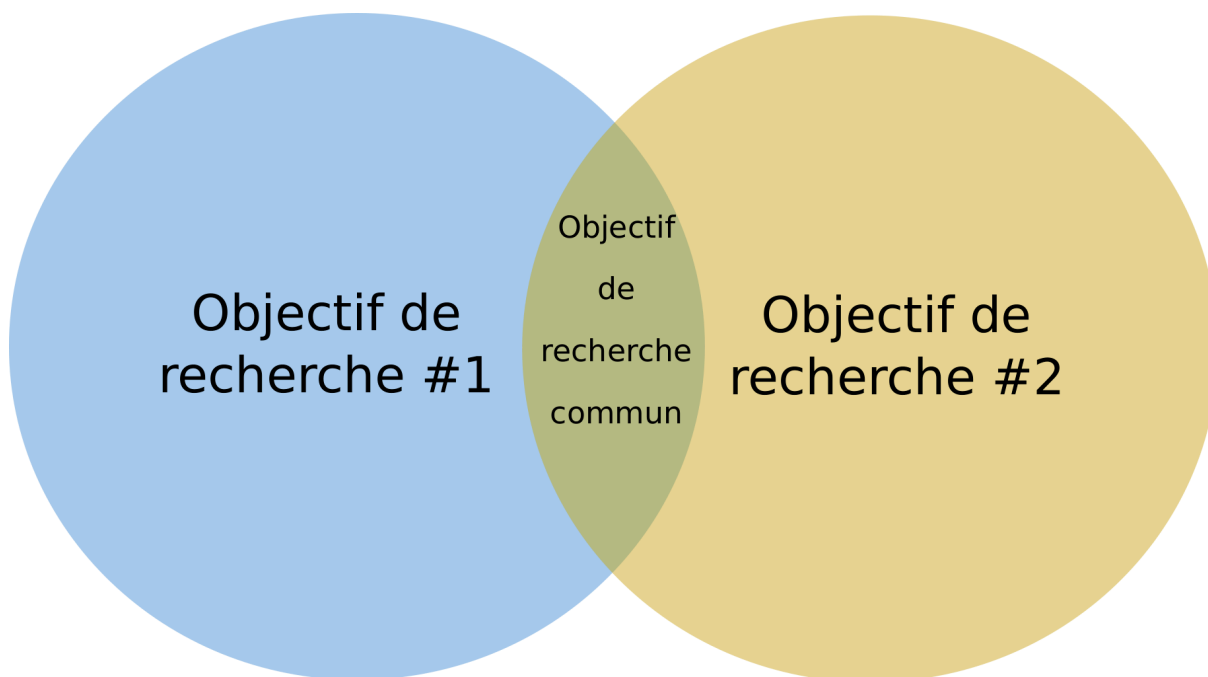


FIGURE 6.1 – Diagramme représentant l'intersection des projets entre disciplines

On devine aisément en quoi ce point seul peut occasionner des frictions : on peut ne pas bien comprendre l'objectif de recherche de l'autre ; on peut être tenté d'inféoder la recherche de l'autre à sa propre problématique. Si ces points ne sont pas verbalisés, des incompréhensions peuvent apparaître au cours du projet : « pourquoi tel élément pourtant capital pour ma recherche n'a pas encore été réglé ? » peut être qu'il est simplement peu prioritaire au regard des problèmes dépendant de l'objectif général de l'autre.

Dans notre travail, il est apparu que cette verbalisation s'est faite par petites touches dans des réunions de projet, et en réalité, jamais tout à fait. Elle aurait probablement permis une meilleure intégration notamment des stagiaires et post-doctorants dans le projet.

Cela permet de mieux comprendre où est le terrain de jeu commun, et où est celui qui appartient à chacun (et sur lequel il doit être autonome). Dans notre projet, un des points les plus importants d'incompréhension résidait dans ce que nous attendions les uns des autres, sans forcément verbaliser cette attente, en projetant dans la discipline de l'autre des choses qui n'avaient parfois pas grand chose à voir avec leurs objets et leurs méthodes de recherche réels. Déminer le terrain au démarrage du projet aurait peut-être amélioré la collaboration aux endroits où elle était possible.

Au cours du projet, les deux disciplines vont entrer au contact l'une de l'autre, et avec elles, leurs épistémologies, ce qui nous amène au deuxième point de vigilance dans le travail interdisciplinaire, qui est la part d'implicite dans la pratique de la recherche.

Le fait, par exemple, d'utiliser l'anglais comme langue de travail dans la discipline rend évidente, pour un chercheur en informatique, l'idée qu'une thèse sera elle aussi rédigée en anglais. L'usage de l'anglais en SIC n'est pas aussi systématique. Ces petits détails dans le travail de la recherche au quotidien sont implicites et ne font l'objet d'aucune formalisation au sein de chacune des disciplines : il est sous-entendu que sauf exception la thèse sera rédigée dans la langue de Shakespeare.

Au moment d'écrire un article à quatre mains, deux chercheurs appartenant chacun à l'une et l'autre discipline vont devoir d'abord verbaliser ces deux usages implicites de l'anglais dans la communication scientifique, et tenter de tomber d'accord. La confrontation directe des deux manières de faire va les rendre visibles, mais au prix de ce temps d'ajustements et d'incompréhension.

Une des pistes qu'on pourrait évoquer pour limiter les frictions serait d'effectuer d'abord un important travail de retour réflexif sur sa propre discipline, sa propre pratique, puis d'engager une discussion avec les interlocuteurs des autres disciplines. Cela n'évite pas les tensions, les frottements, les moments d'incompréhension, parce qu'il y en a forcément, mais force est de constater qu'une forme de maturité et de réflexivité méthodologique ne peut qu'améliorer le dialogue entre disciplines.

Ces différents points requièrent l'attention des différentes parties prenantes au démarrage du projet, mais aussi tout au long de ce dernier : les objectifs de recherche peuvent en effet s'affiner, les méthodes s'étoffer, ce qui demande un travail en réalité constant de dialogue et de synchronisation.

Différentes temporalités de travail

Cela nous permet d'aborder un deuxième point : ces moments de synchronisation, précisément. C'est enfoncer des portes ouvertes d'expliquer que n'importe quel projet (pas seulement de recherche) nécessite, pour être mené à bien, des temps réguliers de synchronisation dans l'équipe. Dans le cadre d'un projet de recherche interdisciplinaire, ces moments méritent une attention spécifique.

Ceci, d'abord parce qu'ils constituent des moments de *traduction* : il faut être capable de comprendre ce que font les autres pour pouvoir bâtir sur ce travail. Ce qui implique de rendre intelligible son travail à des personnes qui ne sont pas immergées dans le même cadre épistémologique. Cela demande un effort de pédagogie constant (bien

différent de la mission d'enseignement) auquel la jeune chercheuse n'est pas forcément préparé.

En effet, nous avons nous-même une certaine représentation de la nature du travail de nos collègues. Le fait d'être chercheur soi-même ne protège absolument pas des idées reçues à propos d'autres disciplines. Ainsi, le travail en sémiotique peut paraître, de l'extérieur, oiseux et subjectif : cela s'articule sur les idées reçues autour de « l'intellectuel » qui écrit et parle beaucoup, mais ne construit rien d'autre qu'un point de vue subjectif sur le monde ; de même, les chercheurs en informatique sont régulièrement victimes du cliché de « l'informaticien » : on les imagine spécialistes en tout ce qui touche à des ordinateurs, alors qu'être spécialiste en traitement de l'image, en sécurité, ou en réseau ne constitue en réalité pas le même travail.

La présence insidieuse dans nos représentations de ces clichés a évidemment un impact sur la qualité du dialogue qui est entrepris là : on peut être tenté de demander à l'autre des choses qu'il ne peut pas faire, par exemple : « toi qui es informaticien, tu dois pouvoir régler ça ! ».

Or, une bonne compréhension du travail renforce la confiance dans les résultats de l'autre. En effet, pour pouvoir rendre compte d'un travail qui repose sur les résultats et les outils des autres, il faut pouvoir avoir une confiance raisonnable dans ces derniers en comprendre au minimum les grandes lignes.

Les exigences de la méthode scientifique sont les mêmes partout : pour rendre compte de son travail tout chercheur doit pouvoir s'assurer qu'il peut expliquer ses résultats et dérouler son raisonnement.

Quelque part, c'est ce qu'on demande au chercheur quand on lui demande d'expliquer le fonctionnement général de son expérience. On pourrait se dire que tout le monde est capable de fournir cela.

Or, la recherche n'est *jamais* aussi parfaite ; il y a toujours une part de « bricolage » (cf. illustration 250) dans un projet de recherche. Ce qui rend déjà cette partie de la recherche difficile à expliquer.

L'un des défis de ce travail a été de construire une interaction avec l'équipe du LIRIS alors même que les temporalités de recherche et les épistémologies ne sont pas les mêmes.

En effet, là où l'analyse sémiologique a besoin d'allers-retours longs entre le corpus et la théorie, certains résultats en informatique peuvent prendre moins de temps : la machine calcule, et retourne son résultat dans l'heure. Il faut bien sûr savoir interpréter ce résultat, mais le fait de s'appuyer sur des calculs informatiques constitue un gain de temps indéniable.

A l'inverse, une erreur dans le programme peut occasionner des longueurs de temps que la méthodologie qualitative, assez légère en termes d'outillage, ne peut pas connaître. Il est possible de commettre une erreur de raisonnement ou d'étiquetage, mais cela n'aura pas les mêmes conséquences ni ne nécessitera les mêmes opérations pour être réparée.

Se synchroniser au sein de l'équipe est d'autant plus important que, comme on a pu le constater au sein d'IDENUM, le travail dans une équipe interdisciplinaire a engagé une organisation du travail particulière : jongler entre différentes disciplines veut dire également accorder entre elles différentes temporalités de travail.

Ainsi, pour obtenir des résultats, la sémiotique a besoin d'un temps relativement long, de prise en main du corpus, puis d'analyse sérielle des images. En informatique, certains calculs peuvent prendre à peine quelques heures.

Dans le cadre de cette thèse, le travail sur l'outillage de l'analyse a constitué, au départ, une occasion de partage entre les disciplines. Mais cela a plutôt occasionné des phénomènes de blocages mutuel : les uns attendaient les autres et vice versa. Le développement de CATI a par exemple été ralenti à divers moment du projet, ce qui, au moment où le programme est devenu disponible...il n'était plus utile pour le travail de la présente thèse.

S'il est évident qu'une collaboration entre disciplines dans la création d'un outil rend la mise au point de ce dernier plus intéressante, elle oblige en réalité à poser la question de la place de l'ingénierie de la recherche dans un projet interdisciplinaire.

La place de l'ingénierie de la recherche

Cette enquête nous a permis de mettre au jour la place de pivot occupée par l'ingénierie de la recherche dans un travail interdisciplinaire.

En effet, l'ingénierie de la recherche – la construction et la maintenance d'outils logiciels– fait aujourd'hui partie intégrante de la recherche, notamment avec le développement des « humanités numériques » [DACOS et MOUNIER, 2015] et des « digital methods » [ROGERS, 2013]. Mettre en place de nouvelles méthodes de recherches articulées des outils de collecte et d'analyse de données implique ces opérations d'ingénierie.

S'il est vrai qu'un certain nombre d'outils informatiques se sont simplifiés et qu'un grand nombre d'outils (notamment ceux du groupe *Digital Methods Initiative*) sont à la disposition des chercheurs en Sciences Humaines et Sociales (SHS), il reste que ces outils d'une part ne correspondent pas toujours aux besoins de la recherche, ce qui demande la création d'un nouvel outil. Dominique BOULLIER rappelle que ce n'est pas aux SHS d'adapter leurs épistémologies aux outils mais bien aux outils d'être aux

service de leur recherche :

« Les SHS, lorsqu'elles s'équipent, dépendent pourtant souvent de l'offre qui leur est faite sur le marché ou dans les laboratoires des informaticiens. Et, de ce fait, elles sont conduites à faire des choix qui paraîtront plus tard erronés ou qui les contraindront à des efforts inutiles d'adaptation. Il est du devoir des SHS, en raison de leur connaissance profonde de cette tension constante entre divergence et convergence qui anime toute vie sociale, de revendiquer un pluralisme des architectures [LES 99]. » [BOULLIER, 2007]

D'autre part, ces outils, si simples soient-ils, comme tous les outils techniques, nécessitent de la *maintenance*.

Or, créer les outils logiciels comme les maintenir demande des compétences particulières, qui relèvent du métier de développeur.

Cela n'empêche pas le chercheur d'être associé à ce travail de développement, c'est même important que la collaboration soit étroite. Il faut qu'il puisse comprendre comment l'outil fonctionne, pour rendre compte de ses résultats, mais il faut aussi que celui qui construit le programme soit à même de comprendre à quoi il sert, quel est la question de recherche poursuivie.

Souvent déconsidérée, la place de l'ingénieur de recherche est, dans certains projets de recherche, critique. Ce projet aurait eu besoin du concours, non pas d'un chercheur en informatique, dont par ailleurs l'objectif de recherche n'était pas compatible avec une démarche d'analyse sémiotique, mais un ingénieur, identifié comme tel et inséré dans le projet à sa juste place. Cela aurait été intéressant d'avoir même un ingénieur de recherche associé à la direction de thèse ; ce dernier aurait pu accompagner le volet « création de programmes » du travail doctoral.

Au final, l'essentiel de l'ingénierie utile aux résultats présentés ici a été pris en charge par la doctorante, providentiellement ancienne développeuse Web, mais avec les limites sur la qualité du travail de programmation fourni exposées précédemment.

*

* *

Ainsi, derrière l'évidence –un peu incantatoire– présentée dans les offres de financement de la recherche, le travail de recherche interdisciplinaire est un vrai défi, qui implique

Nous voyons également comment la collaboration avec les sciences de l'informatique mérite d'être pensée : dans plusieurs cas, en réalité il y a besoin d'un ingénieur et non pas de la collaboration avec un chercheur d'une autre discipline.

6.1.2 Le statut paradoxal des données

Analyser des données pour tenter de comprendre quelque chose du social nous met devant un intéressant paradoxe : jusqu'où une donnée peut être considérée comme une trace valable du social ? En effet, comme l'explique DESROSIÈRES, qui ne s'intéresse pas aux médias sociaux mais à l'étude des statistiques, qui posent fondamentalement le même problème :

« La question de la consistance et de l'objectivité des mesures statistiques est souvent posée. La perspective proposée vise à sortir des dilemmes récurrents auxquels se heurte le constructeur du chiffre, s'il veut y répondre complètement. D'une part, il précisera que la mesure *dépend de conventions* portant sur la définition de l'objet et les procédures de codage. Mais, d'autre part, il ajoutera que sa mesure *reflète une réalité*. Le paradoxe est que ces deux affirmations sont incompatibles, et qu'il est pourtant impossible de répondre autrement. » [DESROSIÈRES, 2010, p.21]

Ainsi, la statistique est prise entre deux feux : ce qui est prélevé dans le social, catégorisé, compté, est bien issu d'une construction sociale (des conventions). Ce que le statisticien regarde, c'est déjà un monde découpé par des postulats précis, des définitions de son objet de recherche précises. En ce sens, la mesure statistique ne mesure que ce qu'elle regarde, et comporte donc un biais dans sa lecture du réel.

Mais, dans le même temps, si « le constructeur du chiffre », accomplit son travail avec rigueur, il pourra effectivement « refléter une réalité ». Tous les mots ici sont importants : un reflet n'est pas une observation directe, il y a la médiation de la surface réfléchissante (ici, la médiation du calcul statistique), et il ne s'agit que d'une réalité, pas *toute* la réalité. Il reste que ce reflet sera fidèle, et c'est d'ailleurs ce qui fonde la pertinence de la statistique.

Le paradoxe est là : extraire des données du social et les traiter par le calcul opère forcément une réduction du social, mais cette dernière, utilisée correctement, peut permettre de mieux comprendre cette portion-là du social.

Fondamentalement, les données issues des médias sociaux posent le même problème.

Pour s'assurer que les données quantitatives soient suffisamment représentatives de la portion du social qu'il cherche à comprendre, le chercheur essaye d'obtenir un échantillon suffisamment grand.

En effet, moins le panel est étendu, plus il a des chances de ne pas être représentatif du groupe social observé. Plus il est étendu et plus il est possible de tirer à partir de son analyse des conclusions solides.

En études qualitatives, le problème de l'échantillon reste, mais il est borné par la

capacité d'analyse : on ne peut pas employer ces méthodologies sur de trop grandes quantités de données, parce que ces méthodologies prennent du temps. Mais on cherche tout de même à analyser des cas représentatifs de ce qu'on cherche à observer, en cherchant moins l'exhaustivité que l'exemplarité.

Notre cas pâtit des inconvénients à la fois des méthodes qualitatives et quantitatives : nous avons beaucoup de données pour une étude qualitative, et trop peu pour faire des traitements statistiques satisfaisants.

Le corpus principal ne comporte « que » 997 *tweets*. Ce qui est très peu pour faire de l'analyse statistique, en réalité, mais qui est assez conséquent pour de l'analyse sémiologique, puisqu'on passe sur chaque photo plusieurs fois. Il est évident que les messages collectés ne reflètent pas la totalité de ce qu'il s'est passé durant l'événement. Ce corpus insatisfaisant d'un côté comme de l'autre met en tension les deux régimes d'épistémologies en discussion pendant la thèse.

Dans son article intitulé *Sociologie et socio-logique*, BARTHES effectue un partage entre la sociologie statistique et la sémiologie. Si nous appliquons sa remarque à notre contexte, nous pouvons rapprocher la sociologie statistique des traitements informatiques envisagés pour découvrir le corpus. En effet, ce type d'exploration consiste à essayer de dessiner des "tendances" et donc d'avoir un nombre conséquent d'éléments concordants pour considérer qu'ils signifient quelque chose à l'échelle d'une population donnée.

6.1.3 Les silences du corpus

Un élément compliqué dans l'analyse au long cours (de 2015 à 2019, en « temps Internet », c'est très long), de ces éléments, a été de se confronter à leur volatilité : en effet, les *tweets*, dans le temps de l'analyse, on pu être supprimés, les comptes de leurs auteurs ont pu passer en mode privé (ce qui rend l'accès à tous leurs *tweets* impossible, sauf à s'abonner à leur flux).

6.2 Un projet de recherche avec un enjeu éthique central

La manière dont nous avons collecté le corpus nous impose une responsabilité : nous avons collecté une importante quantité de données issues d'un média social. En l'occurrence, 30 000 *tweets* environ (pour le matériau collecté en 2015) et 48 000 environ (pour celui de 2016). Nous devenons responsable du traitement et du stockage d'un grand nombre de données personnelles. Cela constitue, indéniablement, une

responsabilité.

Cette activité est, par ailleurs, très strictement encadrée par la loi de 1978 sur les données personnelles (loi Informatique et Libertés) et le Règlement Général pour la Protection des Données personnelles (RGPD, mai 2018).

Notre propos ici va évidemment aborder ce cadre légal, mais entend aller plus loin. En effet, comme nous allons le voir, la recherche ouvre de nombreuses exceptions dans le droit de la protection des données personnelles. C'est pourquoi il nous semble intéressant de peser la responsabilité que cela représente d'un point de vue éthique également.

Nous commencerons donc par définir ce que nous entendons par « éthique de la recherche », pour ensuite expliquer comment nous nous sommes confrontés à l'exigence éthique en matière de protection des données personnelles dans le cadre de ce travail, et enfin proposer des pistes de réflexions sur la manière dont cette exigence éthique, bien qu'elle apporte certaines contraintes, peut aussi apporter des réflexions stimulantes.

6.2.1 Qu'est-ce que l'éthique de la recherche ?

Pour commencer, comment définir l'éthique, et comment une réflexion éthique intervient-elle dans ce travail ? Il faut comprendre qu'on met derrière « éthique », dans le travail de la recherche des éléments qui relèvent : du questionnement éthique au sens moral du terme (interroger son action pour qu'elle se conforme à des valeurs, ou à l'impératif catégorique si l'on est kantien), de la déontologie ou de la conscience professionnelle (« bien faire son métier »), des règles qui encadrent ce métier (lois, régulations, chartes, codes de conduite).

Nous savons appuyé une partie de notre réflexion éthique sur le chapitre de Guillaume LATZKO-TOTH et Serge PROULX du *Manuel d'analyse du web* [BARATS, 2013] et sur la formation que nous avons suivie sur le sujet⁹⁰.

Sarah CARVALLO [CARVALLO, 2019] remarque assez justement que la manière dont se pratique l'éthique aujourd'hui est indissociable de l'économie générale de la recherche. En effet, la pression de plus en plus grande à « produire » (« *publish or perish* ») ne permet pas de donner au chercheur le temps nécessaire pour contrôler son action en fonction des valeurs et des principes partagés avec sa discipline. Il est encouragé à se contenter de soumettre sa recherche à une instance de régulation, qui elle se chargera de valider.

90. Formation ETTRES, organisée par l'Université de Lyon, pilotée par Sarah CARVALLO

Elle remarque que l'inflation réglementaire tend à rabattre l'éthique sur une seule question de respecter des normes, les chercheurs n'ayant plus les moyens d'accorder du temps à des questionnements réguliers de leur action.

Or, l'éthique, d'une part va plus loin que la partie réglementaire, d'autre part est indissociable de l'exercice scientifique : elle permet d'interroger la relation de la recherche avec la société. Il s'agit d'agir en tant que chercheur conscient de l'impact qu'il a sur la société. L'éthique peut être vue comme une pratique du quotidien, et pas seulement une exigence à avoir à certains moments de la recherche.

C'est dans ce sens-là que nous allons parler d'éthique de la recherche, ici. Il s'agit, bien sûr, d'être en accord avec la loi, mais il nous semble qu'une réflexion éthique plus large, plus articulée avec le processus de la recherche, est utile, notamment lorsqu'on travaille des objets comme les nôtres.

L'éthique de la recherche, en ce sens, est héritière de la manière dont elle est envisagée en philosophie parce qu'elle peut se définir essentiellement comme un processus. Celui selon lequel le chercheur évalue ses actions et ses choix en fonction d'un corpus de règles et de valeurs. De la même manière que pour HADOT la pratique de la philosophie antique est avant tout une manière de vivre.

Il semble important de rappeler ici cette qualité de processus, d'autant plus dans le parcours doctoral, qui est un parcours d'apprentissage autant que de recherche. Le positionnement éthique émerge aussi de la rencontre avec le terrain.

6.2.2 Manipuler des données personnelles : une responsabilité

Pour commencer, nous allons nous intéresser à la manière dont cette recherche a été confrontée à un enjeu éthique en matière de protections des données personnelles. Cet enjeu se matérialise par une réglementation, le RGPD. En effet, le Règlement pour la Protection des Données Personnelles (mieux connu sous son acronyme anglais, RGPD) a été adopté en 2016 et est entré en vigueur le 25 mai 2018⁹¹.

Comment ce travail engage la responsabilité de la jeune chercheuse d'un point de vue juridique ?

Pour respecter au mieux les droits des personnes dont nous avons collecté les publications sur Twitter, nous nous sommes basée sur le guide publié par l'université de Nanterre [DELPLANQUE et al., 2019], puis sur celui de l'INSHS de 2021 [INSHS, 2021].

91. Le texte du Règlement est disponible sur le site de la CNIL : <https://www.cnil.fr/fr/reglement-europeen-protection-donnees> (visité le 27/10/2021).

Le développement qui suit parcourt le premier guide point par point : il nous aide à caractériser les données que nous avons collectées, à évaluer quelle responsabilité nous avons envers ces données et les personnes qui les ont produites, au sens du Règlement.

Dans cette partie, nous réutilisons la terminologie du RGPD, qui parle de « données », pour que la lecture reste fluide : nous désignons ainsi comme « données » l'ensemble des données (ce que nous appelons le matériau de la recherche) dont nous disposons, et non seulement le corpus que nous avons sélectionné et qui a fait l'objet de notre analyse, puisque le cadre légal concerne les données qui sont collectées et conservées, et pas seulement celle qui ont fait l'objet d'un traitement.

Est-ce que ce sont des données personnelles ? La première étape consiste à déterminer si les données collectées contiennent des données personnelles.

« Tous les identifiants d'une personne (adresse physique ou IP, adresse mail, numéro de téléphone, numéro de sécurité sociale, numéro de compte en banque, etc.).

Ses caractéristiques physiques (taille, poids, couleur des yeux et des cheveux, état de santé, ADN, empreintes digitales ou rétiniennes, image, son de la voix, etc.).

Ses opinions et comportements (idées politiques, convictions religieuses, appartenances associatives, orientation sexuelle, habitudes de consommation, goûts, etc.).

Les données d'usage, type géolocalisation, l'image, historique de navigation ou d'achats, contenus postés, etc. » [DELPLANQUE et al., 2019]

Le Règlement, comme nous pouvons le voir, pose une définition assez large de ce qu'est une donnée à caractère personnel. Il couvre les données qui sont évidemment identifiantes (elles peuvent nous permettre d'identifier une personne donnée et elle seule) comme l'adresse ou l'apparence physique, mais aussi les « données d'usage », qui correspondent à ce que Louise MERZEAU appelle des traces. Tout les enregistrements, les *computs* produits par l'activité d'une personne sur le Web. De la même manière que chaque personne a une démarche particulière ou des goûts musicaux bien à lui, ces données déduites du comportement des personnes peuvent permettre d'identifier avec précision un individu.

En l'occurrence ici, nos données rentrent dans les « données d'usage » : ce sont des contenus postés, des traces du passage de ces utilisateurs sur Twitter.

Du point de vue du contenu de ces traces, nous avons les identifiants des personnes (qui nous permettent de remonter avec certitude jusqu'à un utilisateur unique de Twitter, même si cet identifiant est un pseudonyme), ces personnes expriment parfois leur opinion politique ou une appartenance religieuse, et les images peuvent contenir des éléments identifiants : localisation, photos de personnes dans le champ (qui sont donc identifiables)...

Tous ces éléments nous autorisent à caractériser les données collectées dans le cadre de la thèse comme des données à caractère personnel.

Sont-elles sensibles? La deuxième étape consiste à déterminer si les données du projet sont sensibles.

« Le RGPD considère comme sensibles "les informations concernant l'origine raciale ou ethnique, les opinions politiques, philosophiques ou religieuses, l'appartenance syndicale, la santé ou la vie sexuelle" des personnes. » [DELPLANQUE et al., 2019]

Étant donné leur nature, la collecte et le traitement de données sensibles est beaucoup plus strictement encadrées que les seules données à caractère personnel :

« Les traitements de données dites sensibles ne sont pas autorisés (article 9 du RGPD) sauf exceptions explicitement listées dans la réglementation (par exemple, après consentement de la personne, données rendues manifestement publiques par la personne concernée, intérêt public important, sauvegarde de la vie humaine). L'utilisation de ces données sensibles est possible pour des finalités de recherche publique. Dans tous les cas, une sécurisation renforcée des données et du traitement est nécessaire. Notamment lorsque le consentement des personnes pour traiter leurs données sensibles ne peut être obtenu, un avis préalable de la CNIL doit être demandé avant la réalisation du traitement. » [INSHS, 2021]

Là encore, le RGPD offre de vraies exceptions aux chercheurs : nous pouvons remarquer que malgré le contrôle nécessaire qui est requis sur ces données, la recherche publique permet d'y accéder sans grandes difficultés, bien qu'un avis préalable de la CNIL soit requis :

« A noter, toutefois que l'avis préalable de la CNIL est requis avant tout traitement qui présente un risque trop important pour les personnes concernées, risque mis en avant lors de l'analyse d'impact sur la vie privée effectuée (voir page 17) et que le chercheur ne peut pas diminuer sans porter atteinte à sa recherche. »

Dans le corpus de 2015 que nous analysons (997 sur 30 000 *tweets* environ), plusieurs *tweets* se rapportent à des convictions religieuses (l'hommage à Marie, la procession à Fourvière) très nettes. Elles sont sans aucun doute sensibles de ce point de vue-là. Sans avoir une vision aussi précise du matériau de 2016 (qui n'a pas été analysé d'aussi près, parce qu'il est beaucoup plus volumineux), il est probable qu'il y ait des éléments de la même teneur.

Étant donné que le contexte de publication d'un *tweet* –sauf si le compte de la personne est privé– est public, et que nous sommes dans le cadre d'une recherche publique, nous pouvons utiliser ces éléments pour notre recherche. C'est une des limites apportées au RGPD pour permettre le travail de recherche.

Nous avons donc contacté le DPO de l'Université Lyon 2⁹² pour l'informer du traitement et le cas échéant évaluer l'impact sur la vie privée des personnes de ce traitement. Comme les données nous apparaissent comme sensibles –notamment en raison du caractère ostensiblement religieux de plusieurs publications– d'une part, et que le consentement, comme nous le verrons, était difficile à obtenir, d'autre part, nous avons pris l'initiative d'anonymiser de manière systématique nos données pour limiter au maximum l'impact sur les personnes.

Cela a pour conséquence que les formalités sont allégées :

« En cas de traitement de données sensibles, le choix de l'anonymisation permet d'éviter les formalités de la CNIL. L'anonymisation peut être déterminée au départ par le chercheur pour des raisons juridiques et éthiques, scientifiques ou méthodologiques, mais l'anonymat peut également être un choix de l'informateur, soit pour des raisons de confidentialité, de protection de sa vie privée ou publique, soit pour des raisons juridiques ou de sécurité pour lui ou pour ses proches. » [DELPLANQUE et al., 2019]

Si notre manière de procéder n'est sans doute pas exemplaire il nous semble que nous avons pris au sérieux les droits des personnes. Au delà de l'obligation légale de protection des données personnelles, il nous est apparu que le sérieux de la présente recherche devait également transparaître dans la manière dont notre cheminement éthique est lisible, et c'est ce que nous avons tenté de faire ici, en montrant qu'il y a bien un engagement fort de la responsabilité de la jeune chercheuse dans la collecte de données personnelles sur les médias sociaux, et que cela nous oblige à respecter les personnes du mieux que nous pouvons. Nous allons ensuite aborder nos modalités de collecte : ces dernières sont indirectes ; les personnes ne peuvent pas savoir que leurs productions font l'objet d'une étude. Cette position asymétrique vis à vis des personnes, quelles que soient nos obligations légales, nous demande la plus grande prudence dans la manipulation des données. Comme nous allons le voir, c'est dans cet esprit que le RGPD est rédigé.

Modalités de collecte et de traitement Comme nous l'avons détaillé précédemment, nous avons collecté nos données *via* l'API de Twitter. Cette collecte a été opérée par nos collègues du LIRIS, qui ont contacté leur propre service juridique pour vérifier la conformité de la collecte. La collecte des données est de nature *indirecte* :

« Les chercheurs bénéficient en outre de la faculté de collecter indirectement des données personnelles en se les faisant remettre par un tiers détenteur (association, administration, entreprise). Ce tiers doit avoir en premier lieu collecté légalement ces données pour des finalités qui lui sont propres. La remise des données à des chercheurs réalise alors

92. Il est notre interlocuteur pour la CNIL à l'université

un changement de finalité jugé compatible par la législation. Ce type de collecte indirecte de données ne dispense pas les chercheurs de respecter les droits des personnes. »

[DELPLANQUE et al., 2019]

En effet, c'est bien Twitter qui a en premier collecté les données contenues dans notre matériau et nous l'a transmis *via* son API. Du point de vue de Twitter⁹³, ce type de collecte est connu et d'ailleurs soumis à autorisation : « Individuals redistributing Tweet IDs and/or User IDs on behalf of an academic institution for the sole purpose of non-commercial research are permitted to redistribute an unlimited number of Tweet IDs and/or User IDs. »⁹⁴ Cela permet de garantir aux utilisateurs une relative confiance dans l'usage qui est fait à leur insu de leurs données.

En effet, cette modalité de collecte a un défaut : les personnes ne peuvent pas être prévenues en amont, pour donner leur consentement. La question éthique que cela pose nous renvoie à la problématique de l'« ethnographie invisible », à laquelle nous faisons référence en partie 4.4.3.0 (page 191). Il est intéressant de noter à ce propos que, si le passage par des API pour collecter du matériau de recherche constitue une modalité récente de collecte de données de la recherche, cette question du recueil du consentement compliqué à obtenir parce que la collecte est indirecte ou parce que les personnes ne sont pas au courant qu'elles sont observées est en réalité ancienne dans la recherche en sciences humaines et sociales.

Le consentement Or, le RGPD pose comme pierre angulaire le consentement libre et éclairé des personnes à la collecte de leur données. Or, s'il y a bien une chose difficile à faire quand on collecte des données derrière une vitre sans tain, c'est obtenir le consentement des personnes concernées. La collecte automatisée des messages a pour conséquence que la recherche est complètement transparente pour l'utilisateur de Twitter. En effet, il n'est en aucun cas notifié quand on utilise l'API pour enregistrer un de ses messages. Le consentement ne peut intervenir qu'à posteriori.

Le guide de 2021 fournit des précisions utiles pour savoir comment respecter les droits des personnes dans ce cas :

« Dans le cadre des activités de recherche, les traitements devraient de manière préférentielle s'effectuer sur la base du consentement (respect du principe d'auto-détermination informationnelle), mais les traitements peuvent aussi s'appuyer sur le fondement de l'exercice d'une mission d'intérêt public. Le choix revient toujours au responsable du traitement

93. « More about restricted uses of the Twitter APIs », *Twitter Developer Platform*, <https://developer.twitter.com/en/developer-terms/more-on-restricted-use-cases> (consulté le 20/10/2021).

94. Traduction par nos soins : « Les individus qui redistribuent les identifiants des Tweets et/ou ceux des Utilisateurs dans le cadre strict d'une recherche non-commerciale, conduite par une institution académique, ont l'autorisation de redistribuer un nombre illimité d'identifiants d'Utilisateurs ou de Tweets. »

qui analyse la nature des données, la population concernée. Le choix doit être argumenté et le Délégué à la protection des données apporte les conseils pour déterminer le fondement du traitement. » [INSHS, 2021]

En d'autres termes, si le consentement est la pierre angulaire du Règlement, les aménagements pour permettre la recherche sont puissants, et même la nécessité de consentement peut être contournée dans certaines conditions, comme nous allons le voir.

Le cas spécifique de l'étude de la photographie : un cadre éthique et méthodologique ancien

Il est intéressant de remarquer à quel point les difficultés éthiques posées par ce travail doctoral sont en réalité anciennes.. En effet, on remarque que l'image fait l'objet d'une attention particulière depuis longtemps, dans le droit notamment, mais également dans les directives éthiques données aux chercheurs. Il nous semble que cela est directement lié au statut social de la photographie.

Ainsi, dans *Un art moyen*, Robert CASTEL fait un détour par le droit pour comprendre l'impact de la photographie en société.

« Ce qui est tenté là, c'est un compromis difficile entre deux droits, le droit de la personne sur son image, et le droit du photographe sur une œuvre dont il est l'auteur. Compromis toujours un peu boiteux, qu'exprime bien un arrêt de la Cour de Cassation⁹⁵ : si, "en principe, la propriété des œuvres d'art et le droit exclusif de les reproduire appartient à leurs auteurs", néanmoins, "ce droit fléchit devant celui des personnes dont l'artiste a reproduit l'image" » [[BOURDIEU et al., 1965, p.302]]

Ce qui autorise le législateur à fléchir le droit de propriété, pourtant un des plus anciens de l'arsenal juridique français, c'est la manière dont l'image photographique introduit une brèche dans l'intimité, par sa puissance d'évocation. L'absence supposée de médiation (la photographie est considérée comme un procédé chimique « objectif »), comme nous le disions dans le premier chapitre, garantit, pour l'auteur, l'authenticité de la photo.

CASTEL poursuit :

« C'est que l'image photographique touche un noyau d'intimité qui résiste aux régulations sociales par lesquelles, dans une société libérale, la liberté se reconnaît et essaye de se faire reconnaître par le droit. » [[ibid., p.303]]

Nous allons laisser de côté dans notre réflexion le droit à l'image interprété par les marques et les sociétés privées, parce qu'il sort du scope de la présente analyse, pour une large part, et parce qu'il nous semble peut défendable qu'une marque ait une vie

95. Note de l'auteur : 15 janvier 1884

privée. Malheureusement, pour critiquer le droit à l'image, on met souvent dans le même sac entreprises, marques, et personnes privées, alors que les questions ne se posent pas de la même manière pour chacun.

Les mesures mises en place dans la thèse pour protéger les personnes

Maintenant que nous comprenons mieux les implications éthiques et légales de la collecte des données utilisées dans la thèse, nous pouvons aborder les décisions que nous avons prises pour respecter au mieux ce cadre éthique et légal.

Nous avons vu que de nombreuses exceptions existent, quand la collecte de données personnelles est faite à des finalités de recherche. Mais il reste que le chercheur doit pourvoir aux obligations de sécurisation des données, et de retrait ou modification des données éventuels.

« Les chercheurs bénéficient de certaines dérogations limitées opposables à ces droits. Ils peuvent par exemple s'abstenir d'informer les personnes avant un traitement, si « cet acte d'information s'avère impossible à réaliser ou exige des efforts disproportionnés ». Ils peuvent également refuser de faire droit à des demandes d'accès, d'opposition ou d'effacement si leur satisfaction compromettrait la poursuite de l'objectif de recherche. » [DELPLANQUE et al., 2019]

« L'information précise sur le traitement, la finalité, l'utilisation des données, la durée de conservation doit être faite aux personnes concernées par le traitement ; l'information doit être transparente et facilement accessible (article 12 du RGPD). Elle doit être faite directement auprès des personnes concernées. Une dérogation permet, lorsque la fourniture de ces informations est impossible ou exigerait des efforts disproportionnés, ou encore lorsque cette information serait susceptible de rendre impossible ou de compromettre gravement la réalisation des objectifs du traitement, de ne pas le faire auprès des personnes concernées mais de prendre des mesures appropriées pour protéger les droits et libertés des personnes, y compris en rendant les informations publiquement disponibles (article 14.5 du RGPD). »

« Ces dérogations sont néanmoins à manier avec précaution, car elles ne peuvent être invoquées qu'en cas de stricte nécessité lorsque l'exercice des droits des personnes serait susceptible de rendre impossible la recherche visée. Il faut donc être en mesure de justifier au cas par cas un refus opposé à une personne cherchant à faire valoir ses droits, en fonction du contexte particulier de chaque recherche. » [ibid.]

« Le RGPD ne s'applique qu'aux informations susceptibles d'identifier des personnes. Si les données sont anonymisées, le RGPD ne s'applique pas. Le choix d'opérer ou non une anonymisation implique donc une réflexion rigoureuse selon le type de recherche et la sensibilité des données concernées. » [ibid.]

En l'occurrence, le pseudonyme ou le nom précis des personnes qui publiaient ne nous était pas utile pour l'analyse sauf dans de rares cas (comme celui de Thomas

PESQUET). Donc nous avons pu séparer sans mal les productions de leurs auteurs.

Pour ce faire, nous avons mis en place une fonction dans Korpus qui permet de remplacer, à l'affichage, le nom de l'utilisateur par la mention générique de « Utilisateur ». C'est ce qui a été fait pour les captures d'écran en annexe. Pour complètement séparer les productions de leurs auteurs, il a fallu en sus supprimer les liens présents dans le *tweet*, qui pouvaient renvoyer directement au *tweet*, et donc à son auteur.

Cela nous semble important, mais pas seulement en vertu du RGPD : comme le remarquent KING [1996] et EYSENBACH et TILL [2001], les personnes qui s'expriment en ligne ne s'attendent pas à être citées dans un travail de recherche. Cela provoque une légitime impression de voyeurisme chez les personnes. De plus, dans certains cas, les liens directs vers les messages pourraient avoir pour conséquence que des lecteurs du travail de recherche se mettent à entrer en contact avec des personnes qui n'ont pas été prévenues au préalable qu'elles étaient étudiées... Pour minimiser au maximum les conséquences que le travail de recherche aurait sur les personnes, il est conseillé par ces auteurs de donner le moins possible de liens *directs* vers les messages.

Nous avons également systématiquement flouté les visages de toutes les personnes présentes sur les photographies. Il faut savoir que le floutage n'est pas une opération d'anonymisation très robuste –il est préférable d'écrire de nouveaux pixels sur l'image pour empêcher toute opération qui permettrait de rétablir l'image d'avant floutage. Nous avons fait au mieux pour que la photo reste analysable sans que le visage des personnes à l'image ne soit pas reconnaissable.

Comme le consentement n'a pas pu être obtenu, nous avons fait le choix d'exclure de l'analyse les *tweets* qui se sont avérés, dans le temps de l'analyse, provenir de comptes passés en « privé », ou les *tweets* qui avaient été supprimés par leurs auteurs. Nous avons considéré en effet que restreindre son compte était une démonstration suffisamment explicite que la personne ne s'attend pas à être considérée comme s'exprimant en public.

Pour que le corpus reste stable (et ne change pas de taille en permanence, et donne l'impression que nous avons passé notre temps à le modifier à notre convenance) nous avons marqué les messages d'un *tag* « tweet effacé » dans Korpus, qui les laissait dans le corpus mais en empêchant l'affichage sur les planches d'analyse.

Nous avons fait le choix de ne pas retirer ces *tweets* du corpus original pour avoir un panel qui ne bouge pas dans le temps (parce que cela pose des problèmes au niveau méthodologique certains), mais de ne pas intégrer les images concernées dans le présent manuscrit. En effet, la suppression du *tweet* ou la fermeture d'un compte indiquent bien que l'auteur ne désire plus apparaître publiquement en ligne.

Dans certains cas, on a essayé de joindre les auteurs de photographies présentes dans des contenus supprimés, que nous voulions vraiment présenter dans l'analyse, pour leur demander explicitement d'intégrer ces images, mais sans succès.

En termes de sécurisation des données, les données dont nous disposons ont toujours été stockées sur un disque dur chiffré, et celles versées et utilisées dans Korpus -logiciel qui nécessite une authentification pour fonctionner) ont toujours été analysées hors ligne. Nous connaissons en effet les risques que comporte le fait de stocker de données en ligne.

Nous avons rempli un Plan de Gestion de données qui est joint aux annexes, p. 147. Il prévoit que les données qui ont servi à la recherche soient supprimées au après la soutenance de la thèse, et les données à conserver, au moins trois ans après.

6.2.3 Construire une éthique des données

Une autre manière de poser la question serait : comment articuler l'éthique à une démarche de recherche en sciences humaines et sociales sans nuire à cette dernière ?

Le cadre réglementaire : d'une question de droit vers une question épistémologique

Le chapitre de LATZKO-TOTH et PROULX dans le *Manuel d'analyse du web* [BARATS, 2013] commence avec un constat déroutant : le cadre réglementaire, en France, s'il encadre la recherche bio-médicale, laisse plutôt de côté les sciences sociales.

Les chercheurs en France n'ont donc pour seul cadre pour leur réflexion que ce que les auteurs appellent le cadre normatif, c'est à dire les règles internes à chaque discipline.

En Sciences de l'Information et de la Communication, une bonne partie des recommandations éthiques concernent les pratiques de terrain, comme l'observation participante ou l'entretien. Elles sont formulées lors de la formation à l'université, où l'on explique, en même temps que la méthode, les limites éthiques sans lesquelles ces pratiques doivent se conduire.

Concernant les données de la recherche, l'arrivée du RGPD a entraîné de nombreux débats. En effet, de nombreux chercheurs ont eu peur qu'il ne soit plus possible de conduire les recherches.

Or, il se trouve que d'une part le RGPD est surtout pensé pour rendre les entreprises responsables (accountability), et d'autre part, la recherche fait l'objet d'exceptions extrêmement puissantes dans le texte de la loi.

En des temps troublés, marqués par de graves controverses scientifiques, le cœur de l'enjeu semble plutôt dans la compréhension que le chercheur a de grands pouvoirs –qui viennent avec de grandes responsabilités.

Ces réflexions sur le cadre légal et éthique ne sont pas uniquement exposées ici dans le but de prouver que la loi a été respectée : il s'agit de montrer les manifestations concrètes des choix qui ont été faits en terme de positionnement, dans la société prise au sens large, en tant que chercheur.

Pour nous, le regard très intrusif, très curieux que nous avons dans la recherche –d'autant plus avec la manipulation d'outils d'aide à l'analyse– doit se conjuguer avec un solide ancrage dans une exigence éthique. En effet, nos outils et nos méthodes, sur plusieurs plans, sont comparables à des choses qui sont mises en place à des fins de marketing ou de publicité pour le compte d'entreprises privées : nous aussi, pratiquons des opérations statistiques sur nos corpus qui visent à mieux le comprendre et le circonscrire. Nous aussi, sommes curieux des parcours et des comportements des utilisateurs, nous aussi, cherchons à relier les données entre elles pour affiner notre analyse. Ce qui fait la différence entre la recherche et la publicité ou le marketing, c'est le but dans lequel ces opérations sont effectuées.

Ce travail de recherche a été l'occasion d'un vrai test de ces positionnements éthiques. Évidemment, la réalité du « terrain » de la recherche est plus complexe que ce que propose un positionnement éthique très exigeant. Et surtout, est apparue la nécessité de discuter et rediscuter ce positionnement, notamment au sein de l'équipe de recherche.

Un des problèmes énormes qui m'a aussi été posé est l'horizon de suppression des données. Faut-il les garder ? Combien de temps ? Qui doit être responsable des données ?

Prenons par exemple la nécessité du consentement. *En théorie*, nous devrions demander à *chacune* des personnes dont nous avons collecté les messages si elles consentaient à l'analyse de leurs messages. En pratique, demander ce consentement est difficile à mettre en oeuvre. Il a fallu réfléchir à comment protéger les personnes sans avoir de consentement.

On a opté pour une solution de compromis où on contactait personnellement les auteurs, non pas des 997 *tweets*, mais de ceux qui étaient sélectionnés pour apparaître dans le manuscrit. La publication des données brutes est hors de question, évidemment, mais le corpus est consultable sur demande, pour permettre à d'autres chercheurs de vérifier l'analyse.

L'idée n'est pas forcément d'avoir des comités d'éthique partout et de bloquer la

recherche pour des raisons d'éthique. L'idée est de replacer, à une époque où il y a des scandales éthiques grave autour de la recherche, la question de la responsabilité éthique –concernant les données en particulier– au coeur du travail.

La question pourrait se formuler ainsi « comment ne pas reproduire Cambridge Analytica ? ». La question n'est pas tellement de savoir ici s'il faut instaurer un comité d'éthique, ou une charte, et lesquels. La question est : comment s'assurer que le chercheur est conscient qu'il est en possession de données personnelles, et que ces données entraînent une responsabilité ? Deuxième étape, comment vérifier qu'il ne met personne en danger.

L'enjeu est moins de définir des règles et des chartes que de remettre à sa place un processus de questionnement qui me paraît essentiel, et parfois trop sous-entendu.

L'éthique, en philosophie, c'est d'abord un processus de questionnement permanent, et il me semble ici que ce questionnement permanent mérite d'être remis sur le métier, encore et encore, à chaque démarrage de projet, à chaque intégration dans une équipe de recherche. Régulièrement. Quelles sont ces données ? Comment les ai-je collectées ? est-ce que les personnes ont une voie *claire* de recours et d'information sur le traitement que subissent leur données ?

La protection de la vie privée : une occasion de repenser la place de la recherche

Réfléchir sur l'usage des données personnelles dans la recherche nous semble utile pour placer cette recherche dans le cadre le plus respectueux possible des droits humains, mais cela nous semble aussi être l'occasion de réfléchir à la place de cette recherche dans la société.

En effet, l'éthique d'une part (formalisée, parfois dans des comités d'éthique) et les différentes réglementations cadrent le travail du chercheur et sont parfois perçus comme des limites administratives qui compliquent davantage le travail qu'elle ne l'aident. C'est typiquement l'avis de Yves GINGRAS, qui écrit avant le RGPD, en 2011.

Il ne nous semble pas qu'il y ait un tel paradoxe entre la propension des utilisateurs du Web à dévoiler des choses qui relèvent de l'intime et la responsabilités qui pèsent sur le chercheur. Il nous semble que c'est mal comprendre ce qu'est l'intimité sur le Web d'une part, et l'éthique d'autre part.

En effet, ce n'est pas parce qu'une personne publie du contenu de la plus grande intimité sur le Web qu'elle autorise automatiquement toute personne à la traiter comme moyen et non comme fin. Nous avons vu avec EYSENBACH et TILL [2001], KING [1996] en quoi la recherche sur le Web pouvait mener à l'écueil de l'objectivation des personnes dont le chercheur observe les productions. Pour nous, ce que vient rappeler un corpus

de règles comme le RGPD, c'est que la manipulation de données personnelles constitue une responsabilité, précisément parce qu'il s'agit de personnes, qui peuvent se sentir trahies à la découverte que leurs propos sont analysés sans leur consentement – nous avons montré que ce type de scénario arrivait déjà avec l'étude des BBS.

Or, l'actualité récente dans le paysage scientifique nous rappelle crûment que les réglementations et les rappels à l'ordre à propos du droit des personnes ne sont pas superflus : en médecine, ce sont des essais sauvages qui sont conduits sur des personnes vulnérables atteints de tuberculose, en dehors de tout cadre, mettant la santé de ces personnes en danger⁹⁶, dans le cadre des études sur les médias sociaux, on peut évoquer le scandale de Cambridge Analytica : cette start-up fondée par un ancien chercheur de Cambridge, qui a non seulement analysé des millions de données sans aucune base de consentement, mais également contribué à influencer des élections⁹⁷.

L'exemple de Cambridge Analytica est très intéressant, parce que, précisément, l'entreprise n'a rien à voir avec la prestigieuse université de Cambridge. Mais d'une part tout a été fait pour entretenir la confusion (le nom, et l'adresse à Cambridge), d'autre part le fondateur de l'entreprise est bien un ancien de l'université. Il s'est présenté comme chercheur auprès de Facebook pour obtenir ces données et les a ensuite versées dans un cadre qui n'a rien à voir avec la recherche.

Si les intentions de Aleksandr Kogan n'était probablement pas de très honnêtes dès le départ, cette affaire montre une chose qui n'est pas forcément conscientisée : le chercheur ne l'est pas forcément toute sa vie et les données voyagent avec lui.

Le seul garde-fou ici reste la sensibilité éthique du chercheur : les exceptions au RGPD auraient de toute façon permis ce type de transfert de données (d'ailleurs, que Kogan soit chercheur pour une entreprise privée ou une université publique, qui n'ont pas la même finalité du tout).

Une des manières d'avancer dans la discussion entre protection des données personnelles et travail de recherche est de nourrir les réflexions des chercheurs sur la manière dont ils produisent du savoir, le statut de ce savoir, avec le droit et la pensée qui a pu influencer ce droit.

En effet, ROSSI et BIGOT [2018] expliquent que la définition de « données à caractère

96. Cf. « La justice saisie après la révélation d'essais sauvages à l'IHU de Marseille de Didier Raoult », *Libération*, 28 octobre 2021, https://www.liberation.fr/societe/sante/la-justice-saisie-apres-des-essais-cliniques-illegaux-a-lihu-de-marseille-dirige-par-didier-raoult-20211028_PVWNL53CDNFLDPHC6QG3LYOAVY/, consulté le 26/11/2021.

97. Cf. AUDUREAU William, « Ce qu'il faut savoir sur Cambridge Analytica, la société au cœur du scandale Facebook », *Le Monde*, 22 mars 2018, https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/03/22/ce-qu-il-faut-savoir-sur-cambridge-analytica-la-societe-au-c-ur-du-scandale-facebook_5274804_4408996.html, consulté le 26/11/2021.

personnel » en particulier qui est donnée dans le Règlement est inspirée par des travaux de philosophie, comme ceux de FOUCAULT ou MILL :

« En prenant appui sur les études précédemment menées sur la genèse du droit à la protection des données (Hondius, 1975 ; Newman, 2008 ; Vitalis, 2009 ; Atten, 2013 ; Gonzalez Fuster, 2014) nous avons constitué un corpus de documents d'archives issus principalement des groupes de travail du Conseil de l'Europe, de l'OCDE puis de l'Union européenne, à l'origine des notions juridiques de "donnée à caractère personnel" et de "protection des données". Ces documents ont été complétés par des entretiens qualitatifs avec 16 décideurs publics, pour certains d'entre eux depuis la fin des années 1960, impliqués dans le champ de l'action publique relative à la protection des données à caractère personnel. Ceux-ci nous ont permis de conclure à l'existence d'un réseau d'acteurs réunis dans une coalition de cause reposant sur le "paradigme de la vie privée" (Bennett et Raab, 2003) inspiré de la philosophie utilitariste de John Stuart Mill (1989) et des travaux de Michel Foucault sur le panoptique (Foucault, 1975 ; Simon, 2002). Pour ces acteurs, l'informatisation de la société aboutit à la mise en place de dispositifs de surveillance panoptiques mettant en péril la liberté et l'autonomie des individus notamment par la mise en place d'une gouvernamentalité par le calcul (Rouvroy et Berns, 2013) et par la sophistication de mécanismes de discrimination fondée sur l'exploitation de données personnelles (Lyon, 2015) »

On sait, depuis les révélations d'Edward SNOWDEN que ce cadre de pensée était plutôt adéquat ; des études ont pu montrer l'effet d'autocensure dans les recherches que produisait la conscience d'être surveillé par ces systèmes [PENNEY, 2016]. Plusieurs chercheurs ont depuis mis le doigt sur ce qu'on appelle le capitalisme de surveillance [ZUBOFF, 2019] (Zuboff, 2019 ; Masutti, 2020) : les données personnelles constituent une ressource économique importante pour ces entreprises, qui mettent en place des systèmes de collecte de ces données toujours plus invasifs.

Il faut ceci dit rappeler, avec ROSSI et BIGOT [2018], que ce texte constitue fondamentalement un prolongement, en France, de la loi de 1978. Cette dernière, qui prend sa source dans un cadre de pensée un peu différent, donne un cadre structurant pour penser les données personnelles en droit. Le RGPD n'ajoute, en terme de pensée du droit, pas grand-chose. L'essentiel du cadre était en réalité déjà là d'une part dans la loi, d'autre part dans l'éthique de la recherche.

En effet, le consentement comme pierre angulaire de la recherche est à priori, une pratique déjà ancienne. Les chercheurs en sciences humaines et sociales demandent le consentement de manière routinière avant les entretiens, et ceci, depuis bien avant le RGPD parce que la recherche en sciences humaines implique de respecter les enquêtés.

Plusieurs auteurs ont pu considérer que l'arrivée du Règlement européen modifiait le cadre des enquêtes en sciences humaines et sociales (les auteurs donnent l'exemple d'entretiens informels, où le consentement aurait été difficile à obtenir selon les termes

très exigeants de la nouvelle réglementation européenne). Ce positionnement nous semble d'une part indiquer une connaissance limitée du texte du règlement lui-même : ce dernier contient en réalité de multiples, et puissantes, dérogations pour la recherche. D'autre part, si toutes les enquêtes ne peuvent pas se faire à visage découvert (certains terrains nécessitent effectivement de ne pas dévoiler la recherche de suite), nous considérons que le respect des personnes reste au coeur de la recherche, et que donc, même s'il est demandé à posteriori, il reste important. Nous sommes étonnées que la considération du respect des personnes passe derrière la possibilité de faire de la recherche.

regarder ces modifications non pas comme de nouvelles contraintes casse-pieds (notamment parce que, on l'a vu, les multiples dérogations pour la recherche dans ce texte en font un pan de droit très peu contraignant dans la pratique d'un projet de recherche), mais comme une opportunité pour se redemander ce que c'est, que produire du savoir en SHS en 2020.

En effet, le savoir, en sciences humaines et sociales, se produit de façon *située*, et toujours dans une forme de dialogue avec le terrain et le corpus qui est pratiqué. Le chercheur ne peut pas s'extraire des conditions dans lesquelles il produit le savoir.

Les controverses qui ont secoué le monde de la recherche médicale à partir de 2020 ont fait apparaître la manière dont la confiance dans la recherche est un bien précieux. Cette confiance est accordée sur la base que la recherche sera conduite dans le cadre éthique qui est le sien. Toutes les fois où nous dérogeons à ce cadre, nous affaiblissons la capacité du public à accompagner la science quand elle en a besoin.

En effet, le RGPD oblige le chercheur à considérer son objet, nous l'avons vu, comme autre chose qu'une simple base de données. Il permet de prendre en compte la manière dont la donnée est reliée à des identités, des personnes, et donne des outils pour comprendre sa place dans la société au sens large du terme : modèle économique, logiques de pouvoir, etc.

Il permet notamment, parce qu'il y a une limitation dans la conservation des données et un cadre strict concernant leur sécurisation, de comprendre que la donnée personnelle fait, comme toutes les données, l'objet d'un gestion, d'une *maintenance*; qu'elle est indissociable de la matérialité des supports sur lesquels elle est stockée, et d'un travail au long terme pour en assurer la lisibilité.

On comprend bien cela lorsqu'on doit faire un Plan de Gestion de Données (PGD), puisqu'il faut anticiper ces étapes.

Il faut admettre enfin que ce principe (nous retrouvons ici ce qu'avancait CARVALHO) va à l'encontre de la manière dont la recherche est encadrée, du point de vue pratique,

aujourd'hui, avec des contrats à court terme et une vision par projets. Difficile d'y accoler une vision à long voire très long terme concernant l'archivage et la sécurisation de données.

Conclusion

On retient de ce parcours méthodologique des enseignements à plusieurs niveaux. Pour commencer, nous avons découvert, en sus de l'intérêt heuristique qu'il y a à croiser les regards disciplinaires, la grande exigence de ce travail, celle de la traduction permanente et l'ajustement entre les épistémologies –autrement dit, nous avons pu faire l'expérience de la « friction » scientifique [EDWARDS et al., 2011].

C'est un intéressant résultat, dans un contexte où la collaboration interdisciplinaire est encouragée. Former une équipe de ce type nécessite une prise de distance avec sa propre discipline, ses standards, et prendre en compte dans le déroulé des opérations des temps de traduction.

C'est un exercice extrêmement formateur pour la jeune chercheuse, qui est obligée d'être ainsi confrontée à ses certitudes.

Ensuite, le fait de développer un outil *ad hoc* a permis de mettre en question un certain nombre de procédures de la recherche qui n'auraient pas été visibilisées de la sorte avec l'utilisation d'un outil déjà constitué. La conception de l'outil nous a forcé à diriger notre regard sur tous les éléments impensés dans nos manières de faire, ce qui nous semble particulièrement utile pour construire une position en tant que chercheur.

A ce propos nous avons ici eu l'occasion de souligner, à la faveur de la réflexion éthique exigeante menée sur les cadres qui président à la manipulation du corpus, la manière dont les objets tirés des réseaux sociaux viennent défier la vigilance du chercheur et l'obliger à sans cesse remettre sur le métier sa réflexion. Affirmer et actualiser dans la recherche ces principes éthiques était capital pour nous, puisque cela procède, à notre sens, de la position et de la responsabilité du chercheur en société.

Et dans le même temps, cet exercice s'est révélé particulièrement compliqué : la réalité du travail ne se conforme pas toujours bien avec des standards éthiques très élevés. Ceci dit, paradoxalement, il nous semble que cette grande exigence éthique ouvre des sujets de réflexion. La résistance du réel, précisément, ouvre un champ épistémologique.

La science en train de se faire : un drôle de pari

Jeter un regard rétrospectif sur la méthode employée ici rend d'autant plus évident en quoi la production de savoir est un exercice exigeant, et d'autant plus exigeant lorsqu'il s'agit d'explorer de nouvelles méthodes. En effet, pour qu'il y ait production de savoir, il faut qu'il soit possible de « reproduire » les résultats du chercheur, de comprendre le raisonnement qui amène à ce résultat. Ainsi :

« la recherche en sciences humaines s'apparente à notre expérience courante de la vie des individus et des collectivités. Mais des différences existent ! Quand elle est correctement conduite, cette recherche prend cependant des accents neufs, notamment en réduisant les erreurs qui nous guettent lorsque nous recueillons naïvement des informations sur un thème donné et en contrôlant les biais potentiels attachés à des interprétations évidentes (Ross et Nisbet, 1991). Lorsque nous pouvons montrer que les données sont clairement établies et ne sont pas biaisées, toutes les opinions qui peuvent être formulées à cet égard n'ont pas la même valeur. » [JONES, BURNAY et SERVAIS, 2000]

Pour cela, il faut pouvoir présenter au lecteur une méthode compréhensible (dont il peut suivre les différentes étapes facilement) et « reproductible » (suivre ces étapes donnera des résultats similaires) : mais comment faire, quand la méthode avance pas à pas avec la recherche, qu'elle change donc à mesure que la recherche avance ?

En effet notre outil d'affichage et d'analyse du corpus (Korpus) a été plusieurs fois amendé pendant le travail de thèse, ce qui rend difficile la vérification de certains résultats présentés dans cet ouvrage, puisque Korpus, bien qu'étant un logiciel libre, ce qui permet l'examen de son code, et son test par des tiers, de fait ne produira pas ces résultats-là au moment de la lecture de ce texte.

De plus, comme nous venons de le montrer, la présente recherche est placée dans le cadre exigeant d'une éthique des données ; on ne peut pas fournir le jeu de données librement, pour permettre une vérification large des résultats par les pairs.

Mais il faut aussi considérer que ces limites à la discussion scientifiques ne sont pas nouvelles. D'autre part, l'expérimentation autour des outils d'analyse fait partie intégrante du travail de la recherche. Il n'est pas rare d'avoir à ajuster les outils et le protocole jusqu'à obtenir l'angle de vue juste sur l'objet de recherche. Cela passe pas des essais et des erreurs. D'autre part, les données de la recherche ne sont, heureusement, pas toujours librement partageables pour des raisons d'éthique.

Il apparaît que la meilleure des manières d'aborder ces difficultés reste de faire un retour honnête sur la manière dont la méthode s'est construite pas à pas. Cela permet de comprendre les résultats dans leur imperfection, cela permet de comprendre en quoi ils sont un apport à la recherche, autant en ce qu'ils pointent dans une direction

qu'ils soulèvent de nouvelles questions.

Le doctorat constitue un moment aussi où, en même temps qu'on se confronte réellement à l'exigence du travail de recherche, on comprend que la recherche ne correspond pas à l'idéal qu'on s'en fait. Il y a toujours, même derrière les plus impressionnants résultats, un peu de bricolage. Mais accepter que la science puisse être imparfaite ne veut pas dire qu'il faut abandonner séance tenante tous les gardes fous.

Il semblait utile de faire, pour deux raisons. La première, c'est que c'est la seule manière de présenter certains des résultats. Sans ce contexte, qui permet de situer le savoir dans son contexte de production.

Nous avons essayé de rendre compte des hésitations et des talonnements dans la construction de Korpus.

Le deuxième problème réside dans la dépendance très forte entre le travail de développement des outils d'un côté, et l'analyse de l'autre. Autrement dit, il est très difficile de garantir que je ne falsifie pas les résultats pour qu'ils m'arrangent. Comment puis-je assurer le lecteur de cela ?

Il apparaît à la réflexion que montrer le savoir en train de se constituer passe forcément par l'exposé des tâtonnements qui font aussi partie de ce travail. La lecture du *Manuel d'analyse qualitative* [LEJEUNE, 2014] a mis en lumière l'importance de la tenue d'un journal de recherche : nous avons tenu un journal sur ces conseils, mais il nous a surtout servi pour suivre les avancées de Korpus, et pas du tout pour le suivi de l'analyse.

Troisième partie

Un mythe dans les rouages des médiations documentaires : l'expression sur les réseaux sociaux autour de la Fête des Lumières, un récit protéiforme

« La dispersion des récits indique déjà celle du mémorable. En fait, la mémoire, c'est l'anti-musée : elle n'est pas localisable. Il en sort des éclats dans les légendes. »

[DE CERTEAU, 1990, p.162]

Introduction

Comment ce que nous avons appris dans les deux parties précédentes peut s'appliquer aux particularités de notre corpus ? Comment les transformations que nous observons sur le partage des représentations urbaines prennent-elles forme dans l'expression autour de la Fête des Lumières lyonnaise ?

La Fête des Lumières est un événement extrêmement visuel, très photogénique, au cours duquel sont produites un grand nombre de photographies. Ceci, en raison de sa configuration même : un itinéraire composé de points d'arrêt dans différentes places de la ville et lieux où des projections audiovisuelles sont effectuées sur la ou les façades des bâtiments. Les points d'arrêt, la dimension spectaculaire des *mappings* vidéo sonorisés sont deux facteurs de cette photogénie particulière de l'événement. Il s'agit d'un événement fortement ancré à la fois dans l'espace urbain comme tel (puisqu'il s'agit d'illuminations de bâtiments) et dans le passé de la ville. L'événement attire d'ordinaire des milliers de touristes, qui ne manquent pas de partager leur expérience sur les médias sociaux. C'est une bonne occasion d'observer les différentes dynamiques mises au jour dans la première partie.

La première dynamique concerne la diachronie. Nous cherchons à comprendre ici la façon dont un dispositif techno-sémiotique (celui d'un média social, en l'occurrence Twitter et, dans le cadre d'une étude de cas, Instagram) va contribuer à la production d'une manière stéréotypée de voir l'événement. Il s'agit d'observer les mécanismes qui permettent le changement d'échelle de cette stéréotypisation du regard. L'étude portant sur un événement déjà hautement ritualisé comme la Fête des Lumières présente l'intérêt de pouvoir s'appuyer sur une iconographie dans le temps long, marquée par des symboles très délimités et des images déjà stéréotypées [DUJARDIN et SAUNIER, 2002 ; DUJARDIN, 2008 ; TAROU, 2010]. Nous avons postulé qu'il serait plus aisé repérer des changements dans la forme des images si l'iconographie était par ailleurs déjà stable.

La deuxième dynamique concerne la caractéristique à la fois répétitive de l'événement, et la singularité de chaque édition. Dans le temps de l'enquête visuelle que

nous avons menée, la coupure ménagée par l'hommage aux victimes dans l'édition de 2015 extrait l'événement de la temporalité cyclique qui le caractérise a priori. Cette rupture insère des éléments inattendus dans les motifs de la représentation visuelle de la Fête des Lumières, nous permettant de mieux comprendre, en regardant les éditions précédentes et suivantes, quels éléments relèvent de la « culture visuelle » autour de cet événement mais aussi d'en repérer les éventuelles adaptations.

La dynamique répétitive de l'événement nous a amenée, en partie I (section 3.2) à définir la Fête des Lumières comme un rituel urbain, reconnaissable à sa régularité, son caractère codifié, et l'inversion matérielle qu'elle provoque dans l'espace urbain. Cette ritualité d'une part, et la stabilité de l'expression photographique autour de la Fête d'autre part, nous ont conduit à émettre l'hypothèse que l'expression autour de la Fête des Lumières portait les codes culturels du mythe, entendu ici dans le sens qui lui confère l'anthropologie de façon assez classique, comme un récit (et généralement un récit des origines) qui accompagne et justifie la ritualité. Dans ce sens-là, le rite de l'eucharistie est l'occasion de rappeler le récit fondateur de la Cène, qui donne son sens au rite lui-même au moment où il est pratiqué par le prêtre.

Bien que se joue ici dans les discours autour de la Fête des Lumières ne soit pas comparable point à point avec un mythe d'ordre religieux, il nous semble que les caractéristiques d'un des récits qui s'y déploie (où il s'agit de revenir à l'origine, à la première Fête des Lumières, pour lui donner sa légitimité et la situer dans le temps), en sus de ce contexte rituel, nous permettent de parler de récit mythique.

Le rituel et le mythe possèdent une fonction sociale en commun, qui est celle de situer l'individu et la communauté à laquelle il appartient dans le temps historique. Pour les coordinateurs du numéro 43 de la revue *Hermès* consacré aux rituels, « [l]es rituels opèrent la synthèse entre la mémoire sociale et la projection vers l'avenir de la communauté. » [WULF, 2005]

Cette fonction de médiation entre mémoire sociale (le passé) et avenir de la communauté (le futur) se retrouve dans la définition que VERNANT donne du mythe. En effet, pour lui,

« [le mythe] se présente sous la forme d'un récit venu du fond des âges et qui serait déjà là avant qu'un quelconque conteur en entame la narration. En ce sens, le mythe ne relève pas de l'invention individuelle ni de la fantaisie créatrice, mais de la transmission et de la mémoire. » [VERNANT, 1999, p.10]

Le mythe apparaît comme le discours qui relie entre elles les différentes itérations du rituel, qui est marqué par son caractère répétitif.

C'est pour cette raison que nous allons dans cette troisième partie, commencer par une analyse narrative du corpus, portée par cette hypothèse qu'il y a ici la répétition

d'un récit moderne des origines. Ensuite, nous nous intéresserons à la manière dont le récit est mis en mouvement par un agencement de formes scripturales permis par la publication sur les médias sociaux. Nous chercherons enfin à caractériser en quoi la dynamique du récit d'une part, et son agencement symbolique et matériel d'autre part participent de ce que nous avons appelé l'industrialisation du regard.

Chapitre 7

Raconter la Fête, articuler des temporalités

Dans ce chapitre, nous allons approfondir notre premier axe de recherche sur les formes d'expression liées à la Fête des Lumières ; plus précisément la rencontre entre un récit qui se renouvelle tous les ans et les caractéristiques de l'écriture en ligne. En effet, l'écriture sur le Web est marquée par son instabilité : une page Web peut disparaître du jour au lendemain, l'auteur peut fermer son compte sur un site de réseautage social. Nous avons pu voir dans la section 4.4.1.0 combien cette caractéristique pouvait contraindre l'analyse. Or, dans notre cas, le sujet du récit constitue en un rendez-vous séculaire. La nature du récit (cyclique, et donc dans une forme de permanence) contraste avec la volatilité de son support.

Nous allons commencer par relever les marqueurs de cette inscription de la Fête des Lumières dans une temporalité cyclique, qui dépasse le présent, dans les images que nous observons, pour ensuite voir comment l'évocation de ce récit peut muer. Nous ferons l'étude d'un récit de la Fête des Lumières 2017 sur Instagram, qui viendra éclairer ce que nous apprenons de notre corpus principal tiré de Twitter.

7.1 Un temps qui nous dépasse : du souvenir à la tradition

Considérer que la Fête des Lumières remplit la fonction sociale d'un rituel entraîne un certain nombre de postulats qu'il convient de mettre en question.

Le premier d'entre eux est que la Fête des Lumières relève d'une tradition rattachée au territoire lyonnais. Le terme de « tradition », comme le remarque LENCLUD [LENCLUD,

1987], pêche par le flou dans lequel il est enveloppé.

En effet, selon lui, ce terme, s'il est utilisé dans le sens commun, porte des pré-supposés tout à fait discutables : premièrement, il suppose une vision de l'histoire assimilable au « progrès », deuxièmement, il part du principe qu'il consiste en un message à transmettre, et enfin que ce message est transmis selon un mode particulier (notamment oral).

Dans son article, LENCLUD s'attache à mettre en question ces trois présupposés. Il aboutit à une définition de la tradition articulée sur sa fonction sociale :

« Il en est, d'une certaine manière, de la tradition comme du témoignage : une rhétorique de ce qui est censé avoir été.

Dans cette perspective, enfin, la tradition ne relève pas seulement d'une problématique en termes de sens mais aussi fonctionnelle. Elle ne se contente pas de dire quelque chose du passé, elle le dit eu égard à certaines fins qui commandent assurément le contenu du message. Si elle est un point de vue, elle est aussi un dispositif qui a son utilité en général (et au singulier) et en particulier (et au pluriel). L'utilité en général d'une tradition est de fournir au présent une caution pour ce qu'il est : en l'énonçant, une culture justifie d'une certaine manière son état contemporain. Sa tradition, ce sont ses références, ses états de service, ses témoins de moralité ; son héritage — si l'on veut — mais à la différence des héritages politiques, toujours subis et vilipendés, un héritage assez librement constitué, comme on l'a vu, et généralement glorifié. Grâce à elle, une culture se dote du « génie » qui lui convient, qu'elle pare d'un vêtement archaïque tant il est vrai que la patine en ce domaine est signe de qualité et dont elle use comme d'une carte d'identité. L'utilité en particulier d'une tradition est d'offrir à tous ceux qui l'énoncent et la reproduisent au jour le jour le moyen d'affirmer leur différence et, par là même, d'asseoir leur autorité » [LENCLUD, 1987]

Dans ce cadre théorique, la Fête des Lumières peut être vue comme une tradition, dans le sens notamment, où elle permet d'affirmer une différence, en étant centrée sur les Lyonnais. Il nous semble également que les discours qui l'accompagnent instaurent une « rhétorique de ce qui est censé avoir été ».

7.1.1 Une « entrée en légende » de la Fête des Lumières

Dès 1852, année de sa toute première édition, La Fête des Lumières fait déjà l'objet de commentaires, et donc d'un méta-discours, de la part des autorités religieuses, des instances politiques et de la presse, qui ont permis une « entrée en légende » quasi immédiate de l'événement [DUJARDIN, 2008]. Celle-ci s'opère, selon Philippe DUJARDIN, grâce à : « la mise en oubli ou, du moins, en omission, du temps de la préparation, de

la mobilisation, qui avait été nécessaire et pour le 8 septembre⁹⁸ et pour le 8 décembre 1852 » [ibid.]

En effet, la Fête des Lumières avait fait l'objet de préparatifs soigneux de la part des autorités religieuses comme municipales, qui sont absentes du récit repris encore aujourd'hui par la presse et la ville de Lyon.

À la faveur du report de la date de l'inauguration de la statue de Marie, du 8 septembre au 8 décembre, « [le] programme festif du 8 décembre reste identique à celui prévu pour le 8 septembre » [ibid.]. Les Lyonnais ont le temps d'anticiper les festivités et leur déroulement, d'autant plus que cette manifestation est très attendue. Il n'est donc pas surprenant que les illuminations aient commencé, le soir du 8 décembre, malgré l'annulation par le maître de cérémonie, découragé par les intempéries, alors que la pluie cesse : tout était prêt. Pourtant, c'est l'idée d'un geste « spontané » des Lyonnais qui sera retenue dans la mémoire, et ce dès le lendemain de l'événement, dans une lettre publique du cardinal-archevêque de Lyon : « [ce] témoignage de piété filiale nous a d'autant plus profondément touché, qu'il a été spontané, unanime » [ibid.], peut-on lire sur les portes des églises.

Le récit qui est formulé dès 1852 n'est pas uniquement articulé sur un réel qui a eu lieu. Il est le fruit d'une première médiation et d'un premier agencement narratif de faits historiques, dont le résultat est la valorisation du peuple Lyonnais dans sa dévotion. Ce récit, selon nous, permet au Lyonnais de se situer, dans l'espace et dans le temps, de configurer un rapport au monde. Le travail de médiation, de *mimésis*, place les illuminations privées qui ont lieu aujourd'hui dans une filiation forte : au sens de LENCLUD, nous avons ici la mise en place d'une tradition.

Pour mieux prendre la mesure de l'enjeu autour de cette « entrée en légende » de la dévotion des lyonnais, il faut se rappeler que le culte marial a des racines très profondes à Lyon. En effet, la ville célèbre le dogme de l'Immaculée Conception, proclamé le 8 décembre 1854 par le pape Pie IX, dès le XIIe siècle [DUJARDIN, 2008 ; TAROU, 2010] ! Si cette dimension religieuse a perdu de son importance aujourd'hui, le récit des origines de la Fête des Lumières reste un élément indispensable de la communication autour de la Fête, de même que l'évocation de la « spontanéité » lyonnaise.

La répétition des schèmes de ce récit permet la fabrication d'un mythe propre au territoire de Lyon. Selon Jean-Pierre VERNANT [1999], les mythes, et surtout parmi eux les récits des origines (le récit des origines de la Fête des Lumières en est un), permettent de relier le présent au passé. Ici, le présent (c'est une fête célébrée encore aujourd'hui,

98. Date à laquelle devait avoir lieu la première Fête des Lumières, où la statue de Marie qui coiffe Fourvière devait être inaugurée. Elle a été repoussée de deux mois en raison d'intempéries.

à laquelle les habitants sont attachés) se trouve relié au passé par la narration (si l'on croit le récit, les habitants étaient tellement dévots qu'ils ont pris l'initiative de démarrer les illuminations). Pour le dire avec RICŒUR, la *mimésis* rapproche ici le temps à l'échelle humaine, le présent, du temps séculaire de l'histoire, qui nous ramène à 1852. Le Lyonnais est placé dans la filiation d'une tradition qui le précède. Comme l'explique Anne TAROU dans son mémoire :

« L'histoire des origines est "mythifiée" : chacun projette sur l'objet historique sa mémoire et son imagination. Dans un élan nostalgique d'évocation du passé, la fête donne lieu à un consensus, comme un rite que l'on regrette. » [TAROU, 2010]

La presse, notamment télévisée, s'est chargée de perpétuer le récit à l'époque moderne, dans les différents journaux télévisés consacrés à l'événement, en continuant à mettre l'accent sur les racines populaires et spontanées de la Fête. Anne TAROU explique comment les journaux télévisés, en choisissant de ne montrer que quelques « pièces » historiques et hautement symboliques, entretiennent, par cette sélection, un récit mythique, où les symboles comptent plus que la justesse historique. « Le « vœu des échevins », prononcé en 1643, dans le fil du vœu de Louis XIII confiant la France à la garde de la Vierge-Marie, s'inscrit dans cette tradition. Appelant la protection de la Vierge contre les méfaits de la peste les échevins lyonnais s'engagèrent à monter à Fourvière chaque 8 septembre, afin d'offrir à la Vierge un cierge de sept livres et un écu d'or. Mise à mal par la Révolution, la pratique a été restaurée à l'occasion du bicentenaire du vœu, en 1843. » [DUJARDIN, 2008]. S'il n'a pas de lien direct avec la Fête des Lumières, dont la première édition ne remonte qu'à 1852, il symbolise l'investissement municipal dans le culte marial. C'est pour cela qu'il est choisi par la presse. Ainsi, dans les journaux télévisés, montrer le document attestant du vœu des Échevins sans donner beaucoup plus d'éléments de contexte suffit à produire un effet de lien avec les origines religieuses de la Fête. Ceci est couplé à une attention toute particulière de la presse locale à l'affluence lors de la manifestation et à la mesure de l'engouement des Lyonnais [TAROU, 2010], le centre des discours sur l'événement. Une fois les racines religieuses de la Fête évoquées – ou plutôt signifiées – le récit se concentre sur ce public, institué et ré-institué sans cesse comme dépositaire légitime de la tradition.

Depuis 1989 – année qui marque la prise en charge de l'organisation des festivités par la municipalité de Lyon et leur extension sur quatre jours en 1999 – le discours autour de la Fête des Lumières s'est considérablement éloigné de la seule mise en valeur d'une tradition religieuse. En effet, la manifestation consiste maintenant principalement en un festival où sont illuminés divers bâtiments phares de la ville, grâce à la technique

du *mapping* vidéo⁹⁹ et présentées des installations lumineuses (dans le parc de la Tête d'Or par exemple, ou sur la Place des Jacobins).

La couverture médiatique importante de la Fête, ainsi que le caractère particulièrement photogénique de ces mises en scènes, occasionnent chaque année la venue de milliers de touristes, et autant de photographies, publiées sur les médias sociaux. Le dépliant officiel de la Fête des Lumières de l'année 2017 (page 119 des annexes) explique qu'il s'agit de « faire redécouvrir la beauté de la ville et la richesse de son patrimoine, valoriser un savoir-faire unique alliant l'art et la technique ». La volonté de la mairie de Lyon, depuis le Plan Lumière en 1989 [BIHAY, 2019] est avant tout de valoriser la ville dans sa totalité, d'y attirer un public de touristes, que l'événement draine en effet de manière massive (il est question de 1,8 millions de visiteurs en 2017¹⁰⁰). Les discours sur la Fête des Lumières comme tradition pourraient être considérés comme étant moins présents, remplacés par un récit plus « moderne », tourné vers la valorisation du territoire.

Il est permis d'en douter : à chaque édition, les Lyonnais sont invités par l'office du tourisme à placer des lumignons à leurs fenêtres, en invoquant une « tradition née au milieu du 19e siècle » (dépliant officiel de la Fête des Lumières 2017, Office du tourisme de Lyon, cf. 119 des annexes). Entre 2014 et 2017 – année qui marque un changement de mandature à la mairie – les dépliants distribués lors de l'événement comportent tous un petit « récit des origines », qui rappelle que « les Lyonnais illuminèrent spontanément les façades de la ville en déposant des lumignons sur le bord de leurs fenêtres et descendirent dans les rues ». Sur les médias sociaux, cet encouragement prend la forme du slogan (lui même mué en *hashtag* officiel) « Illumignons notre ville ! » en 2017 (illustration 7.2). En 2015, cette injonction à perpétuer la tradition est d'autant plus forte que la Fête telle qu'elle est prévue est annulée. Les documents officiels sont modifiés en ce sens (illustration 7.1).

7.1.2 Mettre en scène la temporalité rituelle

A la faveur de l'annulation des festivités en 2015, la communication autour de la Fête des Lumières se recentre sur les illuminations privées, inscrivant l'événement dans une temporalité rituelle, cyclique.

99. Technologie multimédia permettant de projeter de la lumière ou des vidéos sur les bâtiments, utilisée lors de la Fête des Lumières, mais aussi lors d'autres illuminations, comme par exemple la remise en couleurs de la façade de la cathédrale d'Amiens.

100. cf. Le site officiel de la Fête, <http://www.fetedeslumieres.lyon.fr/fr/actualite/quatre-soirs-daffluence-et-deffervescence>. Consulté le 6 avril 2017.



FIGURE 7.1 – Affiche de la Fête des Lumières 2015, transformée en hommage aux victimes

La présence d'une mise en scène de cette temporalité particulière se remarque dans les images du corpus de la Fête des Lumières 2015. Ainsi, quand il ne fait aucune équivoque que le geste de placer des lumignons à la fenêtre est placé sous l'égide du retour à la tradition » par le locuteur, sa photographie évoquant les itérations passées et à venir de la Fête, plaçant le cliché dans ce temps cyclique qui le dépasse.

Dans l'image 7.3, la valeur narrative réside dans l'évocation d'un temps rituel. Cette évocation est implicite, et elle réside dans l'interaction entre l'image et son commentaire. L'image se comprend si l'on fait le rapprochement entre le « vécu » et la date affichée sur le lumignon. C'est de ce rapport qu'on peut tirer la conclusion que le lumignon a traversé chaque Fête des Lumières, depuis cette date, jusqu'à aujourd'hui. C'est le temps cyclique du rituel qui est ici convoqué.

Dans l'image 8.14, une autre évocation du temps est présente : cette fois-ci, ce n'est pas la périodicité qui est mise en scène, mais la transmission, avec la présence des enfants. Là aussi, l'image s'interprète grâce à la mention de la tradition dans le message qui l'accompagne. L'ensemble suggère que les enfants, à leur tour, pourront perpétuer la tradition.

Tantôt tournés vers le passé, tantôt vers le futur, ces messages visent à situer leur auteur dans le temps.



FIGURE 7.2 – Une des affiches officielles de la Fête des Lumières 2017

Pour entamer ce récit, mettre en branle la *mimésis*, il faut un embrayeur. Nous avons émis l'hypothèse que le lumignon remplissait ce rôle.

Le lumignon : un embrayeur du récit En effet, comme en attestent les affiches citées plus haut, le lumignon, sans conteste le motif le plus récurrent de notre corpus de *tweets* en 2015¹⁰¹, s'impose comme un symbole qui permet de faire référence au mythe de la spontanéité des Lyonnais.

Le lumignon est parfois représenté seul, mais le plus souvent, il y en a plusieurs, alignés sur le rebord d'une fenêtre ou d'un balcon. Utilisé comme motif dans les affiches officielles de l'événement, il semble faire un large consensus comme symbole de la Fête des Lumières.

La représentation des lumignons semble obéir à un canevas figé, qui évoque en creux une symbolique, que nous retrouvons dans la plupart des « fêtes de la lumière » européennes. Il existe en effet, dans cette période de l'année –aux alentours du solstice d'hiver– plusieurs autres fêtes célébrées au moyen de bougies placées sur le rebord des fenêtres : la fête de Sainte Lucie ou Hanoukka par exemple. Le rapport entre la lumière et les ténèbres. En effet, nous avons pu remarquer que les lumignons sont

101. On en recense 275, soit 27% du total des messages étudiés, c'est le plus grand sous-ensemble identifié dans le corpus

très souvent représentés allumés, en contraste avec l'obscurité, que ce soit dans les photos officielles (celle de Gérard COLLOMB ici, 1.4), dans les affiches (cf. 7.1 et 7.2) que dans les photos publiées sur Twitter et visibles dans notre corpus. En effet, nous avons constaté la présence d'un motif, dénommé pour l'analyse « vu de ma fenêtre » (page 35 du volume des annexes) : une rangée de lumignons, posée sur le rebord de la fenêtre, souvent prise de biais, en contraste fort avec la nuit environnante. Ce motif apparaît très clairement, certainement en raison du fait que beaucoup de Lyonnais sont restés chez eux en 2015, du fait de l'annulation des festivités.

Plus encore que l'évocation des racines traditionnelles de la Fête –en étant utilisé comme la métonymie d'une pratique « spontanée » des Lyonnais– le lumignon embraye le discours, en étant parfois l'occasion pour l'auteur du *tweet* d'évoquer des souvenirs d'enfance, liés à la déambulation dans les rues pour admirer les illuminations aux fenêtres. C'est le lumignon qui ancre le récit, le situe dans le temps, et lui permet de se dérouler. Ainsi :

« Quand j'étais petite les 8 décembre ça m'excitait trop rien que pour aller illuminer les balcons avec les lumignons »

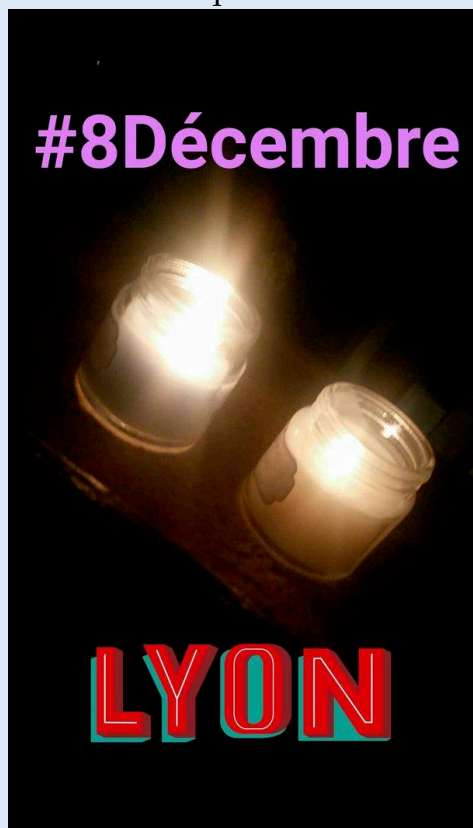
« Ce soir on met les lumignons aux balcons comme chaque 8 décembre »

Ici, le discours injonctif (marqué par le « on met », qui englobe le lecteur du *tweet*, posant l'évidence qu'il participera) est couplé au « comme chaque 8 décembre » qui installe le rythme cyclique autour de la Fête.

« Aujourd'hui ça fait un an que mes bougies sont posées sur le rebord de ma fenêtre et qu'elles n'ont pas bougé. #8decembre »

Ce *tweet* pose un temps cyclique, assez sécurisant : de toutes manières la Fête a lieu tous les ans, et donc les lumignons peuvent rester à demeure toute l'année sur le rebord de la fenêtre.

« Comme chaque année.. #8Décembre #Lyon #FêteDesLumières »



Ici, l'image a fait l'objet d'une retouche particulière puisqu'elle est visiblement issue de Snapchat ou d'un média social comportant les mêmes fonctionnalités d'intégration d'un texte dans l'image. L'image et le texte ensemble contribuent à installer ce temps cyclique, avec d'une part le marqueur de la répétition (« comme chaque année ») et d'autre part le recours à l'image du lumignon, qui évoque par métonymie la pratique des illuminations privées.

Le motif du lumignon, en représentant par métonymie la pratique des illuminations privées, permet d'embrayer le récit (en projetant le lecteur du *tweet* dans le passé, ou dans le futur). Il fait également l'objet de discours injonctifs (page 51 du volume d'annexes) qui renforcent cette position d'embrayeur.

Nous remarquons ainsi l'usage de l'impératif (« Sortez les lumignons »), les tournures englobantes qui incluent le lecteur dans l'action (« on se mobilise », « illumignons notre ville »), le champ lexical de l'injonction (« obligatoire », « J'ai fais [sic.] mon devoir de Lyonnais »).

Oubliez pas vos lumignons demain quand même.. #8decembre

Ah wé on est le #8decembre ! Faut faire péter les luminions !

Ainsi, le motif du lumignon est central dans le récit autour de la Fête des Lumières de 2015 sur Twitter. Cette position d'embrayeur du récit lui est conférée d'une part par la manière dont il peut représenter, par métonymie, toute la pratique des illuminations privées, et d'autre part par les injonctions dont il fait l'objet. Grâce à cet embrayeur, la temporalité rituelle, s'installe, et nous place dans une suite de cycles reliant, dans une même permanence, passé présent et futur.

7.1.3 Situer la Fête moderne dans la filiation d'une tradition

La Fête des Lumières de 2015, avec son annulation et sa concentration sur les seules illuminations privées, a permis de réactiver notamment dans la communication politique les références au passé, et à ce qu'on peut qualifier avec LENCLUD de tradition.

Une vue depuis Fourvière Ainsi, lorsque Gérard COLLOMB, alors maire de Lyon, publie un *tweet* (illustration 7.4) pour annoncer le revirement qui est imposé aux Lyonnais suite aux mesures d'état d'urgence, qui empêchent les rassemblements, il reprend plusieurs des codes de la tradition, dont on a pu voir le caractère « inventé » au sens d'HOBBSAWM [HOBBSAWM, 1995] précédemment, avec cette « entrée en légende ».

Dans la photographie en figure 7.4 l'image des lumignons (la pratique « spontanée » des Lyonnais) photographiés depuis la colline de Fourvière (ce qui suppose la procession religieuse), avec la ville en contrebas (inscription dans le territoire municipal et évocation des illuminations par *mapping* des bâtiments) rassemble tous les symboles nécessaires pour évoquer la Fête et la situer dans son expression moderne.

Il est intéressant de noter que les photographies évoquant l'événement utilisent le même canevas depuis longtemps : les archives de presse découvertes par Anne TAROU font état d'une prise de vue publiée dans le Progrès en 1981 en tout point semblable à celle que le maire de la ville diffuse en 2015 (cf. 1.4 et 7.4). L'opération de filiation s'opère par la reprise d'un motif qui a déjà fait l'objet d'une circulation médiatique ; l'intégration dans la modernité se fait par l'intégration d'un élément nouveau dans

l'image, celui des illuminations des bâtiments qu'on devine, avec le faisceau bleu notamment – certainement la projection sur les façades des quais en contrebas.

« **Marie en TT** » Nous pouvons étudier les discours autour de la ritualité liée à la Fête des Lumières en s'intéressant à l'un des plus ostensibles signes de sa relation au culte marial : le message à Marie affichée au sommet de la colline de Fourvière.

« Marie bientôt en TT ? »

« À Lyon, ils ont osé mettre un # à côté de "Merci Marie". Avec un peu de chance elle va RT ! »

27 images du corpus (page 51 du volume d'annexes) représentent le message qui s'affiche en lettres lumineuses sur le sommet de Fourvière. Anne TAROU nous apprend que le message en lettres lumineuses lui-même apparaît sur des photos des années 1950 et n'est donc pas nouveau. Mais sa transformation en *hashtag* n'est pas passée inaperçue : trois images ironisent sur la présence d'un # placé devant le message affiché sur la colline de Fourvière.

On peut en effet s'étonner de ce geste, qui atteste, de la part des organisateurs (notamment religieux) de la Fête, d'une volonté de toucher un public rompu aux modes de communication qui ont cours sur les médias sociaux en affichant un code qu'ils sont capables de comprendre. C'est aussi une injonction : un *hashtag*, disposé ainsi, est comme prêt à l'emploi. Dans un certain nombre d'événements, le « *hashtag* officiel » de l'événement est affiché, pour conduire les participants à lui donner de la visibilité en ligne. C'est le même type de geste énonciatif ici.

Quantitativement, nous remarquons que l'injonction est au moins partiellement suivie : 48 *tweets* sur les 997 de notre corpus comportent ce *hashtag*. Il y a également de nombreux *tweets*, comme celui cité deux paragraphes plus haut, qui commentent, avec ironie, ce changement dans l'habituelle inscription lumineuse. Dans ce *tweet*, l'auteur fait référence aux « TT », ou « Trending Topics » : Twitter affiche les sujets « tendance » sur le site. Si un sujet fait l'objet de nombreux *tweets* dans un temps très court, il fera l'objet de cette « tendance ». « Être en TT », c'est donc faire l'objet d'assez d'attention (même momentanée), pour que son nom s'affiche dans cette rubrique.

*

* *

Ces différentes analyses nous permettent de rejoindre Anne TAROU quand elle explique que la Fête des Lumières correspond à ce que HOBBSAWM [RANGER, 1983] appelle une « tradition inventée ». En effet,

« Les "traditions inventées" désignent un ensemble de pratiques de nature rituelle et symbolique qui sont normalement gouvernées par des règles ouvertement ou tacitement acceptées et qui cherchent à inculquer certaines valeurs et normes de comportement par la répétition, ce qui implique automatiquement une continuité avec le passé. » [HOBBSAWM, 1995]

La Fête des Lumières n'est pas une tradition immémoriale, mais date de 1852 seulement : sa forme rituelle et symbolique, accompagnée d'un récit qui porte tous les atours du récit mythique, fortement ancré dans une continuité avec le passé contribuent à faire « entrer en légende » cette pratique [DUJARDIN, 2008].

7.2 Un ou trois récits ?

Poursuivons notre étude du rapport entre récit de l'événement et temporalité. Nous venons de voir en quoi la Fête des Lumières, était située, dans la manière dont elle est racontée, dans la filiation d'une tradition, et ancrée dans un temps cyclique.

Nous avons vu comment la Fête des Lumières a évolué vers la manifestation touristique d'envergure qu'elle est actuellement, tout en restant, dans le récit qu'en font les autorités municipales, placée dans la filiation des premières illuminations privées, « entrées en légende » en 1852.

On pourrait donc s'attendre à un croisement des récits, d'une part celui déroulé par les autorités municipales et l'office du tourisme et d'autre part la polyphonie des récits des touristes.

En effet, le tourisme est intimement lié au déploiement d'un récit : comme le rappelle Oriane DESEILLIGNY [2014], cette pratique était hier le prétexte pour les gens de lettres d'écrire des récits de voyages, puis les guides (qui se sont d'abord présentés comme des récits de voyage, mais faits par des professionnels) ont fait leur apparition. Aujourd'hui l'un des moteurs de la visite est la possibilité, après cette dernière, de montrer les lieux ou les oeuvres admirés, de raconter son expérience, voire d'en faire un produit éditorial plus sophistiqué comme un article de blog, indiquent URRY et LARSEN [2019].

« Web 2.0 also impacts upon tourism businesses and how tourists plan their journeys. They not only 'post' 'travel tales' to significant others, but also to 'strangers' in user-generated social networking sites (e.g. Facebook, Myspace), photo communities (e.g. Flickr, Photobucket) and travel communities (e.g. Virtualtourist, Tripadvisor). Users produce web content as well as consuming it.¹⁰² » [ibid., p.59]

Mais dans le cas de l'édition 2015 de La Fête des Lumières, les festivités prévues ont été annulées : nous avons donc postulé que les récits liés à l'activité touristique seront remplacés par ceux liés à la fête « traditionnelle » liée aux illuminations privées, et à l'hommage aux victimes de l'attentat du 13 novembre 2015.

Or, ce n'est pas ce que l'étude du corpus a révélé : nous n'avons pas un mais trois récits.

La présence en creux d'une manifestation touristique d'envergure

Un temps de rupture dans la vie urbaine La Fête des Lumières est, depuis même avant 1989, date à laquelle va être introduite la mise en lumière des bâtiments, une manifestation touristique d'envergure. Chaque année, elle attire des milliers de touristes à Lyon, ce qui a poussé la ville à élargir progressivement le périmètre de festivités officielles [TAROU, 2010]. Ces dernières ont en effet très vite débordé du centre historique de la ville.

Au départ, il n'y a pas d'illuminations de bâtiments. Ce que viennent admirer les touristes, ce sont d'une part les illuminations privées (les lumignons aux fenêtres des habitants) dans le centre de Lyon, et d'autre part les devantures des boutiques, qui prennent l'habitude de décorer leurs vitrines. Les badauds s'attroupent ainsi devant les boutiques, rendant la circulation difficile dans les petites rues étroites du centre de Lyon.

Les archives du *Progrès* (illustrations N.3 en annexe, par exemple) font état, dans des double-pages spéciales dédiées à l'événement chaque neuf décembre, de la documentation minutieuse qui est faite de l'engouement des Lyonnais et de ce que représente la Fête des Lumières alors. Les photos montrent les vitrines les plus remarquables, les attroupements devant ces dernières.

102. « Le Web 2.0 impacte également la manière dont les entreprises de tourisme et les touristes planifient leurs voyages. Ils ne "postent" pas seulement des "récits de voyage" à leurs proches, mais aussi à des "inconnus", sur des sites de réseautage social nourris par du contenu généré par les utilisateurs (par ex. Facebook, Myspace), des communautés formées autour de la photographie (par ex. Flickr, Photobucket), et des communautés constituées autour du voyage (par ex. Virtualtourist, Tripadvisor). Les utilisateurs produisent du contenu sur le Web autant qu'ils le consomment ». (Traduction par nos soins.)

La Fête fait très vite l'objet d'un parcours dans la ville, puisque, pour permettre la circulation des badauds, la mairie est contrainte de fermer certaines rues commerçantes à la circulation. C'est ce périmètre de piétonnisation temporaire des rues que l'on voit s'étendre d'année en année et qui sert de marqueur, par exemple dans le mémoire de TAROU [2010], pour dire que la Fête prend de plus en plus d'ampleur.

Ces festivités ont donc un premier impact sur l'espace urbain : il est anormalement rempli et animé. Les foules envahissent la ville. Le rapport à la rue est changé, surtout pour les riverains, qui n'hésitent pas, encore aujourd'hui, à s'en plaindre sur les médias sociaux.

Le deuxième élément qui vient changer l'espace urbain, c'est, bien évidemment, les illuminations. Les illuminations privées d'abord (les lumignons aux fenêtres, puis les vitrines), puis enfin le *mapping* vidéo.

En effet, les spectacles en *mapping vidéo* habituels transforment l'espace urbain : les bâtiments changent de statut, et deviennent temporairement le support d'installations artistiques. Les illuminations sont puissantes, impossibles à manquer pour les riverains, souvent accompagnées de musique.

Les Lyonnais sont donc habitués à ce que chaque huit décembre, survienne une importante transformation de l'espace urbain. Or, La Fête des Lumières 2015 fait événement en retirant soudainement du rythme de la vie lyonnaise ce temps de festivités.

Un festival touristique présent en creux L'annulation des festivités, en resserrant l'expression autour des illuminations privées, n'a donc pas fait de la Fête des Lumières l'occasion d'expression touristique attendue¹⁰³.

Cet effet de resserrement de l'expression autour des habitants dû au coup de projecteur qui est fait sur les illuminations privées est lisible dans le rapport de taille qui existe entre le corpus de 2015 et celui de 2016. Ce dernier est trois fois plus important que celui de 2015, alors que l'édition 2016 de la Fête s'était déroulée sur un périmètre réduit en comparaison à l'année 2014 (ce que montre bien notre carte interactive mentionnée en p. 299).

De ce fait, nous retrouvons bien des indices du récit lié à la pratique touristique habituelle lié à la Fête des Lumières (récit qui insiste d'ordinaire sur la « modernisation » d'une fête séculaire qui a su se transformer pour se muer en un festival artistique

103. Il faut souligner d'ailleurs que du point de vue de l'Office du tourisme de Lyon, l'édition 2015 de la Fête des Lumières est une sorte de parenthèse qui ne compte pas comme une « vraie » Fête des Lumières. Sur le site officiel de l'événement, l'édition 2015 est titré « 8 décembre 2015 », et non « édition [année] » comme les autres.

où sont présentées des oeuvres monumentales d'éclairage urbain). Mais il s'agit bien d'indices : notre corpus principal fait état d'une présence en creux.

Ceci dit, si le contexte favorise plutôt l'expression des habitants, nous remarquons une diversité de discours : plusieurs personnes ont tout de même fait le déplacement, et même si ces récits sont clairement minoritaires, le corpus contient des discours assez caractéristiques du récit touristique, dans le sens où il s'agit d'attester d'une expérience de découverte d'un territoire étranger [VERGOPOULOS et FLON, 2012 ; DESEILLIGNY, 2014]. Nous trouvons par exemple des *tweets* rédigés en russe ou en espagnol, qui signalent un rapport d'étrangeté au territoire. Certains utilisateurs ont également, dans le droit fil du récit de voyage, décrit leur déambulation dans la ville du matin jusqu'au soir, et documenté cette déambulation avec de nombreuses *selfies*.

Ceci affine le postulat de départ : même en 2015, nous ne pouvons pas affirmer qu'il s'agit d'un événement qui a mobilisé sur les médias sociaux les habitants seuls. Il y a des habitants, des touristes, et même, des personnes qui n'étaient pas situées sur le territoire d'un point de vue géographique (contrairement aux habitants et aux touristes), mais qui se sont jointes à la discussion (en allumant par exemple un lumignon à Paris, par « solidarité ») : le Web n'a pas de frontières.

Cela nous permet rappeler la principale limite méthodologique en jeu dans la recherche de discours émanant de touristes. Nous avons vu dans la deuxième partie de cette thèse qu'il était difficile de distinguer, sauf quand le discours était très explicite, les touristes des autres énonciateurs dans notre corpus, notamment en raison de la faible part d'utilisateurs géolocalisés –ce qui nous empêchait d'utiliser les critères dégagés par l'étude de BOY et UITERMARK [2015]. Les seuls indices qui nous permettent de nous faire une idée de contexte dans lequel l'internaute parle sont ceux qu'ils fournissent eux mêmes : par exemple, parler de « ma ville » en mentionnant Lyon signifierait plutôt un habitant, tout comme la mention de souvenirs d'enfance.

Si nous ne pouvons pas dégager de résultats nets à propos du partage touristique à partir de ce corpus faute de pouvoir identifier avec certitude leurs énonciateurs, qui sont de toute façon peu nombreux, nous pouvons nous intéresser au contenu des discours et essayer de comprendre s'ils participent ou non à la même mise en récit de l'événement, quelle que soit leur origine.

Nous remarquons alors que les discours vernaculaires autour de la Fête des Lumières ne tracent pas de manière aussi claire que dans le discours municipal la filiation entre les illuminations privées et les spectacles en *mapping* vidéo : nous retrouvons aussi beaucoup de discours qui parlent d'une tradition « dénaturée » par les illuminations

en *mapping* vidéo et la présence massive de touristes dans les rues¹⁰⁴.

Nous pouvons ainsi observer et caractériser non pas un, mais deux récits croisés : un premier récit qui trace une rupture entre la Fête « traditionnelle » et la Fête moderne, et un second qui le situe dans la même filiation.

Mais en 2015, la Fête des Lumières est perturbée par les attentats terroristes survenus un mois plus tôt : il est décidé d'annuler la manifestation touristique habituelle. Les badauds ne pourront que s'arrêter devant l'installation « Regards » (qui pour l'occasion affiche les prénoms des victimes en guise d'hommage) profiter d'une illumination de la place de la République et d'une distribution de lumignons lors d'une cérémonie d'hommage le soir du huit décembre. Apparaît un nouveau récit : la Fête des Lumières comme cérémonie d'hommage aux victimes.

On pourrait postuler que ce récit, lié à l'actualité très récente, et porté par les autorités politiques, incarnées par Gérard COLLOMB, va supplanter les deux autres, et en particulier modifier le sens du geste « traditionnel » de placer des lumignons à sa fenêtre en le transposant de l'hommage à Marie à l'hommage aux victimes de l'attentat. Or, nous remarquons quelque chose de plus subtil dans notre corpus : ils coexistent, sans jamais dessiner de fracture évidente.

Nous avons d'une part, une manifestation touristique annulée, mais très présente dans les discours, et d'autre part, un hommage aux victimes qui ne constitue une réécriture de l'événement qu'en apparence.

Deux faces d'un même événement Mais cela n'empêche pas le festival touristique d'exister dans les discours. C'est une présence en creux qui se dessine. En effet, les festivités étant annulées, leur impact sur la ville se ressent dans le soulagement que semblent exprimer plusieurs personnes, ravies de revenir à une fête plus « sobre », plus « proche des origines » fustigeant même parfois « les touristes », éventuellement en rappelant que la Fête des Lumières est « dénaturée » :

Une fête des lumières "à l'ancienne" grâce aux lumignons. #8decembre
#FeteDesLumieres #Lyon

104. Ce sont des discours qu'on retrouve dans le corpus de 2015, dont quelques extraits sont lisibles en partie 7.2.0.0.0, où l'on peut lire une comparaison entre la Fête de 2015 et celle « dénaturée » des autres années.

« Grâce à l'état d'urgence, LYON va avoir in [sic] vrai 8 décembre et non n'importe quoi comme les années précédentes #MerciMarie »

Le « #MerciMarie » ici prend un double sens ironique.

« Je sais pas vous, mais je veux bien une fête des lumières comme celle-ci tous les ans ! »

« Un 8 décembre sans musique infernale et d'illuminations sponso par edf, bah ça fait du bien. »

« En route pour la fête des lumières. Pas déçu de l'annulation. Je pressens un retour aux sources avec les seuls lumignons aux fenêtres. »

« Dommage qu'il ait fallu des attentats pour que la #FeteDesLumieres s'éloigne du cirque commercial qu'on nous vend depuis des années... #Lyon »

Les *tweets* de notre corpus dessinent donc, en creux, le portrait des festivités habituelles, et la place qu'elles prennent dans l'espace public : il y a d'ordinaire beaucoup de monde, de lumières et de la musique. C'est le premier récit, celui qui disjoint une fête représentée comme plus « traditionnelle » d'une autre, représentée comme plus « commerciale ».

Il est intéressant de remarquer ici que ce portrait en creux de la « grand messe » du festival touristique est ambivalent. D'autres, au contraire, profitent de l'événement, appellent les touristes à revenir et regrettent l'ambiance bigarrée de la fête habituelle :

« Triste 8 décembre à Lyon. Rues vides au regard d'un 8 décembre habituel (depuis 10 ans) et un fin crachin depuis 21 :30. »

« #8decembre après cette édition particulière j'incite les touristes à nous rejoindre en 2016 pour une fête des lumières qui sera superbe! »

« Ça va faire bizarre pas de fêtes des lumières à Lyon cette année.. Pas de bordel de partout c'est triste.. »

« Parcontre [sic] on voit bien que c'est différents moins de monde peu de touristes ça va être un impact sérieux et économique à Lyon »

Ces discours ne rattachent pas explicitement le festival à la filiation de 1852 mais le poids de l'habitude et du temps cyclique se fait en revanche sentir. Les rues sont anormalement vides, et anormalement calmes. Il y a une claire dérogation à ce qui est censé rythmer le temps, le « rituel urbain » [LALLEMENT, 2007].

On remarque que le retour à des illuminations privées, plus « traditionnelles » est souligné par plusieurs personnes dans le corpus. Et de même ici, nous voyons comment ce spectacle déroge à l'« habitude », comme le montrent ces *tweets* :

« Y'a des lumignons sur tous les balcons des immeubles pratiquement, c'est carrément beau et chouette, d'habitude y'en a pas autant »

« plus de lumignons que d'habitude. Magique. »

Il est intéressant de remarquer que dans ces exemples, le récit ne bascule pas pour autant dans la dynamique du « retour aux sources » à laquelle nous pourrions nous

attendre. Les illuminations sont appréciées, mais sont ici mises en discours comme le signe d'une anomalie dans le rituel.

Pour cette personne qui a fait le déplacement, finalement l'annulation des festivités habituelles n'est pas synonyme d'absence de spectacle, au contraire, c'est apprécié :

« #8decembre arriver par les rails et voir tous ces lumignons c'est magique @villedelyon »

De même ici :

« Lyon n'aura jamais été aussi belle que ce soir »

Cette présence en creux d'un festival touristique absent apparaît de manière caractéristique dans notre corpus. et manifeste une rupture dans le déroulé habituel et cyclique de la ritualité urbaine. Mais cette rupture est ambivalente, signe que le récit déployé avec soin par les autorités municipales n'est pas forcément suivi.

L'hommage aux victimes : une réécriture de l'événement ?

Dans le corpus de 2015, les deux récits qui prédominaient jusqu'ici –la Fête des Lumières comme événement caractéristique de la tradition lyonnaise, dont nous avons vu précédemment le caractère orchestré et construit, puis la Fête des Lumières comme événement culturel incontournable du tourisme lyonnais, présent en creux malgré l'annulation des festivités– se voient suppléés par un autre récit, celui de la Fête des Lumières comme un événement témoignant de la solidarité des Lyonnais avec les victimes de l'attentat de novembre 2015. En proposant des lumignons estampillés « en hommage aux victimes », la Mairie de Lyon contribue en effet à la création d'une nouvelle signification au geste de placer des lumignons à sa fenêtre. C'est ainsi qu'on constate qu'un certain nombre d'images réinterprètent le motif du lumignon en l'associant à l'hommage aux victimes : lumignons peints aux couleurs de la France (Illustration 7.7) ou assortis de la mention « Je suis Paris », par exemple.

Notre première hypothèse a donc été que le récit de l'hommage aux victimes allait simplement supplanter les deux autres, parce qu'il avait plus de visibilité. En effet, cette décision de conjointre les deux événements (la Fête et l'hommage aux victimes en un seul) est une décision que Gérard COLLOMB, alors maire de Lyon, n'a pas hésité

à promouvoir lui-même, en usant de sa position d'autorité, donnant à ce récit une légitimité.

On constate d'ailleurs que, comme nous allons le voir plus loin, ce message a été repris quasiment tel quel, par de nombreuses personnes, qui ont soit republié l'image du *tweet* du maire, soit repris à leur compte les slogans et *hashtags* liés à ce message.

Mais en observant le corpus de plus près, nous nous apercevons que la situation est plus nuancée que cela. Nous avons, d'une part, un récit d'hommage qui fait appel à une rhétorique de l'hommage collectif aux victimes très riche, ce qui infirme l'hypothèse selon laquelle l'autorité politique est la seule responsable de la reprise massive du récit liant huit décembre et hommage aux victimes. D'autre part, nous remarquons un engagement dans le récit qui est plus complexe, marqué par un enchâssement des récits, et non un effacement d'un récit par l'autre.

Une forme ritualisée de l'hommage : énoncer des noms Pour étudier l'hommage aux victimes, nous pouvons nous pencher sur l'installation « Regards », la seule maintenue le soir du huit décembre, projetée sur la colline de Fourvière, et transformée pour l'occasion –KNIPPER y a intégré les prénoms des victimes de l'attentat de novembre 2015.

Cette performance de *mapping* vidéo s'inscrit dans une double filiation. D'une part, elle reprend les codes d'une installation artistique, élément phare de la communication touristique à propos de la Fête des Lumières contemporaine. À ce titre, elle hérite de la symbolique de la manifestation séculaire lyonnaise dans laquelle elle prend place en creux – la polarité entre lumière et ténèbres, la mise en lumières des immeubles, la mise en avant de Fourvière, l'épicentre du culte marial lyonnais.

D'autre part, par sa modification suite aux attentats, elle répond aux codes ritualisés de la cérémonie d'hommage aux victimes.

En effet, une telle cérémonie a pour objectif à la fois de rassembler la communauté concernée autour de ses morts, afin de rétablir l'unité du groupe après la rupture occasionnée par l'événement (attentat, guerre, etc.) et d'autre part de pérenniser le souvenir, par la conception d'un objet commémoratif (plaque, monument aux morts, etc.) et la proclamation solennelle (même périodique, tous les 11 novembre, par exemple) des noms des victimes.

Nous pouvons penser à la cérémonie d'hommage aux victimes des grandes guerres (où les noms des soldats tombés pour la Nation sont proclamés), mais nous pouvons évoquer d'autres événements. Par exemple, le *Patchwork des noms*, rituel central dans la lutte contre le Sida :

« Né aux États-Unis en 1987, il s'est implanté en France en 1989. Sa particularité, qui en fait l'élément central de plusieurs articles, est qu'il superpose à l'accomplissement du travail du deuil le moment collectif de la lutte. Michèle Fellous et Bernard Paillard le montrent bien. Jaque Hébert, co-fondateur de l'association, insiste sur ce point. La décision de faire entrer un proche mort du sida dans le Patchwork, en réalisant à sa mémoire un panneau de tissu, est souvent difficile à prendre. C'est le premier pas vers la prise de conscience du départ définitif de la personne. Le panneau se confectionne en cousant, collant, incrustant autour de son prénom un bouquet de souvenirs de sa vie.

La forte émotion qui se dégage du Patchwork des Noms tient beaucoup à ce que les panneaux sont souvent, et malgré tout, joyeux, colorés, reflétant en cela la jeunesse de ceux qui ont disparu, et proclamant l'injustice de leur mort. Dans cette réalisation, un travail de mémoire et donc de tri tendant à donner un sens commence à s'effectuer. "Je me suis rendue à son appartement, expliquait Stéphanie Warner lors du débat organisé en 1994 au MNATP, et j'ai pris ses chemises, parce qu'il en avait une collection, il aimait les belles chemises. J'ai aussi pris les rideaux de la chambre qu'on avait choisis ensemble, et j'ai pris une taie d'oreiller. Et voilà, j'ai fait le panneau avec." (Broqua et Loux, eds., op. cit. : 32) David LE BRETON montre comment, autour du Sida, peut-être plus que dans d'autres maladies, déperdition et reconstruction du sens s'entrecroisent constamment.

Lorsque le panneau est terminé, s'en séparer est difficile. Mais vient alors une étape qui permet peut-être de faciliter les choses, celle de la réunion avec d'autres panneaux et du déploiement du Patchwork qui se fait en public et donne lieu à un cérémonial. Les volontaires de l'association déplient lentement les carrés, les soulèvent, les font pivoter, les présentant aux yeux de tous. Puis ils les reposent et l'un d'eux lit les prénoms qui y sont inscrits. Cette étape est fondamentale pour ceux qui ont réalisé les panneaux : par le fait de nommer, de rendre visible, par le fait aussi que ceux qui sont décédés continuent ainsi à participer à la lutte, celle contre l'exclusion, celle pour l'accès de tous aux soins.

C'est donc dans cette référence constante à la lutte, à la vérité des décédés et à la mémoire que ces rituels sont spécifiques et sans doute novateurs. Certes, dans d'autres maladies et d'autres deuils, on peut ressentir le besoin de continuer après lui ce que nous a transmis l'être aimé. La différence avec le sida serait que cet héritage prend la forme d'une lutte, d'une proclamation et que cet engagement est collectif. C'est la prise de conscience d'un "destin" commun qui ouvre sur la solidarité, et qui est le contraire de l'acceptation de la fatalité. » [BROQUA, LOUX et PRADO, 1998]

En France, cette cérémonie constitue un temps fort du festival de musique Solidays, organisé par Solidarité Sida pour lever des fonds contre l'épidémie éponyme, mais elle peut avoir lieu à d'autres moments. A la suite de la cérémonie, les patchworks sont exposés durant tout le festival, dans l'espace associatif, le « Village Solidarité ».

Nous pouvons nous autoriser ce rapprochement, en prenant tout de même quelques précautions : évidemment, tout ne peut pas être comparable terme à terme entre un hommage aux victimes d'une épidémie telle que le Sida et celles d'une attaque terroriste. Les deux événements sont très spécifiques.

Le premier concerne, tout d'abord, la communauté homosexuelle, qui fait face à une maladie dont la science ne sait encore pas grand-chose quand le Patchwork des Noms –*Quilt* en anglais– apparaît pour la première fois en 1987. Une maladie qui, en emportant soudainement de nombreux jeunes gens dans la force de l'âge, déverse sur cette communauté, la plus touchée par le Sida alors, une série inédite de décès.

Le Patchwork des Noms constitue donc en un nouveau rituel, qui répond à la crise sans précédent occasionnée par cette grande vague de morts du Sida dans les années 80. Les familles et les proches cherchent d'abord à sortir ces morts soudaines de l'anonymat et l'absurdité dont elles sont frappées :

« Les cérémonies funéraires, avec exposition et célébration du corps mort, sont nécessaires pour apaiser le mélange de sentiments contradictoires des survivants, douleur, culpabilité, dépression, peur. Aucune culture n'échappe à cette obligation. » [PAILLARD, 1998]

La rupture que cause le Sida alors est donc double. D'une part l'épidémie a emporté des pans entiers de la communauté gay de l'époque, laissant le reste de ladite communauté dans le deuil (première rupture, au sein de la communauté gay), d'autre part ce deuil était quasiment indicible et invivable publiquement, puisque cela équivalait à rendre publique, de fait, son orientation sexuelle ou celle du malade, ce qui dans les années 80 –l'OMS considérait alors l'homosexualité comme une maladie mentale– était lourd de conséquences (deuxième rupture entre la communauté gay et les personnes séropositives et le reste de la société au sens large).

C'est donc à l'intérieur de la communauté gay que naît ce rituel, non pas pour réparer la fracture avec le reste de la société, mais pour en pallier les effets en resserrant les liens entre les « vivants » qui ne peuvent pas vivre leur deuil hors du *Quilt*. Les hommages, en permettant aux deuils d'être vécus, répare la première fracture, celle d'une communauté confrontée à une épidémie.

« Regards », de son côté, évoque un attentat terroriste, survenu un mois plus tôt, à Paris. Il ne touche pas de communauté particulière, mais vient en revanche opérer une rupture brutale dans le tissu social, avec la mort subite d'un ensemble d'individus qui n'avaient en commun que d'être ensemble au même concert.

« Telle est la principale caractéristique d'un attentat : produire une "rupture brutale des attentes de stabilité et de continuité que nous adressons tacitement à ce qui nous entoure". Tout d'un coup la violence, la mort, la destruction surgissent dans le cours paisible de nos vies sans crier gare, et remettent radicalement en cause le "socle routinier" de nos activités. » [TRUC, 2016]

La différence principale entre ces deux événements tient donc à ce que l'hommage vient tenter de réparer symboliquement : dans le cas du terrorisme, il s'agit de rassem-

bler une « communauté de deuil », selon l'heureuse formulation de G r me TRUC à l'échelle nationale, dans le cas du *Patchwork des noms*, elle est plus petite : c'est surtout la communauté gay qui resserre ses liens et se donne l'occasion de pleurer ses morts en public. L'énonciation des noms en public a bien pour but d'élargir la « communauté de deuil » mais les enquêtes sur le *Quilt* montrent que c'est surtout la première des ruptures qui est soignée.

Ainsi, la rupture occasionnée dans le tissu social, dans un cas comme dans l'autre, n'est pas la même ; l'analyse des deux hommages n'obéit donc pas au même cadre symbolique, c'est là la limite du rapprochement effectué ici.

Mais il reste que, dans un cas comme dans l'autre :

« En se souvenant ainsi des morts, c'est-à-dire en les faisant participer régulièrement à la vie communautaire, les survivants peuvent poursuivre leur existence. Mieux : le culte donné aux morts permet de ressouder les liens brisés et de refondre, en permanence, l'identité communautaire. Ainsi la France recompose, régulièrement, son unité devant ses monuments aux morts. » [PAILLARD, 1998]

En effet, la mort de personnes innocentes suite à une attaque terroriste et celle de jeunes dans la force de l'âge emportés par une épidémie ont en commun le fait de produire chez les vivants l'état de sidération dont parle G r me TRUC [TRUC, 2016], et avec elle la nécessité de produire du sens autour de la mort pour réparer la rupture dans le lien social.

L'installation étudiée semble ainsi (toutes choses étant égales par ailleurs, donc) pouvoir être comparée à d'autres cérémonies d'hommage aux victimes, au *Patchwork des Noms* en particulier.

D'une part, elle repose sur la mise en publicité des noms dans un temps solennel, puisque le dispositif entier suppose un public : c'est une installation artistique (l'œuvre est destinée à être regardée), retransmise en direct à la télévision, mais aussi sur les médias sociaux et dans la presse locale, ce qui suppose des téléspectateurs, des lecteurs, des *followers*). La présence de ce public est attestée par les photographies de notre corpus, qui témoignent de quelques-unes des images qui ont défilé sur les façades des quais de Saône. Si l'installation originelle était animée, les photographies ne nous donnent accès qu'à une trace fixe et parcellaire de ce qui s'est déroulé. Ces dernières rendent également compte de la présence d'individus sur la rive opposée de la Saône, photographiant et publiant en direct ce qu'ils ont sous les yeux. Nous nous attarderons un peu plus loin sur cette opération de republication. Les mots ne sont pas prononcés publiquement comme lors d'une cérémonie d'hommage aux victimes classique, mais ils sont comme projetés dans l'espace public, sur l'immeuble situé entre le palais de justice historique de Lyon et la cathédrale Saint-Jean.

D'autre part, en les projetant ainsi, l'installation inscrit ces noms dans une forme monumentale. Paradoxalement, au lieu de recourir à des matériaux notoirement pérennes comme la pierre ou le marbre, une inscription lumineuse a été choisie. De plus, les noms ne restent pas affichés sur le mur : ils défilent comme sur un écran. Mais l'efficacité de l'opération n'en est pas forcément diminuée pour autant. Nous pourrions en effet rapprocher ce geste d'inscription sur la façade de cet immeuble de l'« acte d'écriture » décrit par Béatrice FRAENKEL [FRAENKEL, 2007], et avancer que cette inscription seule, en procédant d'un geste artistique, rend mémorables ces prénoms aussi bien qu'ils l'auraient été sur une plaque commémorative. En effet, tout comme le slogan « à bas le vieux monde ! » rue des Archives auquel FRAENKEL fait référence dans son article, les noms des victimes de l'attentat sont dans une situation d'exposition : « ce n'est pas uniquement le message qui porte la force de l'énoncé, même s'il en est constitutif, c'est bien son affichage, son exposition » [ibid.]. À la différence du graffiti, l'inscription dans notre cas n'est pas conçue pour durer, elle est évanescente. La permanence de l'écrit est assurée par le public, qui se charge d'en garder une trace.

L'adhésion forte au message d'hommages aux victimes, dont atteste le fait que les photos de l'installation « Regards » représente le plus grand sous-ensemble de photo du corpus, n'est donc pas due au seul poids de l'autorité municipale : l'installation de *mapping* vidéo consiste, finalement, en un hommage aux victimes qui en reprend les codes les plus fondamentaux, permettant à chacun de se reconnaître dans ce discours.

Un récit commun ? La question est maintenant de savoir si ce récit est investi de manière collective. En effet, comme nous l'avons souligné précédemment, l'utilité sociale de la ritualité est de faire « tenir ensemble » un groupe social autour d'un récit commun.

L'examen des *tweets* de l'année 2015 suggère qu'il existe des disparités dans la prise en charge du récit qui vient réécrire la Fête des Lumières en cérémonie d'hommage aux victimes de l'attentat de novembre 2015. En effet, d'une part, le contexte de publication et de lecture sur Twitter autorise des interprétations divergentes de la même image, qui empêchent le récit de rester cohérent. D'autre part, même quand les messages s'inscrivent dans ce récit, ils ne sont pas pris en charge de manière homogène.

Tout d'abord, nous avons vu dans la première partie que parmi les traits qui caractérisent les médias sociaux, il y a le détachement du contexte original de production des messages (2.3.2). Nous avons vu que cela changeait la manière d'interpréter le message et pouvait occasionner des interprétations imprévues, liées à une prise en compte partielle du contexte de publication du message. Le message change alors de sens

pour la personne qui le lit, en subissant ce changement de contexte [DESPRÉS-LONNET, 2014b].

Il y a dans notre corpus un *tweet* qui pourrait relever de ce phénomène :

« Par contre pas la peine de mettre 30 photos pour dire que vous avez mis des lumignons, on a compris que vous étiez Bataclan¹⁰⁵ ».

Une autre utilisatrice du site intervient, avec un geste de citation, qui consiste en publier la capture d'écran du *tweet* et en faire le commentaire. Elle fait remarquer qu'il « n'a rien compris, lui ». Par ce geste, elle réintroduit le fait de placer des lumignons aux fenêtres le huit décembre dans un cadre d'interprétation qui lui est propre (et implicite, parce qu'elle n'évoque pas explicitement la tradition lyonnaise dans son message). Ainsi, les deux récits sont imbriqués, confrontés. Aucun des deux récits ne vient chasser l'autre pour prendre sa place.

Mais il ne nous semble pas pertinent de mettre toutes les divergences d'interprétation sur le seul compte du fonctionnement des médias sociaux. En effet, les auteurs des *tweets* eux-mêmes assument parfois leur point de vue et proposent leur lecture de l'événement.

Ainsi, dans cet autre exemple (figure 7.8, la sédimentation est plus claire, puisque le journaliste l'explique. Le *tweet*, en espagnol, se traduit ainsi « La #FetedesLumieres du #8decembre à #Lyon se transforme en hommage aux victimes des #ParisAttacks ».

En partageant ainsi son point de vue, le soir du 8 décembre, le public reprend donc prise sur l'événement, c'est à dire ce qui perturbe le cours normal du rituel. Parmi les spectateurs de cette Fête des Lumières annulée, réduite et transformée en hommage, sont principalement présents des Lyonnais, auxquels se mêlent probablement des touristes, venus admirer les illuminations et n'ayant pas annulé leur voyage. Ce public hétérogène est face à une double rupture : d'une part, celle provoquée par les attentats survenus un mois plus tôt – dont « Regards » commémore les victimes, et d'autre part, celle provoquée par le renversement du sens de la Fête. La transformation en hommage impose des illuminations « tout en sobriété », d'après un *tweet* de notre corpus de 2015.

L'expression photographique, en tant que moyen de médiation, permet ici de recréer le lien brisé par cette double rupture. Le public se trouve une nouvelle position : celle de témoin de l'hommage aux victimes, en permettant non seulement l'accès mais aussi l'archivage futur des images de l'installation « Regards ».

Cette position de témoin d'une cérémonie d'hommage a ceci d'intéressant qu'elle

institue un regard collectif sur l'événement, ce que nous remarquons dans notre corpus. Les photographies des berges de la Saône rendent saillante la grande similarité des images : plus d'un tiers des clichés dépeignent la même scène, à savoir le Palais de Justice et les bâtiments adjacents illuminés, au premier plan, et la Basilique de Fourvière sur la colline, en arrière-plan. Cette similarité évidente peut s'expliquer par la nécessité de faire appel à des points de vue convenus, donc confortables, pour aborder l'événement : produire des images de l'hommage en se conformant aux motifs touristiques, déjà prédéfinis, faciles à reproduire, permet d'affronter sans difficulté le choc de l'attentat. Paradoxalement, dans ce cas, reprendre prise avec l'événement passe par une certaine mise à distance du point de vue de l'auteur et de son jugement, dans l'expression photographique. Le geste, ici, peut être qualifié de documentaire : il s'agit avant tout d'enregistrer et de garder trace en mobilisant une esthétique de l'imagerie touristique.

D'ailleurs, nous pouvons postuler que le fait d'utiliser un point de vue convenu est une manière de s'intégrer dans un espace d'expression plus large : nous faisons les mêmes photos, parce que nous assistons à la même scène, mais aussi parce que nous cherchons à respecter les mêmes conventions esthétiques : il y a une « bonne photo » de la vue de Lyon depuis la colline de Fourvière. Comme nous l'avons vu avec BOURDIEU et al. [1965], se conformer à certaines règles esthétiques est une manière de signaler son appartenance à un groupe qui se distingue par son goût.

Certaines personnes, au lieu de reprendre un motif convenu, ont simplement republié des images dont elles ne sont pas l'auteur, selon une pratique de citation assez courante sur les médias sociaux¹⁰⁶. Cette citation est rendue visible par le fait que les quatre images qui accompagnent le *tweet* de Gérard COLLOMB, sont signées : la mention du compte de l'ancien maire de Lyon précédé du logo de Twitter se remarque en bas à droite de l'image. Cette signature permet de retrouver, assorties à des messages publiés par d'autres personnes, ces mêmes images. Dans notre corpus de 64 *tweets*, nous en comptons six qui reprennent telles quelles une ou plusieurs images publiées par la municipalité.

Depuis la republication de ces images à celle du message municipal dans son entier, il n'y a qu'un pas : nous comptons en effet à ce jour 1014 repartages du message de l'ancien maire de Lyon. Mais la différence notable réside dans le fait que les personnes s'autorisent dans le premier cas une marge de manœuvre : ne sont reprises qu'une seule ou deux des quatre images, par exemple, éventuellement assemblées avec d'autres clichés.

106. *Communication et Langages*, n°194, 2017 « Le partage photographique ».

La reprise de clichés déjà préparés par une autorité politique affichée pourrait s'interpréter comme une manière de s'approprier l'image à peu de frais, dans cette même dynamique de mise à distance vis-à-vis de ce qui advient : la délégation du récit est faite à l'auteur original du cliché, certainement sur la base de sa position d'autorité – à lui le soin de rendre compte de l'événement.

7.3 Étude de cas : la Fête des Lumières 2017 sur Instagram

Nous avons expliqué précédemment que nous avons dû écarter Instagram de l'étude, puisqu'il était impossible de collecter du contenu en raison du changement des CGU de la plateforme.

Suite à cela, nous avons effectué de la veille sur la plateforme, en passant par la méthode ethnographique. Nous nous sommes inscrit sur la plateforme, et avons constitué un *feed* où l'on retrouve des comptes institutionnels (mairie, métropole, région), des photographes qui gravitent autour de #igerslyon. Le but n'était pas de rassembler du matériel de recherche de manière systématique (à l'image de ce que nous avons fait sur Twitter) mais de se ménager la possibilité d'un éclairage « de l'extérieur » qui permettrait de mieux comprendre notre corpus, et éventuellement l'évolution des représentations. Le soir du neuf décembre 2017, nous avons pris trente-huit captures d'écran de la suite de *stories* présentée en annexe (p. 121), qui s'est révélée tout à fait intéressante. Il nous a semblé utile de présenter ce pas de côté, au milieu d'une étude principalement consacrée à Twitter, et de montrer en quoi il nous a aidé à comprendre les logiques à l'oeuvre.

Popularisée par Snapchat, les *stories* ont été ajoutées à Instagram en 2016. Cette fonctionnalité permet de publier du contenu éphémère, appelé *story* : photo, vidéo, texte, qui peuvent être agrémentés de *gifs*, ou de petits éléments interactifs comme des sondages. Ce contenu ne s'affiche pas sur le profil de l'utilisateur, mais dans un espace prévu à cet effet, dans un bandeau situé en haut de l'application. Ce bandeau contient les avatars de chaque compte suivi, sur lequel on peut cliquer pour accéder à ces contenus éphémères. Après vingt-quatre heures, le contenu est supprimé, sauf dans le cas des « *stories* à la une » qui sont affichées par l'utilisateur de manière permanente dans le haut de son profil.

Instagram n'affichant pas les publications « permanentes » dans un ordre chronologique (ainsi, une photo peut être affichée aux abonnés plusieurs jours après sa

publication), la *story* permet de retrouver une forme de synchronie avec ses abonnés : ce qu'ils voient a nécessairement été publié il y a moins de vingt-quatre heures. Son caractère éphémère permet également de publier du contenu plus intime, ou moins contrôlé que dans les publications « permanentes », dont MANOVICH [2016] a montré le caractère hautement codifié.

7.3.1 L'objet d'une communication institutionnelle

La Fête des Lumières fait aujourd'hui l'objet d'une importante communication institutionnelle. Prise en charge par la ville de Lyon, elle s'est longtemps déployée par des canaux classiques : affiches, *flyers*, etc. Depuis quelques années, elle n'échappe pas à la tendance observée par JEANNERET dans sa *Critique de la trivialité* : l'emprise des marques sur la communication ordinaire. Forte de sa présence institutionnelle sur les réseaux sociaux ainsi que de son réseau d'« ambassadeurs », la marque « OnlyLyon » produit d'une part du contenu valorisant Lyon, destiné à être largement « partagé », d'autre part encourage la production de ce contenu par des « amateurs ».

C'est dans ce contexte de communication particulier que se situe l'étude. En effet, les 38 captures d'écran de *stories* Instagram dont nous faisons l'analyse est publiée par le compte @onlylyon, c'est à dire le compte institutionnel de la « marque urbaine » lyonnaise.

Rappeler ce cadre d'énonciation particulier nous permet de prendre conscience du fait qu'il y a peut-être plusieurs énonciateurs, dans ce récit : d'une part, le *community manager*, la personne chargée d'animer le compte @onlylyon au nom de la « marque urbaine », et d'autre part, la plateforme, par les cadres qu'elle pose d'emblée à l'expression de ce dernier.

7.3.2 Deux programmes narratifs entremêlés

Venons-en aux résultats de l'analyse. Nous avons pris comme unité de base à la narration la capture d'écran. En décrivant, image par image, ce qui est présenté dans la *story*, nous pouvons nous apercevoir que cette dernière ne raconte pas, comme nous pourrions le penser de prime abord, uniquement l'histoire de la Fête des Lumières.

L'analyse précise de la *story* permet en effet de repérer deux programmes narratifs entremêlés : l'un raconte l'histoire de l'origine de la Fête des Lumières, l'autre fait une sorte de récit de la promenade dans le parcours de la Fête des Lumières, en 2017. Ces deux programmes narratifs ont été visualisés dans le tableau présenté en p. 145 du volume d'annexes, qui contient également un tableau plus complet, p. 141.

Les deux programmes narratifs semblent assez nettement cantonnés, l'un au plan du texte, l'autre, au plan de l'image. Le texte raconte l'origine de la Fête, l'image fait le récit du parcours contemporain.

Ainsi, l'image n° 30 (p. 136 du volume d'annexes) de notre corpus présente, d'une part, une photographie des badauds arrivant au sommet de la Montée de la Grande Côte (programme narratif correspondant à l'événement contemporain), et d'autre part, le texte suivant : « la solution va venir du ciel » (programme narratif relatif à l'histoire des origines de la Fête).

Quand nous regardons avec un grain plus fin, nous remarquons que les deux programmes narratifs ne sont pas séparés de manière hermétique : dans un cas, l'image vient prendre en charge les deux récits. Ainsi, l'image n° 20 représente une photo d'une marionnette de Guignol, élément cardinal de la tradition lyonnaise, pendant que le texte poursuit le récit des origines de la Fête des Lumières : « le jour J arrive ». A deux reprises, une pause dans ce récit est effectuée. Ces pauses permettent au récit de l'événement contemporain d'être développé par le texte et l'image à la fois.

Même lorsque les deux programmes narratifs sont bien répartis entre texte et image, il reste qu'ils se trouvent rassemblés dans une même image : les récits sont toujours entremêlés.

7.3.3 Une synthèse : réactiver le mythe et la position du public

En unissant ainsi deux récits différents, le narrateur, symboliquement, rend la Fête des Lumières ubiquitaire. Dans le même espace, et de manière simultanée, nous voyons se dérouler deux temps. D'une part le temps de la « tradition », incarné par le récit, d'autre part le temps de la Fête des Lumières contemporaine, mis en scène dans les différentes photographies des badauds et des installations.

En jouant ainsi à lier les deux temporalités, le compte de l'Office du Tourisme de Lyon semble adopter une stratégie telle que décrite ici par Anouk BÉLANGER :

« Ce qui est intéressant dans cette convergence entre investisseurs privés et conservation du patrimoine et des traditions locales, ce sont les nouvelles dynamiques qui requièrent que les grandes villes utilisent leurs histoires culturelles de façon contradictoire : d'une part, elles exigent que le passé soit valorisé, et, d'autre part, elles exigent que certains aspects du passé, soigneusement sélectionnés, soient marginalisés. » [BÉLANGER, 2005]

Ces deux temps (la « tradition locale » et « les nouvelles dynamiques » pour reprendre les termes de BÉLANGER qui s'appliquent très bien ici) sont comme tissés l'un avec l'autre : l'image et le texte présent sur l'image ne présentent pas le même programme narratif, amenant le récepteur de la communication à faire sans cesse

un lien entre les deux récits. C'est dans ce mouvement, laissé au lecteur, que la Fête des Lumières, dans son interprétation contemporaine, est légitimée par la tradition. C'est d'autant plus clair que le récit s'ouvre et se clôt par une référence à la Fête des Lumières actuelle comme étant une héritière de la tradition : l'image n° 3 présente une photo de lumignons aux fenêtres avec le texte « des lumignons aux fenêtres » qui introduit la question posée dans l'image suivante, « pourquoi ».

L'énonciateur constate une pratique encore active lors de la Fête des Lumières, et se propose d'en raconter l'histoire –le lien entre la Fêtes des Lumières moderne et celle des origines n'est pas discuté. Loin de là, il est pleinement assumé : l'image n° 37 présente le texte suivant « la tradition s'inscrit depuis lors dans la @fedeteslumières ». La nouvelle Fête des Lumières est ancrée dans la continuité longue d'une tradition séculaire.

Le passage constant d'un temps à l'autre permet également de renouveler le récit : en utilisant des formes médiatiques contemporaines (emojis, *hashtags*, vidéo, exploitation des outils de mise en forme du texte proposés par Instagram) et en se pliant aux codes narratifs non-écrits en vigueur sur la plateforme, le locuteur le transpose, en quelque sorte, dans les règles d'énonciation modernes. Cela permet de réactiver une tradition, de réécrire un mythe des origines. Cette réécriture permet à la génération qui en est à la fois l'énonciateur et le public de se le réapproprier.

Peut-être assistons-nous ici au récit caractéristique d'une génération particulière, celle de nos contemporains usagers des médias sociaux, qui se situent, avec leurs propres codes d'énonciation, leurs propres références culturelles, par rapport à ce passé qui leur appartient et se l'approprient pour en assurer la transmission, et donc, la pérennité. Ce faisant, ils participent d'un mouvement bien connu de VERNANT, qui, écrit, dans l'introduction de son livre [VERNANT, 1999], qu'un mythe n'est vivant que s'il est raconté. BARTHES [1957] ne dit pas autre chose : « le mythe est une parole ».

*

* *

A ce stade de l'analyse, il semble intéressant de confronter le concept de mythe au sens ethnologique au mythe au sens barthésien du terme.

En effet, pour ce dernier, le mythe est un système de signes second : il prend comme signifié un signe lui-même, en évacuant sa signification première.

S'il nous semble que qualifier l'ensemble des productions discursives et iconographiques autour de la Fête des Lumières de mythes au sens de BARTHES constitue une

utilisation abusive du concept, il semble bien que le mythe barthésien soit opérant à deux endroits.

D'une part, la manière dont la Fête des Lumières est typifiée sur les médias sociaux semble relever de la constitution d'un tel système, dans le sens où il n'est pas nécessaire de connaître le récit d'origine de la Fête et des illuminations privées pour en partager (et en apprécier) la photographie sur les médias sociaux. La photo de lumignons semble, dans cette perspective, fonctionner comme un signe à vide.

D'autre part, la manière dont l'hommage aux victimes est inséré à l'intérieur de la Fête semble bien s'apparenter à ce déplacement dont BARTHES fait état où le mythe « chasse » le sens premier pour la remplacer par une forme : « 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. » [ibid., p.222]



FIGURE 7.3 – Capture d'écran, faite le 23 juillet 2020, d'un *tweet* issu du corpus. L'auteur et la géolocalisation ont été anonymisés.



FIGURE 7.4 – Capture d'écran du *tweet* du maire de Lyon.



FIGURE 7.5 – Capture d'écran d'un *tweet* issu du corpus réalisée le 19 août 2020. L'auteur et le terminal ont été anonymisés.

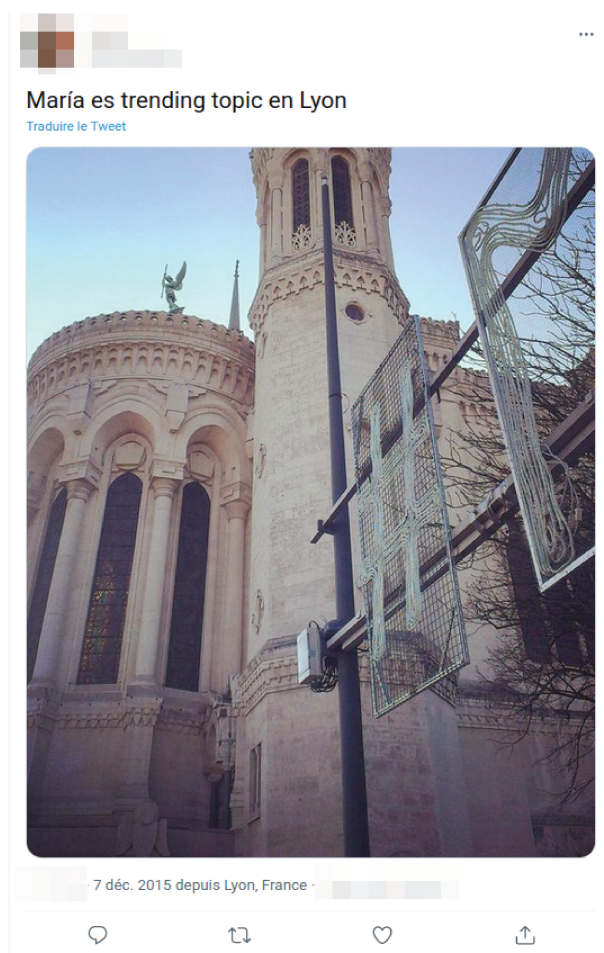


FIGURE 7.6 – Capture d'écran, faite le 12 juillet 2021, d'un *tweet* issu du corpus. L'auteur et le terminal ont été anonymisés.

J'ai finis mes lumignons édition 2015 #FeteDesLumieres



FIGURE 7.7 – Capture d'écran d'un des *tweets* de notre corpus.



FIGURE 7.8 – Capture d'écran d'un des *tweets* de notre corpus.

Chapitre 8

Un agencement de strates d'écriture

L'intérêt de penser notre objet en « strates » est de se forcer à séparer les différents niveaux d'écritures qui le composent pour comprendre comment ces derniers interviennent dans le procès de la signification.

Nous avons dégagé en deuxième partie les différents éléments qui participent selon nous de cette stratification, à savoir : le terminal, l'interface et les architextes du site, le code qui organise l'« énonciation computationnelle » GOYET [2017] du site, la position du locuteur, celle du destinataire, et enfin l'image, et ce qu'elle suppose comme niveaux de lecture.

Pour présenter notre parcours dans les différentes strates, nous pouvons envisager –si l'on met de côté les images, dont l'analyse est détaillée dans le chapitre suivant– trois groupes de « strates » : un premier, celui de la matérialité des pratiques (l'usage d'un terminal spécifique, le parcours touristique dans la ville...), un deuxième, celui de la plasticité du texte numérique (qui suppose des architextes et différents éléments liés à l'écriture spécifiques au Web), et enfin, un dernier groupe, qui concerne l'agencement éditorial opéré par le site (« l'énonciation computationnelle »).

8.1 Un corps engagé devant l'écran

Les images que nous observons sont d'abord le fruit d'une pratique sociale située, ancrée dans des conditions matérielles très précises, et ces images nous parlent d'abord de cela. Non pas en tant qu'elles sont le vecteur de significations, mais en tant qu'elles sont la trace d'une pratique.

En effet, elles attestent de la position géographique de leur auteur (est-ce qu'il déambule dans la ville, est-ce qu'il est chez lui?), elles attestent également du point

de vue de ce dernier. Ces images trahissent aussi la présence d'un terminal de prise de vue et de communication : le grain de l'image, son format, etc. seront directement affectés par cela. Ce terminal est enfin manipulé d'une certaine manière : il est tantôt tourné, tantôt tenu droit, peut-être à bout de bras pour faire un *selfie*, etc. Parfois l'image est floue parce que l'on a fait trembler l'objectif en bougeant ou que la lumière est insuffisante.

L'image est, fondamentalement une trace de l'engagement d'un corps dans un lieu. En effet,

« La photographie, pour Roland BARTHES, est d'abord un objet qui s'offre à plusieurs pratiques où s'engage à chaque fois le corps. Le corps du photographe qui "fait" la photo ; le corps du spectateur qui la "regarde" ; le corps de l'objet photographié qui la "subit". »
[GAILLARD, 2009]

Si c'est déjà sensible dans la photographie seule, le contexte de publication des médias sociaux ajoute de nouvelles empreintes du corps engagé dans la pratique photographique : les métadonnées. Celles attachées au *tweet*, mais aussi celles contenues dans les données EXIF de l'image.

Selon Louise Merzeau,

« Les empreintes que nous laissons sur les réseaux sont au cœur de ce processus qui permet aux récepteurs – destinataires ou non – de réarticuler les contenus selon leur interprétation. Utiles et signifiantes sans être encore des documents, les traces dépendent des opérations d'extraction, d'annotation et de réagencement auxquelles elles sont soumises. Alors que les contenus étaient jusqu'alors assignés à une matérialité qui les validait, les données numériques ne dépendent plus de la stabilité d'un support. » [MERZEAU, 2009]

Nous avons donc deux manières d'aborder la matérialité des pratiques dans ces images : d'une part parce que les corps sont visibles à l'image, d'autre part par les traces qu'elles génèrent.

8.1.1 Des parcours, des points de vue

Nous rappeler que la photographie est avant tout une pratique incarnée, située, nous permet de faire émerger la question du point de vue. En effet, comme nous l'avons vu dans la première partie, la *situation* géographique d'un corps dans l'espace urbain fait partie des facteurs qui vont déterminer ce qui sera photographié.

Si le choix de ce qui sera photographié est en partie déterminé par la déambulation du photographe, cette dernière peut suivre un parcours décidé à l'avance, ou, au contraire, s'en éloigner, comme l'a remarqué DE CERTEAU [1990] dans son analyse des parcours dans la ville.

En effet, pour aider les touristes dans leur visite, les points de vue « remarquables » sont signalés, par exemple sur les cartes touristiques, ou par des panneaux, qui invitent le promeneur à profiter de la vue à cet endroit.

La grande similarité de clichés entre eux a fait émerger deux questions : est-ce que ces images pourraient révéler des points de passage obligés, des points de vue routiniers dans la ville, et est-ce que ces points de vue obligés sont les mêmes que ceux des cartes postales ? L'hypothèse ici était que, en l'absence d'un parcours défini (puisque l'événement a été annulé) les personnes présentes auraient reproduit un circuit déjà connu, et cherché les points de vue sur la ville les plus exemplaires pour partager leur expérience.

Ici, la question est d'interroger le processus de documentation dans lequel s'inscrivent les personnes qui publient leurs photographies comme étant contraint, d'une part par les parcours touristiques, qui sont souvent polarisés autour de bâtiments reconnaissables, proposés par l'Office du tourisme et les différents guides ; et d'autre part, par un héritage plastique et médiatique, comme nous avons pu le voir dans la première partie : cartes postales, photographies présentées dans les guides et sur les plateformes numériques liées au tourisme.

Commençons par nous intéresser aux parcours. Les *flyers* distribués par l'Office du Tourisme constituent une documentation utile pour comprendre comment se déroule normalement la Fête des Lumières. Ces derniers présentent toujours une carte qui montre où se situent les installations artistiques et propose différents parcours thématiques dans la ville pour les découvrir. Nous disposons des cartes des éditions 2014, 2016 et 2017. L'édition 2015 n'a pas fait l'objet d'un tel document puisqu'elle a été annulée.

Dans son mémoire de M2, Alice JANIN, qui a travaillé sur les parcours de l'année 2017, explique que : « Les trois parcours proposés, bien que fractionnant de nouveau le territoire en trois, permettent de relier les installations entre elles et donc de redonner du sens à un événement qui apparaît de prime abord fragmenté. » [JANIN, 2018, p.32] et plus loin que : « Au-delà de ces aspects métaphoriques, les parcours visent évidemment une répartition des visiteurs afin de désengorger les points les plus visités, tout en valorisant des lieux moins fréquentés. » [ibid., p.33]

Nous avons, pour comprendre l'évolution de ces parcours, reporté sur une carte *Umap*¹⁰⁷ les différents points qui correspondent aux installations artistiques en 2014,

107. Carte des parcours de la Fête des Lumières de 2014 à 2017, Oriane PIQUER-LOUIS, CC-BY-NC-SA/Open License, https://umap.openstreetmap.fr/fr/map/parcours-de-la-fete-des-lumieres-2014-2017_244064 (consultée le 20/10/2021).

2016 et 2017. En comparant les points de la carte de 2014 et 2016, la diminution du périmètre des festivités survenue en 2016 apparaît nettement. D'ailleurs, ce périmètre ne reprendra pas son étendue d'origine en 2017. Nous remarquons aussi que le parcours change peu : il est, sans surprise, centré sur le cœur historique de Lyon, la presqu'île.

Intéressons-nous maintenant à l'édition 2015. Bien que dans notre corpus principal (celui de la Fête des Lumières 2015), reflète une situation particulière qui a encouragé la plupart des personnes à rester chez elles, les images montrent une grande diversité de localisations, témoins, sinon d'une déambulation dans la ville, au moins d'une expression ancrée dans des lieux. Lors de notre étiquetage exploratoire, nous avons relevé les localisations suivantes, ou dans l'image ou dans le texte qui l'accompagnait :

- Quais de Saône (74 *tweets*)
- Terreaux (38 *tweets*)
- Bellecour (26 *tweets*)
- Fourvière (21 *tweets*)
- Jacobins (19 *tweets*)
- Place de la République (16 *tweets*)
- Irak (12 *tweets*)
- Tour Incity (11 *tweets*)
- Confluence (11 *tweets*)
- Stade OL (9 *tweets*)
- Quais du Rhône (6 *tweets*)
- Rue de la République (4 *tweets*)
- Croix-Rousse (4 *tweets*)
- Palais de Justice (4 *tweets*)
- Saint Jean (3 *tweets*)
- Centre commercial de la Part Dieu (2 *tweets*)
- Pont Lafayette (2 *tweets*)
- Hôtel de Ville (1 *tweet*)
- Place Morel (1 *tweet*)
- Caluire-et-Cuire (1 *tweet*)
- Villeurbanne (1 *tweet*)
- Place Carnot (1 *tweet*)
- Vaise (1 *tweet*)
- Perrache (1 *tweet*)
- Ecully (1 *tweet*)

- Place de la Bourse (1 *tweet*)
- Opéra (1 *tweet*)
- Place Ampère (1 *tweet*)
- Rue Marietton (1 *tweet*)
- Quincieux (1 *tweet*)

Le total des *tweets* analysés est de 997, avec le léger biais que ces données proviennent de l'étiquetage « ouvert » (qui est par définition non-systématique). La médiane est à 3.

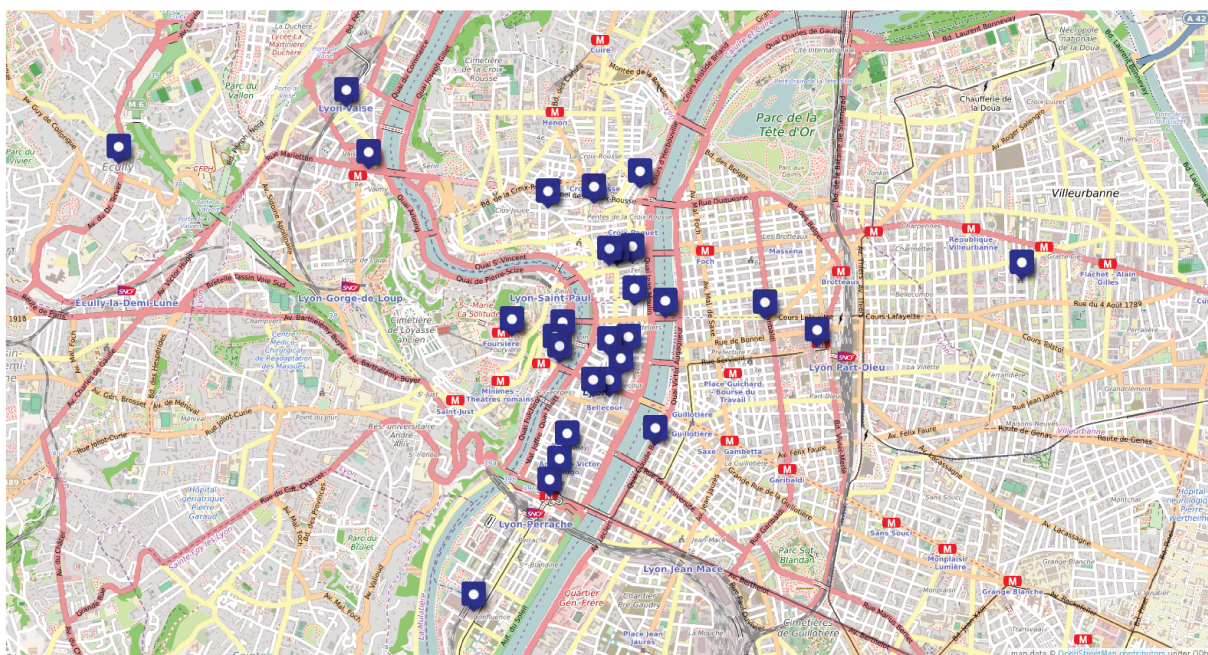


FIGURE 8.1 – Capture d'écran de la carte OSM faites à partir des données de localisation qualifiées par l'analyse. Fond de carte : OSM-Fr map data © contributeurs OpenStreetMap, licence ODbL

Si la grande concentration de photos reflète l'attroupement qu'il y a eu sur les quais de Saône pour voir la performance « Regards » projetée sur l'autre rive, nous remarquons la grande disparité des lieux représentés. La liste est non exhaustive puisque d'une part elle est le résultat d'un étiquetage exploratoire (nous avons pu manquer des lieux) et d'autre part les *tweets* ne contenant pas d'image n'ont pas été tagués (ce qui rend de fait l'étiquetage non exhaustif, puisque certains *tweets* sans image mentionnaient des lieux, mais nous avons décidé de nous concentrer sur les images).

Nous avons reporté ces lieux (ainsi que la quantité de *tweets* qui les évoquaient) sur notre carte. Nous avons pu remarquer qu'une partie des points coïncide avec les

lieux où les années précédentes, il y avait, d'après les différents *flyers* officiels de la Fête, des installations à visiter. Cela semble corroborer la thèse d'un parcours habituel pour le public de l'événement, quelle que soit par ailleurs la proposition de l'Office du tourisme lyonnais.

Notre deuxième hypothèse porte sur la manière dont ces situations dans l'espace, influencées par les parcours touristiques habituels conduisent à une reprise des points de vue canoniques de Lyon, qu'il est possible de retrouver dans les cartes postales notamment.

Dans une partie des clichés, la vue est prise de la fenêtre (comme rue Marietton, où c'est d'ailleurs l'auteur du *tweet* lui-même qui souligne la promptitude que sa rue a eue à s'illuminer), le corps photographiant est situé dans l'intimité de son logement, il est en retrait vis à vis de l'espace urbain.

Dans d'autres clichés, au contraire, la déambulation est largement documentée : la foule qui apparaît bien moins dense qu'à l'habitude, évidemment, les corps serrés les uns contre les autres. L'effort se devine également : gravir la pente de la Grande Côte, les marches de la montée vers Fourvière...

En revanche, si leur engagement dans l'image se laisse deviner, nous trouvons peu de corps individualisés. Il y a, dans nos 996 *tweets* étudiés, seulement 18 *selfies* (autoportraits pris du bout du bras) et 49 portraits (clichés représentant un ou plusieurs individus, mais pris par une autre personne).

Cette très faible part est tout-à-fait remarquable (ils représentent respectivement 2 et 5 % du corpus), d'autant que le *selfie* est une pratique populaire, notamment dans le cadre du tourisme. DONDERO [2007] a montré que s'inscrire dans la photographie était une pratique permettant de témoigner de sa présence.

Contrairement à notre hypothèse, d'une part le corps est peu signifié dans notre corpus, et, d'autre part, quand il l'est c'est le corps collectif qui prime : 41 photos (4% du corpus) montrent de la foule, ou des groupes de badauds (qui représentent 10% du corpus, avec 99 photos). Dans le petit sous-ensemble de photos mettant en scène des personnes dont il est fait le portrait, il y a nettement plus de photos (au moins le double) qui montrent des personnes ensemble que seules.

Ces groupes sont souvent indistincts, engagés dans la déambulation ou amassés autour d'un bâtiment : rassemblés pour la procession mariale (à Lyon, mais aussi à Erbil¹⁰⁸), autour de quais de Saône pour assister à la performance de *Regards*, à la Mairie pour entendre l'allocution municipale, ou place des Terreaux, pour se recueillir

108. Notre corpus contient une série de photos qui dépeint une fête des lumières « exportée » à Erbil en Irak, et notamment la procession religieuse.

devant le mémorial de fortune disposé au pied de la statue de Louis XIV.

Dans ce cliché (8.2), les badauds sont amassés sur les quais de Saône. Un groupe assez compact se devine. L'auteur de l'image a pris le soin d'évoquer le geste photographique, opérant ainsi une mise en abyme.

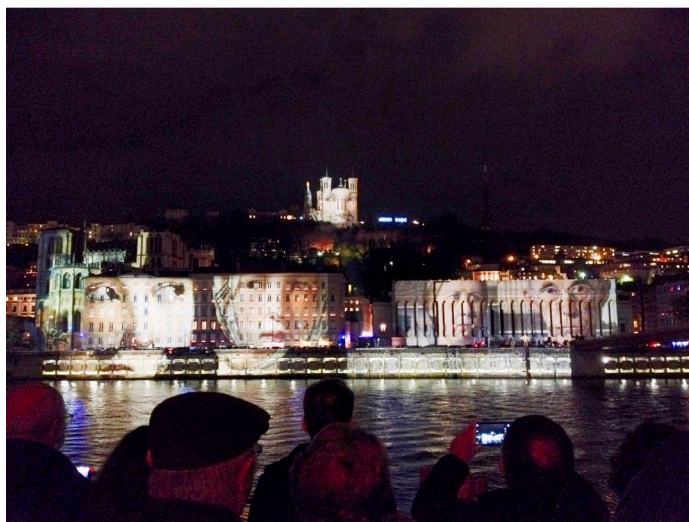


FIGURE 8.2 – Photo issue de notre corpus. Auteur : @Remilepogam

Une autre photo, prise Place de la République, reprend le même motif.

Ce motif a été également remarqué par Nicolas NAVARRO [2018] dans son étude sur le quartier de Grandclément à Villeurbanne.

Cette présence relativement significative du corps collectif dans les images peut s'expliquer par la nécessité, dans le témoignage d'un hommage aux victimes de « faire corps » autour de la fracture occasionnée par les attentats.

Elle peut aussi s'expliquer, simplement, par le fait que la foule constitue un sujet « indistinct » plus aisément « photographiable » que les sujets individuels, reconnaissables. Dans son rapport de post-doctorat, NAVARRO [ibid.] explique que « lors d'événements publics, il est possible de prendre en photos des gens, notamment parce qu'ils sont en grand nombre et que la photographie n'est donc pas centrée sur l'un d'eux ».

Il faut donc remettre ces résultats très timides dans leur contexte : la présence de ce corps collectif est peut-être simplement le fruit des circonstances plus qu'une volonté délibérée de signifier.



FIGURE 8.3 – Photo issue de notre corpus.

Mais il reste que ce silence autour du corps –qui concerne la majorité des images, interpelle.

Finalement, c'est par la mise en scène des lumignons que les auteurs des clichés de mettent en scène et s'investissent dans l'image.

8.1.2 Un « faire-public »

On observe en effet qu'une grande majorité des clichés concerne la documentation de la pratique des illuminations privées : d'après notre étiquetage exploratoire, 284 clichés (ce qui représente 29% du corpus total, 32 % des éléments étiquetés) de notre corpus contiennent des lumignons, ou à la fenêtre ou disposés dans l'espace public.

En effet, le public vient confirmer, en se prêtant au jeu de la documentation de sa propre pratique, ce que le récit explique, en l'instituant comme instigateur et dépositaire d'une tradition séculaire.

La force du récit mythique de la Fête des Lumières passerait donc par ce qu'on pourrait appeler son « faire-public », la manière dont le public est investi d'une responsabilité, d'une activité intrinsèque, qu'il est appelé à confirmer en retour.

Les installations sont très photogéniques, comme nous l'avons montré précédemment : aussi, les médias sociaux voient affluer chaque année, de nombreuses photos

des installations. La foule devient à elle-même son propre spectacle : le public se représente lui-même prenant en photo les installations ou posant des lumignons. S'il n'a pas allumé de lumignons, il témoigne de sa participation. En 2015, la place de la République est illuminée également : des flambeaux sont allumés sur toute la place, probablement en hommage aux victimes de l'attentat du 13 novembre. C'est l'une des rares choses « à voir » ce soir-là dans la ville après l'annulation de l'événement, avec l'oeuvre de KNIPPER.

Prenons comme exemple le cliché n° 8.3, assorti originellement du commentaire suivant : « Ces lumières brillent dans nos cœurs en #hommageauxvictimes des #attentats et nous guident dans nos valeurs #FDL2015 ». L'activité d'être public se déplace complètement sur l'hommage dans le texte du *tweet*, mais le cliché met bien en scène ce public venu, un peu comme chaque année, photographier des illuminations dans la ville, à l'occasion d'un rituel urbain auquel il est maintenant rompu.

Ainsi, le fait que les internautes « mélangent », dans les représentations qu'ils produisent, le sens premier de la Fête des Lumières (la référence à Marie), le caractère touristique de l'événement et l'hommage aux victimes semble confirmer notre hypothèse. La capacité du rituel à s'emparer de codes externes pour rester pérenne semble en effet liée à l'expression du public, à sa capacité à « tenir ensemble » tous les éléments d'un rituel urbain, qui, symboliquement, repose sur lui.

Sur le plan du contenu des discours, nous observons ainsi plusieurs récits qui s'enchâssent. Par exemple, le *tweet* dont la photo est montrée dans l'illustration 8.3, mais aussi dans celui montré dans l'illustration 7.7 : l'auteur intègre un moment de vie lyonnaise ancré dans la tradition (la fabrication, en famille, de lumignons à l'approche du 8 décembre) à la nouvelle dynamique proposée par les acteurs officiels : rendre hommage aux victimes de l'attentat.

RICŒUR, en commentant Aristote, nous dit du travail de la *poiesis* (de la mise en intrigue) qu'elle permet de médiatiser « les deux pôles de l'événement et de l'histoire » [RICŒUR, 1983]. Le récit personnel du visiteur vient jouer ce rôle de médiateur. Il permet au récit de l'hommage aux victimes (événement) de s'enchâsser à l'intérieur du récit mythifié de la tradition lyonnaise (histoire).

8.1.3 En creux, la présence du terminal

Enfin, nous avons aussi pu voir que le terminal était bien présent, dans les caractéristiques de l'image : leur grain ou leur format, parfois, trahissent le geste de la photographie prise en déambulant, téléphone à la main.

Ainsi, 239 photos de notre corpus (25%) possèdent un format qui évoque clairement celui de l'écran du téléphone : elle sont la trace du geste de prise de vue avec un smartphone.

De la même manière, nous recensons 132 photos carrées (19 % du corpus), signe non seulement de la prise de vue par le biais du smartphone, mais de son recadrage après coup.

Quelques clichés montrent que les traces d'un retravail du cliché *via* des filtres proposés par une application de *smartphone*, essentiellement ceux d'Instagram.

Nous avons émis l'hypothèse que beaucoup de *tweets* seraient géolocalisés : nous avons pu voir dans la deuxième partie que ce n'était pas du tout le cas. Dans ce cas, c'est plutôt un silence des métadonnées produites par le terminal (et sa configuration par l'utilisateur) puisque c'est lui qui est impliqué dans la géolocalisation *via* l'usage du GPS.

8.2 Le travail du texte numérique

Ces images sont aussi des inscriptions dans un contexte particulier qui est celui du Web et des médias sociaux. En ce sens, elles participent à un espace qui a sa dynamique propre, et ses codes d'écriture spécifiques.

Ces derniers constituent à la fois les cadres de l'expression des internautes (au sens de GOFFMAN) et les techniques qu'ils peuvent exploiter de manière créative pour s'exprimer. En effet, nous savons que les architextes des médias sociaux cadrent l'expression en ligne, en imposant des formats (par exemple, 250 caractères pour un message sur Twitter, ou le format carré des images sur Instagram), des catégories (par exemple la désormais célèbre catégorie « it's complicated », qui a donné son titre au livre de danah BOYD, pour qualifier la nature d'une relation sur Facebook), en proposant une palette restreinte d'outils d'expression (notamment les « petites formes » comme le *like*). Mais nous savons aussi que les utilisateurs ont une marge de manœuvre et peuvent utiliser le système de manière imprévue par son ou ses concepteurs, comme l'enquête de DE CERTEAU [1990] le montre.

Nous avons donc porté attention à la manière dont le texte numérique travaille l'expressivité dans ce corpus en cherchant à saisir en quoi les cadres techno-sémiotiques de l'expression jouent un rôle et quel est celui du pouvoir d'agir propre des internautes.

8.2.1 D'un contexte à l'autre : sédimentations d'écriture

Nous avons souligné, dans la première partie, que les médias sociaux avaient la particularité de permettre facilement de détacher un message de son contexte de production original.

Ce phénomène a deux conséquences. D'abord, il occasionne de nouvelles interprétations du message, puisque l'interprétation est sensible au contexte, et donc change en partie le sens de ce dernier. C'est ce qu'il s'est passé avec le *tweet* mentionné en illustration n° 8.4. L'internaute, en effectuant le geste de citation qui consiste à republier une capture d'écran d'un autre *tweet*, sort ce dernier de son contexte d'interprétation originel et en propose sa lecture, ce qui force l'interprétation du message.



FIGURE 8.4 – *tweet* tiré de notre corpus.

Ensuite, cette porosité entre les contextes permet ce que nous pouvons appeler des sédimentations d'écriture : dans un même message, différents régimes d'écriture sont enchâssés les uns dans les autres. Nous en avons plusieurs exemples dans notre corpus.

Dans l'image 8.5¹⁰⁹ l'auteur a ajouté à sa photographie une inscription avec une typographie particulière. Ce n'est probablement pas lui qui a dessiné cette inscription : elle lui a été suggérée, probablement par Snapchat, sous forme de filtre à apposer sur l'image.

Snapchat propose en effet la fonction « geofilter », qui permet à l'utilisateur d'apposer à son image un message textuel en lien avec le lieu dans lequel il se situe. Ces messages consistent en une inscription portant le nom du lieu, dans une typographie stylisée, parfois accompagnée de petits dessins, évoquant la ville (*skyline*, bâtiments représentatifs...).

109. Le lecteur sera peut-être surpris du choix de l'image dans notre corpus : nous avons gardé ce *tweet* parce qu'il nous semblait évoquer une pratique touristique classique –venir à Lyon à l'occasion de la Fête des Lumières– même s'il n'évoquait pas la Fête directement. Il comportait aussi de nombreux éléments à analyser.

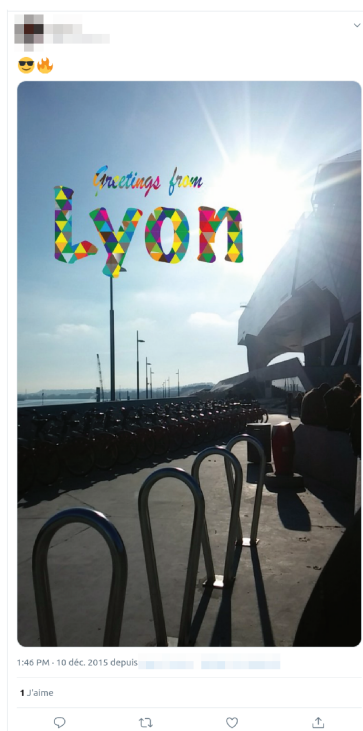


FIGURE 8.5 – Capture d'écran, faite le 23 juillet 2020, d'un *tweet* issu du corpus. L'auteur et la géolocalisation ont été anonymisés.

Ces filtres sont ce que Snapchat appelle des « filtres communautaires », c'est à dire que ces formes graphiques sont créées par des personnes qui les proposent sur le site. Snapchat se réserve évidemment le droit de les diffuser ou non. Ces filtres étaient très en vogue en 2015-2016 et sont moins populaires aujourd'hui.

En l'espèce, nous lisons l'inscription « Greetings from Lyon » : elle est directement l'héritière, dans sa formulation comme dans le style de la typographie, de célèbres cartes postales américaines. Nous avons ici une intéressante sédimentation : entre l'héritage esthétique et symbolique de cette carte postale et la pratique d'écriture, qui consiste à utiliser un modèle d'écriture dans un système et le reporter dans un autre.

Cela va dans le sens de l'hypothèse de DE LEMOS MARTINS, OLIVEIRA et DA LUZ CORREIA [2011] sur la carte postale : « La carte postale permet ainsi de tracer le chemin entre les formes interpersonnelles de communiquer de l'âge de la poste et de la reproductibilité analogique, et les supports de l'époque du Web 2.0 et du numérique » [ibid.].

En effet, l'usage qui est fait de la photographie ici semble en effet très proche de celui d'une carte postale. Il s'agit d'utiliser la valeur de preuve de la photographie (l'indicialité chez BARTHES) pour attester de sa présence dans un lieu remarquable. C'est



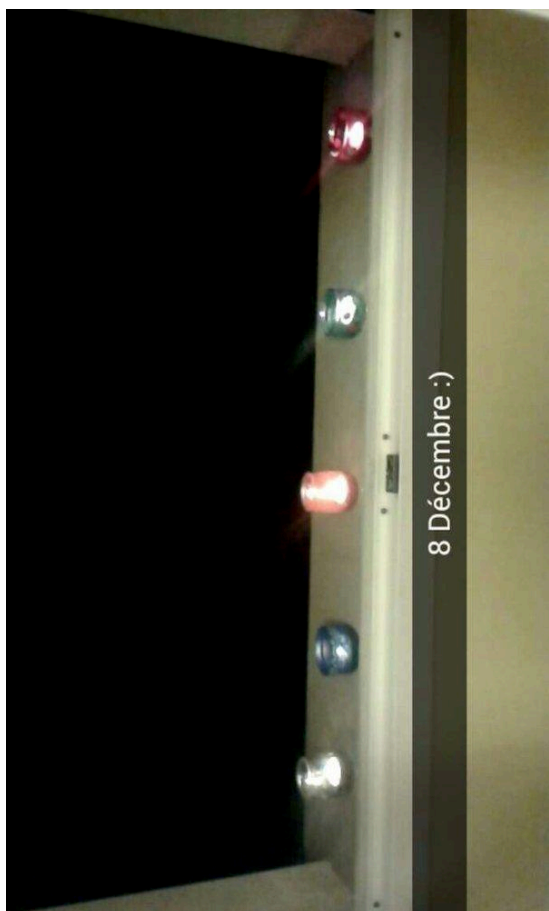
FIGURE 8.6 – Carte postale. 4 vues de Lyon. Inscription(s) sur l’image : "124. Souvenir de Lyon. E.R."; "Lyon - Basilique N.-D. de Fourvière. Vue latérale; Lyon - Place des Cordeliers; Lyon - Place de la Comédie; Lyon - Colline de Fourvière". Bibliothèque municipale de Lyon / B01CP69000 000198. CC-BY-NC-SA.

bien ce type d’usage vernaculaire de la communication par l’image photographique que les auteurs de l’article visaient. Mais nous remarquons ici que ce n’est pas seulement cet usage de la photographie qui a perduré mais aussi les formes graphiques et sémiotiques mobilisées par la carte postale : photographie d’un bâtiment emblématique, typographie originale mettant la ville en valeur, assortis d’un court texte, destiné parfois à n’être qu’un prétexte à l’envoi de la carte postale [GILLEN et N. HALL, 2010]. Nous retrouvons tous ces éléments ici.

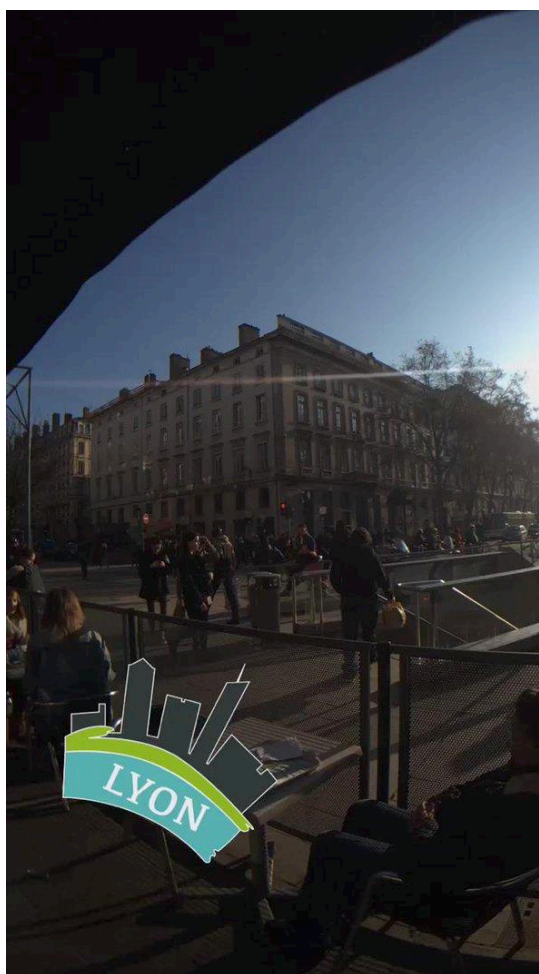
Dans notre corpus, nous trouvons deux autres exemples de ce type de sédimentation d’écritures avec Snapchat.

Le premier (figure 8.7a) montre un usage d’une des fonctions les plus basiques de Snapchat, qui consiste à ajouter à l’image un court message, disposé dans un petit encadré transparent, sans mise en forme particulière.

Le deuxième (figure 8.7b) est plus intéressant : nous soupçonnons là aussi l’usage d’un filtre –et probablement, là aussi, d’un « géofiltre »– qui vient renforcer à outrance la valeur de témoignage de la photographie, déjà prise en charge par la nature même de la photographie BARTHES [1980]. Le fait que l’image représente Lyon est attesté à la fois par ce filtre, qui affiche sur l’image « Lyon » agrémenté d’une petite « skyline » de la ville, et par l’image elle-même, où l’on devine une sortie du métro lyonnais.



(a)



(b)

FIGURE 8.7 – Deux exemples d'utilisations de Snapchat tirés du corpus

La sédimentation des écritures peut être aussi plus fine, comme dans le *tweet* en figure 7.8. Nous remarquons que le texte du *tweet* lui-même est constellé de *hashtags*, une pratique très courante. Il faut souligner que l'auteur, qui écrit en espagnol, a laissé les *hashtags* en français, pour que son *tweet* apparaisse bien dans les collections en *français*. Deux régimes d'écriture se croisent alors : la parole de l'auteur, qui énonce un discours, dans sa langue, et les *hashtags* (eux-mêmes dans une autre langue) qui permettent à ce discours d'être classé.

L'étude de ces cas nous donne un aperçu de la porosité entre les différents espaces d'écriture. Loin d'être des silos imperméables les uns aux autres, les plateformes sur lesquelles s'expriment les internautes constituent des espaces poreux entre lesquels ces derniers font des allers-retours incessants, occasionnant ces sédimentations d'écriture.

8.2.2 Composer une image, assumer un point de vue

Cela nous amène à nous poser la question de la marge que possèdent ces derniers, pour s'exprimer dans un espace extrêmement cadré, où la reproduction du discours est favorisée par les architextes : « Dans le flux incessant des messages qui défilent sur nos timelines, plus personne n'est véritablement un auteur. Curateurs de nos propres affinités, nous ne signons nos contenus qu'au deuxième degré, sur le mode de la citation, du vote et du relais. » [MERZEAU, 2013]

Notre corpus ne comporte pas uniquement des images identiques : certains montrent une composition ou un point de vue original –en comparaison avec les photos voisines. Nous pouvons distinguer deux types d'images « originales » : d'une part, celles qui se distinguent par leur écriture photographique (le cadrage, la profondeur de champ, l'angle de prise de vue, la composition...) et, d'autre part, celles qui se distinguent par la mise en contexte de l'image.

Intéressons-nous d'abord aux images qui affirment un point de vue par l'écriture photographique. Ainsi, la présence de l'inscription lumineuse en haut de la colline de Fourvière a fait l'objet de deux intéressants clichés, du même auteur. Ces derniers font partie des clichés les plus travaillés graphiquement du corpus.



FIGURE 8.8 – *Tweet* d'une personne ayant assisté à la Fête

La première image (figure 8.8) montre le *hashtag* monumental #mercimarie depuis la colline de Fourvière où il est installé. Il est donc montré à l'envers puisque l'inscription

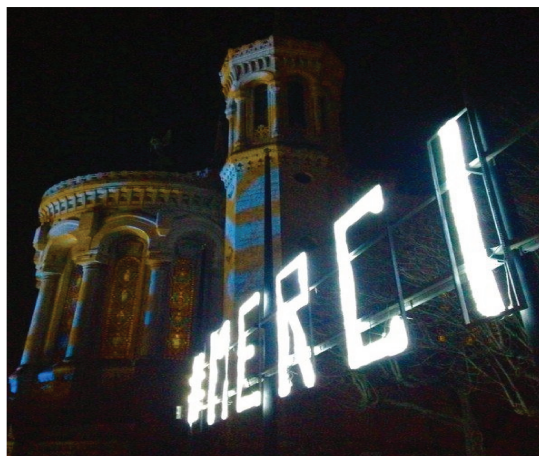
lumineuse est installée pour être vue depuis Lyon en contrebas. Ici, l'inscription n'est pas entière puisque le cadrage est fait uniquement sur « merci ».

Si le point de vue explique cette image en miroir (c'est simplement ce qu'on voit depuis l'esplanade de la colline de Fourvière, au pied de la basilique), il force néanmoins à regarder l'inscription autrement, comme une matière lumineuse, en contraste avec la nuit environnante, et non comme un message.

Bonne #FeteDesLumieres ! #MerciMarie #8decembre #ImmaculateConception #Avent
#JubileelaMisericorde #JubileeofMercy <https://t.co/...>



(a) Première image et texte du *tweet*



(b) Deuxième image



(c) Troisième image

FIGURE 8.9 – *Tweet* d'une personne ayant assisté à la Fête

Le deuxième *tweet* comporte trois images. La première d'entre elles est une capture d'écran prise depuis l'affichage de Korpus : les trois petits ronds en bas de l'image indiquent simplement qu'il y a trois images dans le *tweet* et permettent de les faire défiler.

On notera le rôle que jouent les architextes : lorsqu'il y a plusieurs images dans le même *tweet*, Twitter les présente juxtaposées les une aux autres, en mosaïque. Korpus

utilise une mise en page de type carrousel où l'on passe d'une image à l'autre.

Une deuxième série attire notre attention : les visages projetés (il s'agit de la performance de *mapping* vidéo *Regards*) sur le Palais de Justice ont inspiré deux personnes (figures 8.10 et 8.11). Au lieu de documenter la performance artistique depuis les quais de Saône, ces internautes ont pris le parti de saisir les regards de plus près.



FIGURE 8.10 – *Tweet* d'une personne ayant assisté à la Fête

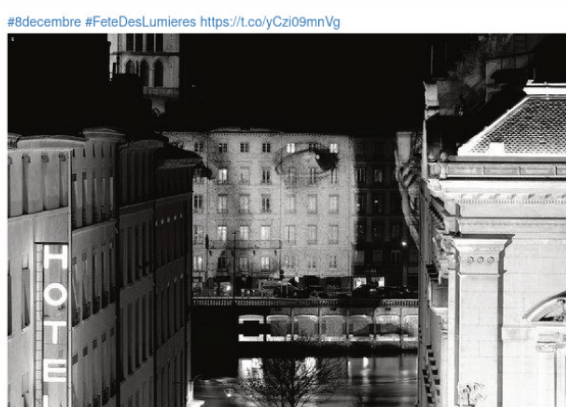


FIGURE 8.11 – *Tweet* d'une personne ayant assisté à la Fête

En effet, dans ce cas, l'auteur du message compose un montage de photographies. Par exemple, ce *tweet* (figure 8.14), où la personne commente « tradition et hommage à



FIGURE 8.12 – *Tweet* d'une personne ayant assisté à la Fête



FIGURE 8.13 – *Tweet* d'une personne ayant assisté à la Fête

Lyon hier soir! », et ajoute deux images : celle des lumignons disposés sur le parvis de la mairie durant la cérémonie d'hommage, et celle de l'installation « Regards ». L'auteur du *tweet* donne ici son interprétation de l'événement, à savoir un retour à ce qui est perçu comme traditionnel (allumer les lumignons) et un hommage aux victimes de l'attentat. La juxtaposition des deux images nous permet de comprendre que ce qui symbolise le retour à la tradition pour cette personne, c'est l'image du parvis rempli de lumignons. En effet, cette image en elle-même constitue un message équivoque : il enchâsse à la fois le symbole le plus clair de la tradition de la Fête des Lumières (les lumignons), mais aussi la référence au temps d'hommage solennel, pendant lequel les personnes présentes ont aussi déposé des gerbes de fleurs et des messages de soutien. En revanche, l'autre photographie, celle des prénoms défilant sur le bâtiment, ne laisse aucun doute sur sa signification comme hommage, puisque c'est le but de cette insertion dans l'installation.

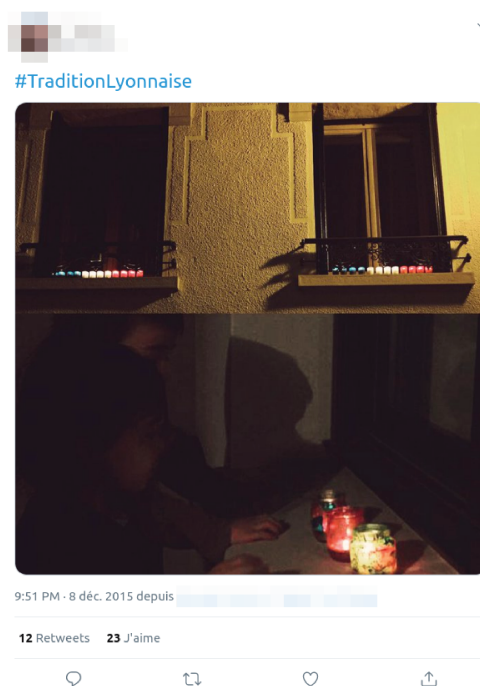


FIGURE 8.14 – *Tweet* d'une personne ayant assisté à la Fête

L'analyse de notre corpus semble montrer que l'affirmation d'un point de vue permet également de témoigner de l'événement en se le réappropriant.

Ainsi, l'utilisation de la photographie devient trace, un témoin authentique d'une œuvre (*Regards*) par définition évanescence et éphémère, puisqu'amenée à n'être présentée au public qu'une fois, le soir du huit décembre, et composée d'images mobiles, qui s'évanouissent les unes après les autres. Par ce geste de documenter ce qui advient, le public réécrit l'œuvre, en la transposant sur un autre support, mais aussi en la faisant varier au prisme de sa propre interprétation, de son jugement, en se la réappropriant enfin par la publication dans cet espace particulier qu'est Twitter.

Ces différents exemples nous montrent comment les médias sociaux sont des espaces qui permettent aux internautes, non seulement d'assembler plusieurs écritures (la leur, celle que leur impose la plateforme, celle que leur imposent éventuellement d'autres plateformes, mais également de « braconner » et de se ménager un point de vue original, au sein d'un espace enclin à favoriser le semblable.

8.2.3 Délégation et expression sur le Web

Même si les internautes peuvent jouer avec les différents régimes d'écriture, mettant en jeu une véritable tactique au sens DE CERTEAU, ce pouvoir de « jouer avec le terrain

qui lui est imposé tel que l'organise la loi d'une force étrangère » [DE CERTEAU, 1990] est limité.

En effet, dans plusieurs cas, nous remarquons que l'écriture du message est déléguée, complètement à la plateforme :

- en utilisant un *hashtag*, à charge du lecteur de cliquer dessus pour se faire une idée de la signification du message ;
- en important le message depuis une autre plateforme, comme Instagram ou Foursquare, qui met en forme de manière automatique le message, ou en postant « manuellement » une image ayant déjà fait l'objet de pratiques d'écriture ou de réécriture sur une autre plateforme (par exemple Snapchat ou Instagram). Il faut insister ici sur l'importance d'avoir des éclairages via des petits corpus récoltés sur d'autres plateformes : les pratiques ne se cantonnent pas à leur plateforme d'origine, il y a une grande porosité. Pour comprendre les images qui circulent sur Twitter, il faut en réalité comprendre le fonctionnement des autres plateformes pour bien suivre dans quelles « strates » passe le document.
- en réutilisant des textes déjà proposés : gifs, stickers, filters, qu'ils viennent de Twitter ou d'autres plateformes

8.3 Incrire en collections : l'écriture qui ne dépend pas de nous

Dans cette partie consacrée au texte numérique vu comme un agencement de strates d'écritures, nous avons pu voir comment, en premier lieu, l'auteur du *tweet* était engagé dans l'expression. Nous avons vu ensuite que les messages faisaient l'objet de recontextualisations à différents niveaux. Dans les deux cas, l'auteur du *tweet* en écrivant (en composant un message original) ou en réécrivant (en reprenant à son compte le message d'un autre) reste le principal énonciateur du texte. Intéressons-nous maintenant à ce qui relève d'une écriture qui n'est pas sous le contrôle de l'auteur du *tweet*.

Il faut rappeler ici qu'une des particularités des messages que nous étudions est que Twitter, en industrialisant les pratiques, produit un enregistrement incessant de ces dernières. Ceci nous permet d'aborder la matérialité que ces écritures induisent : il s'agit, finalement, d'impulsions électro-magnétiques dans des disques.

JEANNERET, dans sa *Critique de la trivialité*, se positionne « contre la thématique de la dématérialisation des contenus », et rappelle qu'il a « insisté sur le fait que les

objets écrits de l'écran nécessitent une double matérialité (matérialité de la panoplie écran/processeur/imprimante, matérialité des métaformes présentes en trompe-l'œil sur l'écran). »[JEANNERET, 2014, p. 604]

Si l'utilisateur final perd souvent cet aspect de vue, il est toujours utile de rappeler que, bien qu'ils nous apparaissent comme « immatériels », « virtuels », ou encore être situés « dans le cloud », ces outils de communication reposent sur des éléments industriels loin d'être aussi éthérés que les mots qui y sont associés le suggèrent. Ainsi, l'existence même du site twitter.com, qui est le théâtre de la communication dont nous faisons l'analyse, est permise par l'hébergement, dans d'immenses *datacenters* (centre de données)[DIGUET, LOPEZ et LEFEVRE, 2019], en plusieurs endroits du monde, de puissantes machines, capables de recevoir énormément d'inscriptions au même moment.

Car toute communication sur les médias sociaux déclenche non pas une, mais de multiples inscriptions. Par exemple, le *tweet* cité dans notre première partie, pour commencer, a peut-être été répliqué sur plusieurs serveurs différents quand il a été publié. Ensuite, il a fait l'objet de partages : il a été, à ce jour, repartagé 1014 fois – c'est-à-dire qu'il y a eu mille et quelques inscriptions dans les bases de données de Twitter, donc sur des disques durs. Enfin, s'il a eu autant de succès, c'est que ce *tweet* a été consulté : pour transiter d'un point à l'autre du monde, en réalité les données sont copiées. A minima, les quatre photos que comporte ce *tweet* ont dû être copiées temporairement sur le disque dur de l'ordinateur de la personne qui consultait le *tweet* pour qu'elles puissent être affichées à l'écran.

Ces multiples inscriptions placent l'hommage dans un régime documentaire bien particulier, celui du *comput*, dirions-nous à la suite d'Yves JEANNERET. L'hommage est compté, copié, mesuré : l'incrémentation du compte dans une base de données peut aussi être considérée comme une écriture.

Nous avons étudié les inscriptions qui ont lieu lorsque l'auteur de la photographie la publie (la photo est enregistrée dans une base de données), et lorsque le cliché est le sujet d'opérations éditoriales de la part d'autres internautes (commentaires, reprises, etc. qui enrichissent cette base de données) [BOULLIER et CRÉPEL, 2013]. Mais, à l'instar de la planche composée pour les soins de l'analyse, la plateforme, elle aussi, opère des sélections et des classements –à partir du *comput*, ce qui est compté par la machine : le nombre de vues, de likes, de repartages. . . Nous pourrions avancer qu'elle *informe* la perception que l'utilisateur final pourrait avoir de l'événement par la consultation du site.

Informer, c'est « donner une forme, une structure signifiante à quelque chose¹¹⁰ », c'est à dire poser les cadres, les catégories avec lesquelles la photographie ou le message sera interprété. Cela passe ici par une organisation éditoriale, elle aussi industrialisée : c'est l'algorithme de Twitter qui organise, dans la *timeline* de l'utilisateur, les contenus les uns à la suite des autres, en opérant des choix, en intercalant des contenus publicitaires entre deux messages.

8.3.1 Un geste documentant pris en charge par la plateforme

Du point de vue de la compréhension des processus narratifs sur les médias sociaux, notre analyse se focalise sur la manière dont la mémoire de l'événement est restituée de manière automatisée.

Le programme de Twitter organise une collection à partir du contenu publié et étiqueté « #fdl2015 ». Évidemment, cette collection photographique, présentée au chercheur trois ans après l'événement n'a rien à voir avec celle que le même chercheur possède dans son corpus¹¹¹, puisqu'elle procède de choix éditoriaux effectués eux aussi, sur la base de ce qui est compté. Ce décalage d'une collection à l'autre met en valeur l'éditorialisation qui est faite par la plateforme. Ce geste éditorial, entièrement automatisé, est aussi un geste d'écriture qui donne a posteriori, un point de vue sur l'événement.

Le geste éditorial est partagé, puisqu'en apposant le *hashtag* officiel de l'événement, l'auteur de chaque photo l'a positionnée dans cette collection.

Il est intéressant de comparer ces pages aux pages que proposent Facebook pour se remémorer des événements (fig. 1.6 et 1.7). S'il y a un geste éditorial déjà fort dans ces pages reconstituées, il dépend de l'utilisateur final, qui doit former la requête : ces pages n'existent qu'en puissance.

8.3.2 Un paradoxe : témoignage photographique et espace documentaire instable

Nous l'avons vu dans notre deuxième partie, l'une des particularités des espaces numériques que nous observons est leur grande instabilité, autant sur le plan de la

110. *Trésor de la langue française*

111. Les *tweets* sont affichés dans l'ordre chronologique, même lorsque le chercheur construit une planche thématisée. Ce n'est pas le cas avec la collection produite par Twitter, qui s'appuie sur différents critères, qu'on ne peut pas connaître précisément, notamment la notoriété des messages, pour composer cet affichage.

forme que sur le plan du contenu. En effet, non seulement l'interface d'affichage des messages a beaucoup varié dans l'espace de cette recherche doctorale ; mais nous avons été aussi confrontée au fait que les messages étaient parfois supprimés par leurs auteurs, ou que les comptes de ces derniers avaient été passés en privé.

Or, nous l'avons vu, les images dont nous faisons l'étude ont, pour beaucoup, une valeur de témoignage : elles sont là pour attester de la participation de leur auteur à un temps symbolique fort dans la vie de la ville. Elles sont amenées à certifier le « j'étais là », bâti sur l'indicialité dont parle BARTHES, que montre DONDERO [2007].

Les photographies ont d'autant plus cette valeur de témoignage, qu'elles sont des photographies, qu'on utilise justement pour prolonger les temps forts en les offrant à la contemplation quelques temps après, comme un témoin à qui l'on demande de raconter ce qu'il a vécu :

« Parce qu'elle peut faire l'objet d'une contemplation collective et quasi-cérémonielle, la photographie et surtout la photographie en couleurs prolonge la fête dont elle participe et dont elle signale l'importance. » [BOURDIEU et al., 1965, p.48]

Or le régime documentaire qui préside à la vie culturelle des images sur Twitter n'est pas fait pour cela. Il est marqué par l'immédiateté et la logique de flux : un *tweets* chasse l'autre. La sédimentation temporelle est accidentelle.

« Désormais, la visibilité des informations ne se joue plus uniquement sur le temps profond qu'enregistre l'autorité méritocratique du PageRank, mais sur la capacité virale à créer une fenêtre d'attraction pendant laquelle une information va être massivement relayée. Avec Twitter, la vitesse de contagion de l'information est devenue un nouveau principe de classement des informations. » [CARDON, 2011]

Cette logique de publication a donc pour corollaire qu'y faire exister le passé est extrêmement difficile : tout message plus récent chasse les autres. Or, dans un témoignage, dans une logique d'hommage, un message ne perd pas de sa valeur symbolique s'il est plus ancien.

Cela n'empêche absolument pas les usages mémoriels des différentes plateformes de se développer ; les usages composent, dans un mouvement que DE CERTEAU aurait appelé tactique, avec ces logiques de flux. C'est le cas avec la page Facebook « DT64 », consacrée à une ancienne station de radio, étudiée par KAUN et STIERNSTEDT [2014].

Il est intéressant de noter la tension entre la manière dont Facebook, par exemple, présente les contenus, et la logique essentiellement documentaire de ces systèmes. En effet, les médias sociaux présentent à leurs utilisateurs les contenus selon le critère du flux et de la nouveauté : un message chasse l'autre. Il faut publier régulièrement pour être « visible ». Mais dans le même temps, les utilisateurs du site se voient présenter

des architextes qui trahissent la nature documentaire du système auquel ils ont affaire : fondamentalement, Facebook propose à ses utilisateurs des formulaires. Aussi, les utilisateurs trouvent assez logique d'utiliser ce système pour construire une archive mémorielle. C'est le cas des personnes interrogées dans le cadre de l'article de KAUN et STIERNSTEDT [2014]. Ils montrent en effet comment cette tension se déploie dans l'usage d'une page commémorative.

Cet article est intéressant en ce qu'il concerne un effort de fabriquer une mémoire partagée. Le sujet qui nous occupe est assez proche, de ce point de vue.

Pour que la page mémorielle fonctionne, il faut que les modérateurs de la page déplacent leur action, de la mise en valeur de la mémoire à la mise en valeur de la *présence* :

« Page owners or moderators become increasingly focused not on narrative (history, memory, and storytelling) but on presence : on constant updates to keep the flow of the page to maintain its visibility for their members (in their newsfeeds). They follow, hence, the inherent principles of the platform and contribute to the increased flow.¹¹² »

Mais, tout en s'adaptant à celle-ci, les utilisateurs, en insistant pour rassembler des témoignages, poussent cette logique de flux dans ses retranchements.

La question qui peut alors se poser est : comment concilier, dans le cadre d'un événement aussi important symboliquement que la Fête des Lumières, cet usage social de la photographie avec la nécessaire volatilité de ce qui est publié dans des espaces marqués par une logique de flux ?

8.3.3 Déléguer la mémoire de l'événement à Twitter : le cas de la Fête des Lumières 2015

Pour essayer de comprendre comment ces photos « résistaient » au temps, nous nous sommes intéressé à une fonctionnalité un peu particulière de Twitter, qui consiste à rechercher, après coup, le *hashtag* officiel d'un événement –ce que nous avons fait en 2018, trois ans après, et en 2020, cinq ans après. L'algorithme de Twitter se charge de restituer à l'internaute désireux de se replonger dans l'événement, un résumé photographique¹¹³). Ce résumé photographique est le produit d'une requête faite à

112. Traduction (par nos soins et avec l'aide de Deepls) : « Les propriétaires ou modérateurs de pages se concentrent de plus en plus non pas sur la narration (histoire, mémoire et récit) mais sur la présence : sur des mises à jour constantes pour maintenir le flux de la page afin de préserver sa visibilité pour leurs membres (dans leurs fils d'actualité). Ils suivent donc les principes inhérents à la plateforme et contribuent à l'augmentation du flux. »

113. Il est possible d'accéder à cette collection en suivant ce lien : [#fdl2015](https://twitter.com/search?f=images&vertical=default&q=%23fdl2015&src=typd) est le *hashtag* officiel de l'événement).

l'API de Twitter depuis le site Web : nous avons fait une recherche avec comme mot-clé le *hashtag* « #FDL2015 », que nous avons filtré pour n'afficher que les photographies¹¹⁴.

Mais là où les utilisateurs observés par KAUN et STIERNSTEDT [ibid.] résistent, quelque part, en faisant exister, dans un système qui fonctionne sur le modèle du flux, la mémoire qu'ils se sont donné la mission de conserver en publiant régulièrement de nouveaux messages, ce que nous pouvons observer ne fait pas forcément état de la même dynamique.

Typiquement, nous pourrions nous attendre, en consultant cette page, à trouver des résurgences de la Fête des Lumières de 2015, mais publiées plus tard, pour faire exister le souvenir en dépit de la logique de flux imposée par Twitter. On trouve quelques messages, qui relèvent d'une stratégie de « présence » [ibid.] : une personne qui publie non pas des photos, mais des vidéos, successivement, pour qu'elles restent visibles. Ainsi, nous remarquons une publication le 13 décembre, le 22, le 23, le 27, le 9 janvier 2016, puis le 13.

Mais c'est probablement les seuls *tweets* qui relèvent de cette stratégie. Elle n'a pas été choisie pour faire perdurer l'événement. Il semble que la mémoire de l'événement ait été en grande partie déléguée à la plateforme. Par conséquent, cette mémoire est nécessairement parcellaire : les contenus publiés sur Twitter étant très volatiles, la collection rassemblée par l'API en 2020 ne ressemble pas à celle dont nous avons fait la « photographie » en 2018 : certaines personnes ont fermé leur compte Twitter, ont restreint l'accès à leur compte, ou ont supprimé leurs *tweets*. Nous retrouvons ici les questions soulevées par Valérie SCHAFER autour de la mémoire du Web [SCHAFER, 2019].

Nous remarquons également la présence de photographies sans rapport avec la Fête des Lumières. Cela s'explique par la dynamique des collections expliquée en section 2.2.3. Le *hashtag* de la Fête des Lumières se comprend comme un acronyme : FDL renvoie à « Fête des Lumières » et 2015 à l'année. Ainsi, le *hashtag* officiel de la Fête des lumières 2016 est FDL2016 et ainsi de suite. Mais cet acronyme pourrait signifier autre chose. C'est ainsi que le *hashtag* est apposé à des messages qui n'ont pas de rapport avec la Fête des Lumières. Ainsi, la première image de notre série de captures d'écran représente un ouvrage scientifique (publié chez Springer) qui rassemble des travaux présentés lors d'une conférence dont l'acronyme est le même : « Forum on specification and Design Languages Conference (FDL) ». Cela illustre bien les réflexions menées en section 2.1.1 sur le statut particulier de la documentation sur les médias sociaux et leurs conséquences sur les effets de sens produits par ces mises

114. Une série de captures d'écran faites en 2018 est disponible p. 67 des annexes

en collection automatisées.

*
* *

Que nous apprend ce parcours entre les « strates » ? En accordant une attention plus fine aux objets, l'industrialisation du regard apparaît comme un processus loin d'être uniforme. Il serait confortable de penser que le simple fait de publier son message sur les médias sociaux le transformerait d'un coup en un produit industriel prêt à l'emploi. C'est moins tranché que cela.

On s'aperçoit que le regard est d'abord attiré par une logique de points de vue, de points d'intérêts, qui façonne depuis longtemps l'industrie touristique ; ces points de vues sont par ailleurs ménagés par l'aménagement urbain, qui orchestre des jeux de perspectives, une forme de scénographie.

Cette logique, largement exploitée par l'industrie de la carte postale, ressurgit dans le travail du texte numérique, qui se plaît à assembler des images originales avec des formes prêtes à l'emploi, montrant une intrication fine entre expression de soi et acceptation d'une contrainte industrielle.

Enfin, arrive la plateforme et sa capacité à organiser des représentations en collections : la logique combinatoire détricote le sens patiemment sédimenté, tout en le rendant consommable à l'envi.

L'analyse permet en somme d'éclairer en quoi l'industrialisation du regard est le résultat d'un *agencement* entre des technologies, des formes, des pratiques, et non un conséquence de la seule activité des médias sociaux.

Chapitre 9

Ce que l'« agir computationnel » fait à l'événement

Dans sa thèse, Samuel GOYET [2017] propose le concept d'« agir computationnel », qu'il définit ainsi dans son glossaire :

« Mode d'action spécifique aux ordinateurs et plus largement à toute machine computationnelle. Il se caractérise par l'exploitation systématique, par le calcul, de toutes les possibilités d'un ensemble combinatoire dont les limites sont définies en amont par un être humain. Cette activité ne suppose pas une volonté autonome, mais un automatisme – une faculté de mouvement sans intervention humaine. » [ibid., p.629]

Grâce à cela, certains sites peuvent être organisés selon une logique éditoriale dont la particularité est d'être largement attribuable à des agents machiniques. GOYET appelle cela l'« énonciation computationnelle ».

« Dans un écrit d'écran, part de l'énonciation qui revient aux entités computationnelles dans le texte lisible. L'énonciation computationnelle désigne le fait que tout écrit d'écran est le résultat, au moins en partie, de l'exploration de tous les possibles d'un ensemble combinatoire par le biais du calcul formel. Ainsi, ce qu'on lit à l'écran est l'un des possibles retenus par les entités computationnelles à l'œuvre dans la production de ce texte. Par exemple, la page de résultat Google est générée par un algorithme (le PageRank) qui scanne un ensemble de documents pour les discriminer et les classer par ordre de pertinence – telle que définie par le PageRank. Il choisira de mettre en avant les dix ou quinze documents les plus pertinents. Le même tri pourrait être effectué par un humain, mais il y a une différence radicale avec le tri humain : l'algorithme scanne effectivement tous les documents à sa disposition ; cette exploration se fait par le biais d'un calcul combinatoire, permettant une telle exhaustivité. Cette différence de nature (le calcul) permet une différence de degré (masse des volumes scannés). » [ibid.]

L'agencement éditorial à la fois des *timelines* et des collections rassemblées par la recherche, par exemple, d'un *hashtag*, obéit à ce principe. L'événement est donc

documenté à la fois par ceux qui s'expriment à cette occasion, mais aussi par le système éditorial autour. Les ensembles éditoriaux ainsi produits sont de nature particulière. Ils agencent des gestes documentaires (apposer un *hashtag*, mentionner un compte, par exemple) avec une logique computationnelle qui vient modeler ces éléments selon des critères qui en sont pas connus du lecteur. Un *tweet*, même avec le bon tag, peut ne jamais apparaître dans la collection liée à ce tag, pour cette raison.

En première partie, nous avons vu comment les images étaient cadrées par des productions culturelles qui circulent de manière massive dans l'espace public, comme les cartes postales ou les photos de presse. Les images stéréotypées de la Fête des Lumières sont en partie issues du contact prolongé du public avec ces images. Sans qu'il y ait citation explicite, nous avons ainsi tendance à reproduire ces images. Notre regard est éduqué par ce que nous regardons.

La publication de photographies sur les réseaux sociaux, selon nous, procède de la même logique de stéréotypisation des images, mais avec un acteur supplémentaire : Twitter est avant tout un programme –ou un ensemble de programmes. Ce sont ces programmes informatiques qui régissent l'affichage et l'organisation des contenus qui y sont postés. Ce sont eux qui régissent aussi les *moyens d'écrire* et donc cadrent le format de ce qui est produit. C'est cela qu'on appelle l'« industrialisation des moyens d'écrire » [JEANNERET, 2014].

Comme tout artefact produit par la main de l'homme, un programme hérite de ses biais et des choix qui ont été faits lors de sa conception. Lorsque GOYET [2017] parle d'action éditoriale du code informatique, il n'est pas en train de personnifier un objet inanimé (un programme), en lui prêtant des intentions : il met le doigt sur la manière dont le code industrialise des choix éditoriaux qui ont été pensés en amont par des humains.

« L'action éditoriale du code informatique, c'est donc précisément d'allier une mémoire sociale des formes et la structure discrète des données informatiques, structure dont la documentation de l'API fournit dans le cas présent la grammaire. C'est une action éditoriale en ceci qu'elle donne sens à une foule d'éléments disparates en les liant par une mise en page, par une mise en texte : le code détermine la hauteur et la largeur du lecteur, la place respective des éléments les uns par rapport aux autres... En vertu de cette mémoire sociale des formes et de son rôle essentiel dans la recomposition effectuée par Twitter, nous soutenons donc que la machine ne fait pas que "manipuler". Elle intègre dans son fonctionnement des modèles culturels. Elle recontextualise les différents fragments et leur donnent un "sens", par le choix de certaines organisations visuelles. » [ibid., p.321]

Comme il l'explique ici, l'organisation de Twitter s'appuie sur une mémoire sociale des formes, qu'elle reproduit et qu'elle amplifie. En industrialisant les moyens d'écrire

[JEANNERET, 2014], Twitter encourage la production de documents qui se ressemblent.

Cela a un impact sur la manière dont nous percevons le sens de ces ensembles éditoriaux ; dans un journal par exemple, la ligne éditoriale est connue du lecteur : il peut comprendre la sélection de chaque article en s’y rapportant. Sur Twitter, les critères de cette sélection ne sont jamais énoncés clairement, le lecteur ne peut qu’opérer des déductions à partir de certaines régularités (comme l’audience d’un *tweet*, le nombre de personnes qui y répondent, entre autres).

Ce qui nous amène à nous demander comment cette éditorialisation industrialisée change notre rapport au récit d’un événement.

9.1 Une « généalogie » des images

Les images dont nous faisons l’étude sont par certains égards semblables aux images de presse, en ce qu’elles ressassent, elles aussi, des motifs [BEYAERT-GESLIN, 2006]. Cette reprise d’images existantes ancre l’expression dans une forme de généalogie, puisqu’elle reprend à son compte des formes qui existaient déjà. Cette reprise se fait dans le contexte particulier de Twitter, qui d’une part, comme la plupart des médias sociaux, favorise cette reproduction du même, et d’autre part change la mise en collection des images.

Le travail des motifs de la presse, à la télévision

Dans son article, Anne BEYAERT-GESLIN [ibid.] explique comment la presse peut être vecteur de motifs partagés. En effet, elle montre comment l’image de presse, pour être efficace, emprunte son langage à des motifs plastiques antérieure à elle, comme la peinture classique. Ainsi, une femme éplorée devant son enfant à Kaboul aura les traits d’une Madone ; la photographie d’une salle de marchés boursiers nous rappellera une peinture de bataille de DAVID.

Nous pouvons transposer ce raisonnement, cette fois non pas de la peinture classique à la presse, mais de la presse à l’image vernaculaire sur les médias sociaux. Nous avons émis l’hypothèse que dans le cadre de l’événement qui nous occupe, c’est à dire l’édition 2015 la Fête des Lumières, il y avait aussi une généalogie visuelle.

Pour évaluer cette hypothèse, nous nous sommes mise en quête d’image d’archives : nous avons cherché dans les archives du *Progrès* à la Bibliothèque Municipale de Lyon, et dans le fonds documentaire en ligne de la même bibliothèque.

Notre corpus contient peu d’images de presse, mais la présence, en particulier, du

motif de l'enfant au lumignon, que TAROU [2010] a identifié dans son mémoire, se fait remarquer. Ce motif est présent, comme le montrent les annexes, depuis 1964 (Annexe N.5, page 94 du volumes d'annexes). Il était certainement présent auparavant.

Sans grande surprise, nous retrouvons ce motif dans la peinture du 17e siècle : chez RUBENS (*Vieille femme et garçon avec des bougies*, vers 1616-1617), ou Georges DE LA TOUR (*Saint Joseph charpentier*, vers 1642).

Il faut concéder à ce motif sa puissante médiagenie et sa conformité à la rhétorique caractéristique de la Fête des Lumières : le contraste entre lumière et pénombre.

Comme nous pouvons le voir dans les planches constituées en annexes (p.25 du volume d'annexe), les images de la Fête des Lumières de 2015 puisent leur inspiration dans des images de presse beaucoup plus anciennes.

Twitter, de l'image ressassée à l'image industrialisée

Le travail d'étiquetage sur les formats a permis de mesurer la grande porosité entre les médias sociaux : environ un tiers des messages de notre corpus provient d'Instagram, *via* l'API du site. En prêtant une plus grande attention au corpus, on repère que, sans utiliser le système prévu à cet effet, plusieurs utilisateurs ont réutilisé des photographies produites pour d'autres sites.

En effet, on repère plusieurs images (19 au total) issues de l'application *Layout* d'Instagram, reconnaissables, d'une part au format carré, d'autre part à la partition opérée dans l'image.

On compte également huit images qui présentent les signes de l'intervention d'une application comme Snapchat, reconnaissable à l'ajout de texte dans l'image dans un petit bandeau (illustration),

Regarder la ville au prisme des collections

L'étude de la photographie touristique nous permet de comprendre comment peut se construire la formation d'une « bonne image » à capturer (carte postale, « points de vue » à ne pas manquer) :

« Photography have been crucial in constituting the very nature of travelling and gazing, as sites turn into sights, they have constructed what is worth going to 'sightsee' and what images and memories should be brought back. » [URRY et LARSEN, 2019, p.178]¹¹⁵

115. Traduction par nos soins : « La photographie a joué un rôle crucial dans la constitution de la nature même du voyage et du regard touristique (*gazing*) : à mesure que les sites se transforment en

Les médias sociaux viennent apporter une nouvelle dimension à cette dynamique, en accélérant la standardisation formelle des images. Plusieurs travaux, en particulier sur Instagram où c'est le plus prégnant, ont permis de montrer qu'il existe bien un « lissage normatif du regard » lectrice de Manovich [MANOVICH, 2016], Marine Siguier [SIGUIER, 2020] explique que :

« [c]es normes esthétiques président à la production de contenus rendus presque interchangeables par le lissage normatif du regard porté sur les sujets photographiés, quels qu'ils soient. De l'assiette du repas au livre lu, "l'Instagramism" produit une vision commune, issue d'un travail assumé sur l'image. » [ibid.]

À force de voir les mêmes images, dont la production est industrialisée, cadrée par les architextes (les filtres, en l'occurrence, notamment) l'internaute se fait une idée de la « bonne image » à publier, et à son tour participe à la passation des critères esthétiques de ce que MANOVICH appelle « l'Instagramism ».

L'étude de NAVARRO [2018] corrobore la théorie de MANOVICH en montrant que les règles de fonctionnement rigides d'Instagram sont perceptibles dans les discours des photographes ; il y a une *bonne photo*, une *bonne temporalité de publication* : « Après les utilisateurs d'Instagram, la moitié des gens savent comment ça fonctionne. La diffusion le soir, la diffusion le dimanche. (BJ) » [ibid., p.88], indique un *verbatim* d'entretien.

En observant plusieurs itérations de la Fête sur différents médias sociaux, nous estimons qu'il est possible qu'un phénomène similaire soit en jeu ici, c'est à dire que le fonctionnement de Twitter ait eu une influence sur le choix de la « bonne image » à publier.

9.2 Un récit pris dans les engrenages de la documentation

Ce que nous observons avec le plus d'acuité, c'est que le récit est autant pris en charge par les personnes qui envoient les messages que par l'espace documentaire dans lequel ils évoluent.

Nous avons remarqué précédemment qu'il était difficile d'évaluer le contexte technosémiotique d'expression des *tweets* qui composent notre corpus principal. Malgré cette limite méthodologique, nous avons pu relever quelques éléments qui selon nous relèvent d'une prise en charge du récit par le site du réseautage social.

curiosités, elle détermine ce qui vaut la peine d'être visité et quelles images et quels souvenirs doivent être rapportés.

Tout d'abord, nous pouvons nous intéresser à la manière dont l'interaction entre temps et récit est travaillée par le site de réseautage social. Ensuite, nous pouvons nous intéresser à la manière dont Twitter contraint des formats d'écriture, et enfin, il nous semble que les *tweets* peuvent être considérés avec le cadrage théorique du « fatras sémiotique » proposé par DESPRÉS-LONNET [2004].

9.2.1 Temporalités de l'expression et récit

Commençons par l'articulation entre temporalité et récit. En effet, d'après [RICŒUR, 1983 ; RICŒUR, 1985], le récit est un moyen de s'intégrer dans une temporalité qui nous dépasse : « Par sa périodicité, le rite exprime un temps dont les rythmes sont plus vastes que ceux de l'action ordinaire. » [RICŒUR, 1985, p.155]

Il permet de situer son locuteur dans une suite d'événements en lui donnant sens ; raconter la Fête des Lumières constitue donc une manière de se glisser dans un temps séculaire, d'y trouver sa place, et par là *performer* un lien symbolique avec le territoire qui en est le théâtre.

Nous avons remarqué que notre corpus principal, où l'inscription dans un temps cyclique est articulée à des temporalités de l'ordre de l'événementiel. Dans l'expression photographique que nous observons ici, la mise en scène des signes de la tradition (qui est soit involontaire, dans le sens où l'on a suivi un appel à l'hommage aux victimes sans nécessairement relier le geste à une tradition lyonnaise, soit volontaire et souvent le message qui accompagne l'image insiste sur cette filiation), instaure une temporalité cyclique, celle du rituel. Ce cycle est aussi présent dans l'évocation de la Fête des Lumières « normale », la fête touristique qui revient, elle aussi, tous les ans.

Mais l'intérêt de ce corpus réside dans le fait que deux temps se confondent. En effet, dans ce temps cyclique qui s'installe, malgré tout, dans ces images, intervient un événement : celui de l'attentat terroriste, qui modifie le cours de la Fête et impose un temps de recueillement et d'hommage. En empruntant au langage visuel de la tradition, les images viennent enchâsser les deux temporalités, les deux récits.

Ces temporalités articulées entre elles sont travaillées par le cadre techno-sémiotique de Twitter dont nous pouvons interroger la relation au temps : en étudiant les captures d'écran de la recherche faite en 2018 à propos du *hashtag* officiel de la Fête des Lumières 2015 (p.67 du volume d'annexes) nous avons pu remarquer que le site recompose, à partir de critères qui nous échappe, une visualisation de l'événement à laquelle il semble difficile de donner le statut d'archive de l'événement. En effet, il ne s'agit pas d'un projet documentaire, qui consisterait à conserver, comme c'est le cas dans la

démarche de la Bibliothèque Municipale de Lyon avec son fonds « Photographes en Rhône Alpes », la trace d'un événement. Les photos peuvent disparaître suite à la suppression du compte de leur auteur ou du *tweet* concerné, sans concertation entre les acteurs.

9.2.2 Twitter, un dispositif d'écriture fragmenté et contraint

Cela nous permet de revenir sur le cadre particulier dans lequel s'expriment les internautes sur Twitter et la manière dont il semble jouer ici.

Un cadre de délégation du pouvoir d'écrire

En effet, la manière dont les médias sociaux amplifient certaines représentations et parviennent à les imposer est à prendre en compte dans cette étude. Nous avons exposé précédemment le cadre théorique autour du concept de délégation exposé par Bernhard RIEDER. Celui-ci explique dans sa thèse comment les éléments logiciels à qui l'on délègue des opérations symboliques influencent en retour ces opérations : « Le travail que font les métatechnologies s'inscrit dans l'économie de cette couche et exerce son influence sur la production, la communication et l'interprétation des informations ainsi que sur la structuration des échanges, de la communication. » [RIEDER, 2006, p.110]

Il semble tout à fait légitime d'appliquer cette théorie de la délégation à l'interface d'un site Web aussi complexe que Twitter. En effet, en cliquant sur « Tweeter », l'utilisateur délègue bien au système sa capacité à communiquer un message aux autres. Le clic vaut pour un contrat tacite dont les termes pourraient être « j'accepte que Twitter enregistre mon message et le conserve, et je laisse Twitter prendre en charge l'affichage (et donc la mise en forme) de ce message dans les *timelines* de mes abonnés (et donc le contexte éditorial de cet affichage) ». L'auteur du *tweet* délègue clairement l'enregistrement et la communication de son message.

Si le geste de délégation est très clair dans l'écriture, nous pensons que dans le cas des médias sociaux, il y a également un accord tacite dans l'acte de lecture sur les médias sociaux.

En effet, la lecture suppose également l'accord sur un contrat tacite, celui d'une organisation éditoriale : pour le même texte, se saisir d'un livre et d'une tablette ne constitue pas le même geste social. En me saisissant d'un livre, en creux, j'accepte que le texte me soit présenté *comme livre*. Et donc j'accepte la présentation qui est faite du contenu auquel j'accède. Le concept d'énonciation éditoriale [SOUCHIER, 2007] est

particulièrement utile pour comprendre cela. Ce dernier rappelle d'ailleurs que le concept d'énonciation éditoriale, en mettant en lumière la manière dont le sens du texte dérive également de sa forme (et non seulement de son contenu), il donne à voir des relations de pouvoirs dans l'établissement du texte :

« En effet, le texte ne tisse pas uniquement des relations « intertextuelles » avec les autres textes qui constituent l'horizon culturel dans lequel il se meut, au sens où l'entendait Julia Kristeva, il est également le creuset d'une énonciation collective derrière laquelle, à travers des techniques et des situations, s'affirment des fonctions, des corps de métier ainsi que des individus... Et dans cet espace composite se nouent – fatalement – des enjeux de pouvoir qui se donnent à lire ou à voir dans le corps même des objets que nous analysons. »
[SOUCHIER, 2007]

Dans le cas d'un livre, ce cadre est fixe. Le livre a une certaine forme, impose une certaine pagination, certaines marges etc. mais tous ces choix éditoriaux ne changent pas. Une fois que le livre a cette forme, il n'en change pas. Sur les médias informatisés, le texte peut changer de forme avec le temps. Nous avons vu dans la première partie que Twitter avait changé son énonciation éditoriale plusieurs fois dans le temps de la présente thèse.

Il y a bien ici une relation de pouvoir dans le sens où l'on accepte les termes d'un affichage pris en charge le système, apparaît. L'internaute ne délègue pas expressément son pouvoir, mais il accepte bien une organisation éditoriale, il accorde du pouvoir sur la forme du texte au site qu'il consulte (et donc sur sa propre lecture), puisque le site peut changer cette dernière. Le contrat se renouvelle virtuellement à chaque nouvelle consultation du site.

L'internaute ne délègue pas seulement l'affichage de son *tweet* au sein du site de réseautage social, l'accès aux contenus peut se faire en dehors de Twitter (parce qu'on a des contenus modulaires, qui peuvent exister en dehors de la *timeline*, être intégrés sur d'autres pages, etc.) [GOYET, 2017].

Nous pouvons soutenir, à partir de là, que cette influence est de l'ordre de l'industrialisation. En effet, les conditions qui permettent l'interprétation des images, les conditions de sa *mise en sens*, sont produites selon un modèle industriel. En exploitant à plein la logique du contenu modulaire, réorganisable selon des requêtes différentes à l'infini, Twitter produit un environnement où l'interprétation des contenus est à la merci de logiques techniques.

Les contraintes formelles imposées par le site

Rappelons avec Louise MERZEAU [MERZEAU, 2013] que l'utilisateur de Twitter est incité « à maîtriser l'impact de ses tweets (c'est-à-dire à choisir un style, un timing et un ton qui susciteront repartages et mentions) pour augmenter sa propre autorité » : une dynamique d'éditorialisation de soi qui nous interdit d'imaginer la plateforme comme réceptacle de discours complètement spontanés. Les utilisateurs sont encouragés à se mettre en scène.

Paradoxalement, c'est ainsi que Twitter, loin de laisser libre cours à une myriade de discours d'expression de soi, différents et bigarrés, instaure « un ordre consensuel garant d'une synchronisation du collectif qui sélectionne certains messages pour en accroître l'impact attentionnel » [ibid., p.5]. Pour que l'image soit « partageable » il faut qu'elle soit cadrée de telle manière, avec telle composition, etc. Les clichés, pris ensemble, se ressemblent. Expression de soi, donc, mais sous les fourches caudines d'une économie médiatique qui impose des formats, des rythmes, des points de vue. Le but n'est pas seulement de dire et de montrer, mais de le faire dans l'objectif que l'énoncé soit liké, pour que ce soit vu et repris [GOMEZ-MEJIA, 2017].

C'est ainsi qu'on peut également interpréter la similarité des clichés : il s'agit de faire une photo qui montre les bons marqueurs, les références architecturales qui seront connues de tous et qui faciliteront la circulation du cliché.

Non seulement les images seront choisies avec soin en fonction de leur « partageabilité », ce qui tend à uniformiser ce qui y est représenté, mais en sus, les architectes des médias sociaux contraignent l'écriture de leurs usagers. Ainsi, Yves JEANNERET remarque :

« [la] capacité qu'offrent les architectes d'industrialiser, non pas des œuvres achevées mais des moyens d'écrire, et par là de créer des situations de communication, est dynamisée par cette logique de délégation du pouvoir d'écriture. Elle permet la production massive de textes et de documents originaux (entendre : non produits précédemment) par les usagers eux-mêmes ainsi que la mise en circulation de nombreuses œuvres existantes. »
[JEANNERET, 2014]

La panoplie d'outils mis à disposition des utilisateurs configure, par des champs et des possibilités réduites de personnalisation, l'écriture. La liste de filtres¹¹⁶ prédéfinis sur Instagram ou la galerie de *gifs* sur Twitter provoquent cet effet : parce que le choix est restreint et cadré, les messages ont tendance à se ressembler.

Ce détour par l'économie de la trivialité nous permet de mieux qualifier l'écriture à laquelle nous sommes nous sommes ici confrontés : nous poursuivons l'analyse

116. Ce qu'on appelle un filtre dans le cadre des médias sociaux, c'est un élément prédéfini qu'on ajoute à l'image : cela peut ajouter simplement un message (comme ici) ou changer l'image (en appliquant un filtre sépia, l'image prendra cette teinte, un filtre moustache ajoutera des moustaches aux visages).

sémiologique de l'image photographique et sa mise en contexte en nous concentrant sur le *tweet* et sur toutes les strates d'inscription qu'il sous-tend.

9.2.3 Twitter, résolument un « fatras sémiotique »

Marie DESPRÉS-LONNET [2004] utilise la notion de « fatras sémiotique » pour désigner la manière dont les interfaces graphiques sous Windows assemblent des signes qui n'ont pas de lien évident pour les utilisateurs avec leur référent. Nous pouvons essayer de prolonger l'utilisation de cette notion en l'adaptant à l'analyse de Twitter. En ce qui nous concerne, ce n'est pas tellement dans l'interface qu'intervient ce collage sémiotique, mais sur le plan du contenu.

En effet, en recomposant à la volée des pages qui assemblent des contenus divers, l'algorithme opère des collages sémiotiques. C'est ce que Samuel GOYET [2017] explique dans sa thèse de doctorat. Les contenus sont *discrétisés*, c'est à dire séparés en petites unités, et recombinaés entre eux au gré des requêtes faites au système. Mais en mettant ainsi tous les contenus chacun dans une cadre de la même dimension, avec exactement me même traitement sémiotique (puisque'il est industrialisé), le système les rend presque équivalents. Il lisse le contexte, alors qu'on ne se prépare pas à recevoir une nouvelle portant sur une pandémie mondiale de la même manière qu'une plaisanterie, un bon mot ou encore une publicité pour un jeu vidéo. Twitter va pourtant les juxtaposer l'une à côté de l'autre et les proposer dans le même flux. A l'utilisateur de faire le tri dans ce « fatras » sémiotique bien rangé en apparence. La mosaïque recomposée de façon automatique par le moteur de recherche de Twitter dont nous avons pris les captures d'écran nous semble relever de cela : les images sont juxtaposées les unes aux autres, elles bénéficient de la même moise en forme. Nous avons vu que certaines images ne sont pas du tout des images de la Fête des Lumières (comme la couverture de livre, qui n'est présente ici que parce que les lettres du *hashtag* recherché se retrouvent dans le texte du *tweet* sans lien avec l'événement) mais sans qu'il y ait une recontextualisation d'ordre éditorial qui permettrait de lier ces images entre elles : c'est à l'internaute de comprendre le cadre automatisé de la recherche, qui explique ce résultat incongru.

De ce point de vue-là, les ensembles de documents composés par le média social ne sont pas des collections –bien qu'il y ait une inévitable opération éditoriale, sur laquelle nous reviendrons– mais bien une juxtaposition de contenus relevant de contextes de production et d'interprétation différents –en ce sens, c'est bien un « fatras sémiotique ». Il faut interpréter ces éléments à la fois dans l'économie générale de leur présentation

(celle de la *timeline*), qui fabrique une cohérence entre les éléments et chacun de leur côté, dans leur unité, puisque chacun d'entre eux procèdent d'un contexte de production et de réception différent.

9.3 Un cas : l'étude des *tweets* en planches

L'étude des *tweets* rassemblés en « planches » permet de comprendre comment les architextes et l'industrialisation des moyens d'écrire permettent de faire émerger un motif plastique (au sens de BEYAERT-GESLIN [2006]).

« **Vue de Lyon** » En effet, nous remarquons, par exemple, dans la planche que nous avons nommée « Vue de Lyon » (planche p.59 du volume d'annexes) que plusieurs personnes se contentent de relayer les photographies de Gérard COLLOMB en leur faisant subir simplement des recadrages mineurs. Les photos de l'ancien Maire de Lyon étant signées, elles sont faciles à repérer. Ces opérations de recadrages sont certainement simplement celles qui sont permises par le téléphone.

« **Vu de ma fenêtre** » Le motif, qu'on voit apparaître dans la planche en p.35 du volume d'annexes, est intéressant parce qu'il agit comme une recette. Les images ne sont jamais similaires point par point mais le motif convenu apparaît très clairement.

Les lumignons sont disposés sur le rebord de la fenêtre, ou du balcon, le cas échéant, la ville est souvent visible –ou elle se devine– en contrebas, le contraste entre la nuit et la lumière des bougies très important.

De la même manière que NAVARRO [2018] nous explique que les photographes amateurs lyonnais cherchent à reproduire « la bonne image » il semble y avoir ici d'une part une « bonne » manière de photographier ses lumignons, et d'autre part, un impératif à le faire.

« **Regards** » Sur cette planche (p.55 du volume d'annexes), si l'emploi du motif agit également comme un moyen de s'instituer en public d'un événement, comme témoin, il est aussi lié à une contrainte matérielle de point de vue.

Cette contrainte est de deux ordres. D'une part, en matière de motif canonique de la Fête des Lumières et de Lyon en général, la vue sur Fourvière depuis les quais de Saône est inévitable. C'est un classique, qu'on voit décliné dans l'imagerie autour de Lyon depuis longtemps.

D'autre part, il y a la contrainte matérielle du « bon point de vue » prévu par Daniel KNIPPER : la performance s'appréciait mieux depuis cet endroit, où naturellement le public s'est amassé.

*

* *

Ce parcours dans la documentation photographique de la Fête des Lumières nous permet de comprendre comment les motifs se transmettent, de la carte postale à la photographie vernaculaire. Nous avons pu voir comment la documentation opérée par les médias sociaux participe à l'efficace de cette transmission.

Conclusion

Nous avons vu comment, dans le cadre de la Fête des Lumières, narration et inscription dans une temporalité sont travaillés. Considérer cette dernière comme un rituel, rattaché à une narrativité mythique permet d'observer une première inscription dans la temporalité, celle de la Fête « traditionnelle », reliée au culte marial qui s'avère être surtout le produit d'une « entrée en légende » qui place les Lyonnais au cœur du récit. La version moderne de la Fête sort les festivités de leurs atours religieux pour en faire un outil de mise en valeur du territoire et une attraction touristique ; mais ceci sans se séparer de la légende originelle, et en s'inscrivant tout de même dans une temporalité longue. Si la Fête « traditionnelle » est un récit tourné vers le passé (les origines, la tradition) et ancré dans l'histoire de Lyon, la Fête moderne est un récit tourné vers le futur (avec notamment l'adoption de technologies de *mapping* vidéo) et ouvert sur le monde ; une antinomie que l'on retrouve dans les discours sur Twitter encore aujourd'hui. Mais nous avons pu voir qu'à la faveur de l'annulation de la fête et l'émergence d'un troisième récit, celui lié à l'hommage aux victimes de l'attentat du 13 novembre 2015, l'expression sur Twitter opère une synthèse originale entre les récits construits autour de la Fête. Aucun récit ne chasse l'autre les temporalités sont articulées entre elles, enchâssées, pour permettre la synthèse et la continuité du rituel malgré les circonstances particulières.

Nous avons continué notre analyse en interrogeant le rôle des modes de narration et d'expression spécifiques au Web dans cette synthèse. S'intéresser aux architextes et au contexte sociotechnique de publication nous a permis de comprendre comment, dans le cas que nous observons, l'écriture est, comme l'explique Étienne CANDEL, autant le produit de la « poétique des supports » que de la créativité des publics :

« La poétique des supports, la poétique sociale des situations, la pertinence de l'aspect sous lequel s'envisagent les écrits émergent comme des données fondamentaux de l'expérience du texte. Cela ne signifie pas que le littéraire n'est qu'une question de connotations, mais que les écrits ne se présentent jamais en-dehors de leur existence sociale et des conditions de leur présence matérielle. » [CANDEL, 2020]

En effet, le corpus étudié permet d'observer comment les différents régimes d'écritures sont articulés entre eux. La parole de l'internaute dialogue avec la rigidité des formats documentaires qui lui sont imposées. Certains messages, en faisant passer un même message d'un média social à un autre, stratifient des écritures formatées différemment.

Si les marques d'une évidente délégation, au sens de RIEDER [2006], sont très présentes dans tout le corpus, montrant à quel point l'écriture sur le Web est intégrée à des modèles industrialisés JEANNERET [2014], on remarque aussi l'expression d'un point de vue original sur l'événement, par l'usage créatif de la photographie ou, de manière plus discrète, par la mise en contexte de l'image, permettant des lectures plus distanciées, ou plus personnelles.

Nous avons enfin exploré la nature industrialisée des messages de notre corpus. Nous avons pu comprendre, avec l'étude des images et de leur « généalogie » comment le travail de la « poésie des supports » prolongeait, en quelque sorte, la dynamique de partage des motifs déjà à l'œuvre dans l'image de presse et la carte postale. Cela nous a permis de formuler quelques propositions à propos de la nature de Twitter comme espace documentaire.

Conclusion générale

« Study an information systems and neglect its standards, wires and settings, and you miss equally essential aspects of aesthetics, justice, and change. Perhaps if we stopped thinking of computers as information highways, and begin to think of them more modestly as symbol sewers, this realm would open up a bit. »

STAR [2002]

La thèse que cette conclusion vient clore s'était ouverte avec la volonté de mieux comprendre l'image du territoire sur les médias sociaux. Un parcours entre les trois termes de ce sujet (territoire, photographie, médias sociaux) a permis de comprendre que la question du regard constituait l'élément pivot de notre réflexion. En effet, le regard est la première des médiations du territoire : il nous permet de l'appréhender et de s'y attacher en tant qu'habitant, de le découvrir en tant que touriste. Il est nourri par ce que nous regardons, et c'est par lui que nous actualisons nos représentations du territoire, qui font l'objet de médiations diverses : discours, mythes, images... Parmi les multiples manières de mettre en sens le territoire par la médiation, nous nous sommes intéressée au récit, et donc à la manière dont les photographies non seulement témoignent d'un point de vue, mais d'une manière singulière de raconter le territoire. Sur les médias sociaux, où nous partageons beaucoup de photographies, l'enjeu de la manière dont notre regard est *informé* par une éditorialisation particulière des images est important.

Nous avons fini par dégager la question suivante : par quelles médiations les expressions individuelles investissent les récits qui innervent le territoire ?

Pour y répondre, nous avons dégagé trois hypothèses de travail :

1. Le partage de représentations photographiques sur les médias sociaux contribue à nourrir un récit collectif, qui *informe* le territoire ;
2. Le partage photographique en ligne constitue en un agencement de « gestes documentants » ;
3. La proposition du concept d'industrialisation du regard, qui désigne la manière dont ce partage photographique *informe* notre manière de regarder le territoire ;

En quoi le parcours effectué nourrit des réponses à ces hypothèses ?

La première partie nous a permis d'explorer la manière dont la ville se constitue dans nos représentations symboliques. **Dans le chapitre 1**, nous avons exploré les différents régimes de représentation de la ville, et constaté que ces dernières sont situées : elles nous montrent autant la forme de la ville qu'un point de vue particulier sur cette dernière. Ainsi, nous avons vu que les *vedute* italiennes et hollandaises étaient aussi l'occasion de montrer la puissance économique de la ville, les peintures impressionnistes de porter un jugement sur les transformations urbaines du début du XX^e siècle. Les images de la ville servent aussi à se projeter dans le futur : aux mains des urbanistes et architectes, elles permettent d'anticiper la ville de demain, et sont des reflets de désirs et de prescriptions. Enfin, les images privées du photographe amateur constituent des médiations du rapport individuel au territoire. Cela nous a

amenée à nous intéresser à la manière dont l'image pouvait être cadrée, contrôlée. Contrôler l'image de la ville représente en effet un enjeu politique important, mais c'est également central dans le développement du tourisme et le « marketing territorial ». Mais pour comprendre la ville en événement dans une perspective communicationnelle, il nous faut saisir la manière dont ces images font lien, autour d'un territoire donné. C'est ce qui nous a occupé à la fin de ce chapitre.

Les médias sociaux constituent une des modalités selon lesquelles nous faisons, précisément, lien. C'est pourquoi le **chapitre 2** aborde ces derniers. Nous nous sommes intéressée à la manière dont les médias sociaux constituent en des espaces de documentation dans une perspective d'analyse des médiations documentaires développée au sein des SIC. Pour commencer, nous avons tenté de caractériser cette dernière : nous avons en effet affaire à un mode de documentation particulier, qui n'est pas le fruit d'une démarche structurée et institutionnelle, comme dans le cadre d'une collection de musée ou celui d'une bibliothèque, mais automatisée. Les médias sociaux reposent en effet sur des bases de données informatiques, qui invitent leurs utilisateurs à faire autant de « gestes documentants », où la documentation ne réside pas dans l'intention de documenter, mais dans le fait d'utiliser un système technique qui repose sur l'enregistrement de données structurées, et donc dans la production de documents d'archives. Cette documentation de nos moindres faits et gestes a été critiquée par de nombreux auteurs qui y voient un système de surveillance au sens foucauldien du terme. Mais comment sont produites ces données, ou plutôt, quelle infrastructure informationnelle permet leur production ? Nous avons fait un petit détour par la sociologie des techniques pour comprendre en quoi l'infrastructure réseau, particulièrement dense dans les milieux urbains, permettait cette documentation accrue des villes. Nous avons remarqué la place de pivot du *smartphone* dans ce phénomène, ce qui justifie que nous portions attention aux traces de l'usage de celui-ci dans notre analyse. Après la publication des *tweets*, l'algorithme de Twitter réorganise le contenu préalablement discrétisé. Ces assemblages, entièrement automatisés, constituent des collections industrialisées, où le geste éditorial est produit, à la chaîne, par un programme. Nous avons pris au sérieux toutes les couches de l'infrastructure qui permet à ces publications d'exister : des réseaux dans la ville aux programmes qui assemblent les écritures entre elles. Cela nous a amenée à une réflexion sur la définition des limites géographiques de la ville –sujet que les géographes et urbanistes ont bien identifié comme loin d'être évident– sur les médias sociaux. En croisant une étude de cas sur un *tweet* de Thomas PESQUET et nos réflexions sur les infrastructures techniques permettant cette documentation, nous avons montré comment les médias sociaux, et précisément l'usage de la photographie

sur ces derniers vient renouveler ce questionnement sur la délimitation de l'espace urbain, mais aussi sa définition symbolique.

L'enjeu de la définition symbolique de la ville est particulièrement prégnant dans le cadre des événements urbains, qui sont des occasions de renouveler cette dernière. C'est pourquoi le **chapitre 3** est consacré à une réflexion sur l'expérience de la ville en événement. Pour mieux comprendre cela, nous avons cherché à définir l'habitant, et à circonscrire les limites de cette définition dans le cas d'un événement, phénomène caractérisé par l'affectation [BOULLIER, 2010] des publics : lors d'un événement urbain, ce ne sont pas les habitants seuls qui sont touchés par l'événement, mais des publics différents, plus ou moins engagés dans l'expérience événementielle. Comme notre recherche se concentre sur un événement en particulier, la Fête des Lumières, nous nous sommes intéressée à sa genèse et à la manière dont nous pouvions la caractériser. Il nous est apparu que nous pouvions parler, avec Emmanuelle LALLEMENT, de « rituel urbain ». La ritualité et la pratique des récits sont liés : ainsi, nous concluons sur la manière dont la Fête des Lumières peut constituer un événement collectif, rassemblant les différents publics (habitants, touristes) ainsi affectés par la transformation éphémère de la ville.

Dans la **deuxième partie**, nous sommes revenue sur la méthodologie employée et ses enjeux. Dans le **chapitre 4** nous avons commencé par une réflexion sur le choix de méthodes articulées à la question de recherche posée. Ensuite, nous avons exposé les différents enjeux qui présidaient au choix de méthodologies hybrides.

Nous avons fait l'exposé de nos méthodes de collecte et d'analyse dans le **chapitre 5**. Après avoir détaillé le corpus protéiforme dont nous avons fait l'analyse, en adjoignant à un corpus principal centré sur la Fête des Lumières 2015 différents petits corpus annexes (tirés d'archives, ou d'Instagram), nous avons exposé nos deux temps d'étiquetage : un étiquetage exploratoire, destiné à faire émerger les récurrences dans le corpus, qui nous a permis de constituer nos planches d'analyse, et un étiquetage plus systématique, basé sur une grille d'analyse, pour préciser notre compréhension du corpus et tester nos hypothèses. Nous avons également listé les critères selon lesquels ils ont été effectués : ces derniers ont trait au contexte de l'image (si elle est commentée ou non dans le texte du *tweet*, si elle est reprise depuis un autre média social, notamment), aux éléments plastiques comme le format, la présence d'éléments textuels ajoutés dans l'image, aux thématiques (religion, hommage aux victimes du 13 novembre 2015, notamment).

Cette partie se clôt, avec le **chapitre 6** sur les considérations éthiques autour de notre

recherche. Nous avons exposé le cadre éthique et légal de la recherche, en montrant en quoi elle engageait la responsabilité du chercheur. Nous avons également montré d'une part comment nous avons fait de notre mieux pour respecter les personnes dont nous étudions les productions, et d'autre part, en quoi, de manière générale la recherche était parfaitement possible malgré ce cadre éthique et légal, contrairement aux apparences. Le chercheur, notamment dans le cadre du RGPD, dispose simplement de grands pouvoirs, et donc de grandes responsabilités.

Enfin, dans une **troisième partie**, nous avons exposé les résultats de nos analyses. Dans le **chapitre 7**, nous avons étudié l'articulation entre temps et récits dans l'expression autour de la Fête des Lumières. Nous avons commencé par exposer notre grille de lecture, qui postule que nous pouvons considérer les discours autour de la Fête des Lumières comme constituant des récits dont la fonction est d'entretenir la temporalité rituelle de l'événement. Ensuite, nous avons montré en quoi ces récits étaient loin d'être univoques : les discours liés à la « tradition » dont fait l'objet la Fête des Lumières, se mêlent aux discours centrés au contraire sur son actualisation, et, dans le cas de l'année 2015, la rhétorique autour de l'hommage aux victimes de l'attentat. Nous avons clôt cette partie par l'exposé de notre étude de cas faite en 2017 sur Instagram, qui nous renseigne sur les procédés sémiotiques à l'œuvre dans le mélange des récits (ici, le récit des origines de la Fête, mêlé à celui de la Fête en train de se dérouler, dans sa version « moderne ») : la *story* étudiée ancre son discours dans le présent par la photographie, tout en utilisant le texte pour rattacher ce présent au passé des origines de la Fête ; les deux programmes narratifs sont ainsi mêlés. Le rythme de la narration prend soin de laisser la place, à certains moments, à l'un ou à l'autre récit.

Cette étude de cas nous montre en quoi la compréhension des dispositifs techniques (ici, la *story* sur Instagram) et des formes d'expression contraintes (par exemple, l'ajout de texte ou les *emojis*) qui cadrent la narration permettait d'enrichir l'analyse. Nous avons poursuivi cette réflexion dans le **chapitre 8**, qui explique que le choix d'analyser notre objet de recherche comme étant composé de « strates » nous a permis de mieux saisir les médiations documentaires à l'œuvre. Nous avons notamment montré en quoi ces médiations permettaient une posture du public assez particulière : le public, sans être définissable de manière précise, est néanmoins institué en tant que collectif comme étant le dépositaire légitime du récit. La présence des individus se devine en creux dans les photographies, par des indices sur les parcours ou les points de vue. Nous nous sommes attardée ensuite sur le contexte d'expression de Twitter, marqué par la *délégation* d'une partie de l'éditorialisation à un système technique, et sur la manière

dont ce contexte contribue à une industrialisation non seulement des moyens d'écrire, mais aussi de la manière dont nous recevons ces discours, ce que nous avons tenté de montrer avec une étude de cas portant sur une collection automatisée produite par Twitter.

Dans le **chapitre 9**, enfin, nous revenons sur la manière dont la ville en événement est transformée par ces médiations, en nous intéressant à la manière dont les médias sociaux, avec leur organisation éditoriale particulière, peuvent favoriser le partage de motifs convenus, déjà à l'œuvre dans la presse notamment. Nous avons vu en quoi l'image de la ville elle-même était mise à contribution dans la constitution d'un récit commun et d'un public éphémère : en produisant des photographies similaires de la ville, les personnes qui participent à la Fête, que ce soit chez elles ou dans la rue, se constituent comme public d'un événement dont ils témoignent ensemble. Nous avons enfin tenté, en présentant nos « planches » d'images tirées du corpus, de montrer en quoi ces dynamiques étaient à l'œuvre dans les images.

Entre industrialisation du regard et sens des collections : une médiation de la ville en événement

Nous allons désormais développer ce chemin en revenant sur nos hypothèses initiales.

Le partage des représentations photographique comme mise en récit du territoire

Pour répondre à la première d'entre elles, notre travail s'est attaché à la compréhension de l'image vernaculaire. Nous avons compris qu'elle constituait un vecteur de sociabilité, mais aussi de conformisme social et de reproduction des représentations validées par la société à laquelle nous appartenons. Dans le cadre de l'étude de l'espace urbain, les images sont capitales : elles interviennent à de multiples endroits. Dans la conception des bâtiments et des espaces urbains (urbanisme et architecture), dans la promotion de ces derniers, dans la concertation avec les habitants, et bien sûr dans le récit qu'en font les habitants et les touristes.

Le récit déployé dans le cadre de la Fête des Lumières lyonnaise, qui est investie d'une valeur rituelle, fonctionne comme un récit des origines, et se rapproche par là du récit mythique. Il relie le passé au présent et permet de relier les différentes éditions de la Fête entre elles. Depuis 1989, s'y ajoute une nouvelle narration, celle qui débouche sur l'expression moderne de la Fête, avec les *mappings* vidéo sur les

bâtiments emblématiques de la ville.

En 2015, nous avons vu comment cette sédimentation s'est enrichie d'une dimension supplémentaire, celle de l'hommage aux victimes de l'attentat. Nous avons pu voir comment ces récits se nourrissent entre eux plutôt que se remplacer successivement les uns les autres. Nous avons pu observer que l'image et son partage sur les médias sociaux permettait effectivement de nourrir un récit collectif autour de la Fête des Lumières, notamment par le partage d'un même motif.

Ce récit collectif, malgré le fait qu'il repose sur un fonds symbolique puissant, ne peut pas être considéré comme un chœur à l'unisson : nous avons pu relever l'expression de vues divergentes de l'événement (distance ironique vis à vis du récit proposé, point de vue original s'écartant du partage de motifs convenus, notamment).

La dimension d'*information* du territoire intervient enfin à deux niveaux : d'abord, ce partage des motifs est aussi un partage d'une certaine image du territoire, d'un point de vue particulier sur celui-ci (le territoire est informé au sens où il y a production d'une information sur le territoire, sur sa mise en scène lors d'un événement). Ensuite, il y a *information* puisque la documentation d'un point de vue en particulier a une influence sur la mémoire que l'on constitue sur ce territoire.

Dans le cadre d'un événement comme la Fête des Lumières lyonnaise, ce phénomène a une incidence sur la manière de mettre en sens l'événement comme le territoire dans lequel il s'inscrit. Nous assistons à la construction d'un regard commun par l'image, mais nous constatons aussi, sur le plan de la mise en récit de l'événement, que l'image permet une mise en abyme des temporalités (le temps de la tradition, le temps de la fête touristique) et des significations (l'hommage à Marie, l'hommage aux victimes de l'attentat) qui caractérisent l'édition 2015 de la Fête des Lumières.

Un agencement de « gestes documentants » Ceci nous amène à notre deuxième hypothèse. En effet, nous avons pu observer comment l'expression vernaculaire autour de l'événement produisait une documentation en « strates ». En effet, notre analyse saisit un agencement où le corps de l'internaute (par le truchement de son terminal), le texte numérique (notamment les architextes), et la production automatique d'ensembles éditorialisés par les plateformes produisent ensemble une mémoire de l'événement. Mais ceci sans intention particulière de documenter : ce sont des « gestes documentants » [DESPRÉS-LONNET, 2014a].

L'analyse nous permet de comprendre comment la documentation sur les médias sociaux intervient finalement non pas suite à un projet cohérent d'enregistrement de ce qu'il se passe, comme c'est le cas avec le geste de mise en collection muséographique,

mais suite à une succession d'opérations qui vont constituer comme document une photographie publiée sur les médias sociaux, et comme collection un ensemble de *tweets* rassemblé par l'algorithme de la plateforme.

La mise en collection des représentations photographiques sur les médias sociaux constitue un processus de médiation qui relève de l'industrialisation des moyens d'écrire.

L'industrialisation du regard C'est ainsi que nous arrivons à la dernière hypothèse, et notre proposition d'une proposition du concept d'industrialisation du regard.

En effet, il nous semble que le concept d'industrialisation des moyens d'écrire saisit avec acuité la manière dont l'écriture se standardise, en permettant « la production massive de textes et de documents originaux (entendre : non produits précédemment) par les usagers eux-mêmes ainsi que la mise en circulation de nombreuses œuvres existantes. » [JEANNERET, 2014], et cette analyse peut être prolongée, en portant attention à la manière dont ce phénomène conduit à produire des *vues* standardisées du territoire.

En effet, ces images standardisées, ainsi mises en collections grâce aux agencements documentaires que nous avons pu décrire, forment des ensembles signifiants cohérents, où les espaces urbains, ceux dans lesquels nous vivons, ceux que nous projetons, se retrouvent présentés tous de la même manière.

Au démarrage de ce travail, nous avons utilisé le concept de *vue* pour sa polysémie (à la fois la manière de voir, l'action de regarder et ce qui se présente au regard), car nous cherchions à étudier un processus qui transforme ce qui s'offre au regard en un point de vue particulier sur un espace. Il nous semble que c'est précisément dans ce mouvement que s'inscrit ce que nous appelons ici l'industrialisation du regard. Il s'agit d'une normalisation, par le truchement de ces documents produits de manière industrialisée, du regard porté sur le territoire.

La manière dont ces images forment des ensembles cohérents, où l'on retrouve des motifs récurrents, et parfois récurrents d'une année sur l'autre, relève selon nous de cette dynamique. Cependant, la Fête des Lumières est un événement particulier de par sa nature rituelle, et, par son organisation dans l'espace : le dispositif des *mappings* vidéo produit des points de vue et des passages obligés dans la ville. Ces caractéristiques viennent nuancer les conclusions que nous pouvons tirer de l'analyse des motifs médiatiques produits par l'expression photographique autour de l'événement : l'étude de la Fête des Lumières semble ne pas permettre de confirmer complètement cette hypothèse.

Malgré cela, notre travail vient dialoguer avec les travaux précédents portant sur

la ville en événement, comme ceux de Dominique BOULLIER [2010] ou de Anouk BÉLANGER [2005], en étudiant la dimension rituelle de l'événement, mais aussi en montrant comment le public ainsi affecté par celui-ci peut former un lien aussi bien hors-ligne qu'en ligne, par l'expression autour d'un récit commun.

Méthodes hybrides et recherche pluridisciplinaire

Sur le plan méthodologique, ce travail de recherche a été particulièrement heuristique. En effet, nous avons eu la chance de travailler, dès le début de la thèse, dans un contexte pluridisciplinaire. Nous retirons de cette expérience des leçons qui, nous l'espérons, permettront à de nouveaux projets de recherche pluridisciplinaires d'avancer malgré les difficultés inhérentes à ce type de travail.

Nous avons montré en quoi l'attention aux différentes temporalités de travail, mais aussi aux différents attendus de la recherche et exigences méthodologiques permettait à chaque partie d'avancer sans contraindre les autres. Il serait illusoire de penser que les disciplines puissent dialoguer naturellement, sans retour réflexif ; au contraire, ce retour réflexif doit être régulier, pour permettre à l'équipe de s'ajuster au fur et à mesure du travail.

Nous avons également insisté sur la place de l'ingénierie de la recherche dans un tel travail. En effet, la mise au point et la maintenance d'outils destinés à la recherche participent pleinement de cette dernière. De ce fait, c'est un travail qui doit non pas être externalisé (comme on commande un logiciel à un prestataire, dans n'importe quelle relation entre client et prestataire dans une société de services en informatique) mais au contraire constituer en un dialogue : un outil d'aide à la recherche n'émerge pas forcément d'une commande avec un cahier des charges formalisé qu'il suffirait de remplir, mais plutôt d'un processus itératif, où les enjeux et les pratiques de la recherche vont se mettre en tension avec les limitations techniques. En ce sens, l'ingénierie de la recherche peut être considéré un travail de la « friction » scientifique et a toute sa place dans le travail de recherche. C'est un point sur lequel notre travail et celui de BOTTINI et JULLIARD [2017] convergent : dans les deux cas, il y a eu une compréhension fine des besoins de la recherche, qui permet à l'outil de parfaitement s'intégrer dans celle-ci.

Cela permet en outre d'asseoir la méthodologie grâce à la maîtrise des outils, d'avoir de meilleures garanties éthiques autour du travail des données. En effet, la participation au travail de recherche d'ingénieurs formés aux exigences éthiques qui découlent de la pratique de la recherche, assure une continuité dans le rapport aux données entre collecte, traitement (ingénieurs) et analyse (chercheurs).

Dans cette optique, nous avons conçu un outil d'aide à l'analyse qualitative au cours de ce travail, nommé Korpus. Si les outils informatiques de visualisation de données peuvent fournir au chercheur un regard synthétique sur son corpus, non seulement cela reste une visualisation, qui comporte des biais, suppose un point de vue particulier, mais ce point de vue synoptique n'est pas suffisant dans le cadre d'une analyse qualitative, comme celle que nous avons mobilisée dans la présente thèse, où il est nécessaire de rester très près de l'objet d'analyse pour saisir les nuances de l'expression et de la fabrication du sens. Passer par un outil informatisé donne une structure au travail –en formalisant notamment la grille d'analyse– et permet d'extraire de cette analyse des données. L'idée n'est pas de s'opposer aux analyses quantitatives qui permettent la visualisation de grands ensemble de données, mais plutôt d'en être complémentaire, en permettant également ce regard attentif aux détails.

La création de cet outil constitue un des résultats de ce travail, et en ce sens, il matérialise une proposition méthodologique. Son développement et sa maintenance vont se poursuivre après le travail doctoral, et il est prévu de le placer sous licence libre. Pensé pour accompagner des études qualitatives, cet outil pourra aider de futurs collègues, et ainsi constituer une contribution à la recherche.

Prolongements

Nous pouvons, à partir de ces résultats du travail doctoral, nous projeter dans dans plusieurs pistes à explorer. Il est d'abord possible de compléter l'étude des représentations par une enquête reposant sur des entretiens semi-directifs, ce qui permettrait de mieux explorer la dimension mémorielle des images, mais aussi la question de l'appropriation des motifs.

Nous pouvons également essayer d'appliquer la même méthodologie d'analyse (avec notamment cette échelle d'analyse en planches qui permet de voir émerger les motifs) à d'autres événements ou d'autres représentations vernaculaires du territoire afin de de consolider cette proposition théorique que nous faisons avec l'industrialisation du regard. En effet, appliquer notre méthode d'analyse à des corpus différents de celui que nous avons choisi ici pour y chercher les marques d'un regard industrialisé nous permettrait de voir si la proposition que nous faisons permet d'expliquer des récurrences dans l'expression en dehors d'événements comme La Fête des Lumières, qui sont extrêmement codifiés, et au cours duquel l'expression, notamment photographique, est cadrée par des points de vues obligés et un parcours dans la ville prévu à l'avance.

Nous aimerions également prolonger ce travail en renforçant l'ouverture, déjà amorcée dans la présente thèse (avec l'attention que nous avons portée à la place du terminal et aux réseaux de télécommunications dans notre analyse) avec des angles d'analyse qui relèvent davantage de l'économie politique (en ne faisant ici finalement que prolonger le dialogue que JEANNERET amorce dans la quatrième partie de la *Critique de la trivialité*).

Il nous semble que la compréhension, d'une part des télécommunications (du point de vue technique : comment elles fonctionnent, qu'est-ce que matériellement on appelle un réseau, un site de réseautage social, quels types de métiers sont mobilisés...), d'autre part des jeux d'acteurs [BULLICH et SCHMITT, 2019] permet de mieux armer la sémiologie des médias : ils nous semble que cela permet de saisir les médiations avec une meilleure acuité et d'en restituer les enjeux de pouvoir.

En effet, si l'on suit Susan LEIGH STAR (citée en épigraphe) dans son analyse, les infrastructures de communications sont des « égouts de symboles ».

« Study an information systems and neglect its standards, wires and settings, and you miss equally essential aspects of aesthetics, justice, and change. Perhaps if we stopped thinking of computers as information highways, and begin to think of them more modestly as symbol sewers, this realm would open up a bit.¹¹⁷ » [STAR, 2002]

Autrement dit, les télécommunications (nous pourrions élargir aux sites de réseautage social également) sont des infrastructures essentielles (les conduites d'eau sont indispensables au bon fonctionnement de la ville, tout comme une panne dans l'Internet saurait se faire remarquer par ses multiples effets), invisibles (de la même manière que les tuyaux sont enterrés sous les trottoirs, nous ne voyons ni les câbles, ni les routeurs ni les *datacenters*, et la plupart d'entre nous utilise les médias sociaux sans avoir la moindre idée de ce que cela représente comme travail et comme entretien), qui permettent la circulation d'une chose importante pour faire société : des symboles (l'eau courante, indispensable à la vie, et le traitement des déchets, nécessaire l'hygiène, sont transportés par d'humbles tuyaux eux aussi). Cette analyse qui considère l'infrastructure informationnelle comme des humbles tuyaux permet à notre sens d'entrevoir l'agencement que vous souhaitons saisir : il nous semble qu'observer les productions symboliques comme le résultat de médiations mettant en jeu différentes strates techniques (la tuyauterie) ainsi que des questions de pouvoir, notamment économique (qui entretient les égouts ? en sous-traitant à qui ? est-ce qu'il existe un autre réseau d'eau ?)

117. Traduction (par nos soins, avec l'aide de DeepL) : « Si vous étudiez un système d'information en négligeant ses normes, ses fils et ses paramètres, vous passez à côté des aspects tout aussi essentiels de l'esthétique, de la justice et du changement. Peut-être que si nous arrêtons de considérer les ordinateurs comme des autoroutes de l'information et que nous commençons à les considérer plus modestement comme des égouts de symboles, ce domaine s'ouvrirait un peu. »

permet de mieux comprendre ces objets. L'inverse nous semble tout aussi intéressant : adjoindre à une analyse de la « tuyauterie » économique et technique une attention au produit concret des médiations permet ne pas manquer des choses que l'échelle macro de ce type d'analyse peut masquer.

Références

- AKRICH, Madeleine (2013). « La description des objets techniques ». *Sociologie de la traduction : Textes fondateurs*. Sous la dir. de Michel CALLON et Bruno LATOUR. Sciences sociales. Code : Sociologie de la traduction : Textes fondateurs. Paris : Presses des Mines, p. 159-178. ISBN : 978-2-35671-023-9. URL : <http://books.openedition.org/pressesmines/1197> (visité le 06/04/2021).
- AMAR, Pierre-Jean (2019). « Les 100 mots de la photographie ». *Que sais-je?* Paris cedex 14 : Presses Universitaires de France, p. 5-119. ISBN : 978-2-13-080909-8. URL : <https://www.cairn.info/les-100-mots-de-la-photographie--9782130809098-p-5.htm>.
- ARCEP (fév. 2018). *Smartphones, tablettes, assistants vocaux... Les terminaux, maillon faible de l'ouverture d'Internet*. Rapp. tech. ARCEP. URL : https://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/rapport-terminaux-fev2018.pdf (visité le 21/10/2021).
- ARGAN, Giulio Carlo (1995). *L'histoire de l'art et la ville : crise, culture, design*. Trad. par Claire FARGEOT, 1 vol. (224 p.) ISBN : 2-906229-25-3.
- BARATS, Christine (23 jan. 2013). *Manuel d'analyse du web - en Sciences Humaines et Sociales*. Paris : Armand Colin. 264 p. ISBN : 978-2-200-28627-9.
- BARTHES, Roland (1957). *Mythologies*. Points Essais : 10, 1 vol. (272 p.) ISBN : 978-2-7578-4175-4.
- (1964). « Rhétorique de l'image ».
- (1980). *La chambre claire : note sur la photographie*. Paris, France : Ed. de l'Etoile : Gallimard : Seuil. 192 ; 1. ISBN : 978-2-07-020541-7.
- (1985a). « Analyse structurale à propos d'Actes 10-11 ». *L'aventure sémiologique*. Paris : Editions du Seuil, p. 287-314.
- (1985b). « Introduction à l'analyse structurale des récits ». *L'aventure sémiologique*. Paris : Editions du Seuil, p. 167-207.
- (1985c). « Sémiologie et urbanisme ». *L'aventure sémiologique*. Paris : Editions du Seuil, p. 261-271.

- BARTON, David et PAPAN, Uta, réd. (2010). *The anthropology of writing : understanding textually mediated worlds*. New York : Continuum. xi, 240 p. ISBN : 978-1-4411-0885-2.
- BAUDRY, Patrick (2012). *La ville, une impression sociale*. Circé.
- BÉLANGER, Anouk (2005). « Montréal vernaculaire/Montréal spectaculaire : dialectique de l'imaginaire urbain ». *Sociologie et sociétés*. Vol. 37, n° 1. Publisher : Les Presses de l'Université de Montréal, p. 13-34. ISSN : 0038-030X. DOI : 10.7202/012274ar. URL : <https://id.erudit.org/iderudit/012274ar> (visité le 27/04/2020).
- BEUSCART, Jean-Samuel et al. (2009). « Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus?. Les usages de Flickr ». *Réseaux*. Vol. 154, n° 2, p. 91-129. ISSN : 0751-7971. DOI : 10.3917/res.154.0091.
- BEYAERT-GESLIN, Anne (2006). « L'image ressassée. Photo de presse et photo d'art ». *Communication et langages, n°147, 2006. Internet, optique du monde*. ISSN : 0336-1500. DOI : 10.3406/colan.2006.4584. URL : https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2006_num_147_1_4584.
- BIGEY, Magali (2018). « Twitter et l'inscription de soi dans le discours. L'ethos pris au piège (ou pas) de la frontière sphère privée/sphère publique ». *Les Cahiers du numérique*. Vol. 14, n° 3, p. 55-75.
- BIHAY, Thomas (2019). « Événements culturels et reconfiguration créative du territoire local : le cas emblématique de la Fête des Lumières ». *Revue Marketing Territorial*. n° 3. URL : <http://publis-shs.univ-rouen.fr/rmt/index.php?id=403> (visité le 24/09/2021).
- BIMBENET, Étienne (2012). « Merleau-Ponty. Penseur de l'impensé ». *Philosophie*. Petite bibliothèque. Auxerre : Editions Sciences Humaines, p. 122-124. ISBN : 978-2-36106-027-5. URL : <https://www.cairn.info/philosophie-auteurs-et-themes--9782361060275-p-122.htm>.
- BONACCORSI, Julia (2008). « Devenir habitant : médiations de la ville dans les blogs d'expatriés au Japon ». *Études de communication*. n° 31, p. 15-36. URL : <https://edc.revues.org/pdf/718> (visité le 18/03/2016).
- (déc. 2012). « Fantasmagories de l'écran ». Mémoire réflexif associé : Illusions d'attente et variations médiatiques : pour une approche ethno-sémiotique des modèles contemporains de la culture écrite (106 p.) Habilitation à diriger des recherches. Celsa - Université Paris Sorbonne. URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/tel-01322308>.
- (2013). « Pratiquer les images en Sciences de l'information et de la communication : semiose, eikones, montage ». *Revue française des sciences de l'information et de la*

- communication*. n° 3. DOI : <https://doi.org/10.4000/rfsic.530>. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/530> (visité le 18/10/2021).
- (sept. 2015). « La ville dans sa dataviz et son portrait. Principes de la représentation par la visualisation de données ». *Colloque international Agir sur/dans la ville. Art et politique dans l'espace urbain*. MONS, Belgium. URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01835974> (visité le 19/08/2019).
- (2019). « L'agir documentaire, une politique du détail. À partir du cas de #SoyonsHumains ». *Communication & langages*. Vol. N° 199, n° 1, p. 91. ISSN : 0336-1500, 1778-7459. DOI : 10.3917/com1a1.199.0091. URL : e (visité le 13/11/2020).
- (2020). *Fantasmagories de l'écran : Nouvelles scènes de lecture 1980-2012*. Information - Communication. Presses Universitaires du Septentrion. ISBN : 9782757431825.
- BONACCORSI, Julia et JARRIGEON, Anne (juin 2013). « La production photographique de l'évolution paysagère. » *Congrès de l'Association Française de Sémiotique*. Liège, Belgium. URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00927109>.
- BOSETTI, Gabriela, EGYED-ZSIGMOND, Előd et ONO, Lucas Okumura (2019). « CATI : An Active Learning System for Event Detection on Mibroblogs' Large Datasets ». *Proceedings of the 15th International Conference on Web Information Systems and Technologies - Volume 1 : WEBIST, INSTICC*. SciTePress, p. 151-160. ISBN : 978-989-758-386-5. DOI : 10.5220/0008355301510160.
- BOTTINI, Thomas et JULLIARD, Virginie (22 août 2017). « Entre informatique et sémiotique ». *Réseaux*. n° 204, p. 35-69. ISSN : 0751-7971. DOI : 10.3917/res.204.0033. URL : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2017-4-p-35.htm> (visité le 12/03/2018).
- BOUCHAIN, Patrick, éd. (2013). *Simone & Lucien Kroll une architecture habitée*. [Arles] : Actes Sud. ISBN : 978-2-330-02145-0.
- BOULLIER, Dominique (2007). « La nouvelle fabrique des SHS (préface) ». *Humanités numériques - Nouvelles technologies cognitives et épistémologie*. Sous la dir. de Reber Bernard BROSSAUD CLAIRE. Hermès - Lavoisier, p. 17-20. URL : <https://hal-sciencespo.archives-ouvertes.fr/hal-01032440>.
- (2010). *La ville-événement. Foules et publics urbains*. La Ville en débat. Paris cedex 14 : Presses Universitaires de France. 154 p. ISBN : 978-2-13-058147-5. URL : <https://www.cairn.info/la-ville-evenement--9782130581475.htm>.
- (avr. 2017). « L'écume numérique des territoires ». *Traces numériques et territoires*. Territoires numériques. Paris : Presses des Mines, p. 113-134. ISBN : 978-2-35671-436-7. URL : <http://books.openedition.org/pressesmines/1999> (visité le 12/08/2019).

- BOULLIER, Dominique et CRÉPEL, Maxime (2013). « Biographie d'une photo numérique et pouvoir des tags. Classer/circuler ». *Revue d'anthropologie des connaissances*. Vol. 7, 4, n° 4, p. 785-813. DOI : 10.3917/rac.021.0785. URL : <https://www.cairn.info/revue-anthropologie-des-connaissances-2013-4-page-785.htm>.
- BOULLIER, Dominique, CRÉPEL, Maxime et JACOMY, Mathieu (2016). « Zoomer n'est pas explorer. Spatialiser les graphes, catégoriser et (dé)construire les réseaux ». *Réseaux*. Vol. 195, n° 1, p. 131-161. ISSN : 9782707189608. DOI : 10.3917/res.195.0131. URL : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2016-1-page-131.htm>.
- BOURDIEU, Pierre (2001). *Langage et pouvoir symbolique*. Avec la coll. de John Brookshire THOMPSON. Paris, France : Éditions du Seuil, DL 2001. 423 p.
- BOURDIEU, Pierre et al. (1965). *Un art moyen : essai sur les usages sociaux de la photographie*. Sous la dir. de Pierre BOURDIEU. Paris, France : Les éditions de Minuit. ISBN : 978-2-7073-0029-4.
- BOY, John D. et UITERMARK, Justus (août 2015). « Capture and share the city : Mapping Instagram's uneven geography in Amsterdam ». *Paper for the RC21-conference "The Ideal City : between myth and reality"*, Urbino, 27-29 August 2015.
- BOYADJIAN, Julien, OLIVESI, Aurélie et VELCIN, Julien (2017). « Le web politique au prisme de la science des données. Des croisements disciplinaires aux renouvellements épistémologiques ». *Réseaux*. Vol. 204, n° 4, p. 9-31. ISSN : 9782707197177. DOI : 10.3917/res.204.0009. URL : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2017-4-page-9.htm>.
- BOYD, danah (2014). *It's complicated : the social lives of networked teens*. Yale University Press. URL : <http://archive.org/details/ItsComplicatedSocialLivesOfNetworkedTeens> (visité le 20/09/2018).
- BOYD, danah et MARWICK, Alice E. (sept. 2011). *Social Privacy in Networked Publics : Teens' Attitudes, Practices, and Strategies*. SSRN Scholarly Paper ID 1925128. Rochester, NY : Social Science Research Network. URL : <http://papers.ssrn.com/abstract=1925128> (visité le 08/10/2016).
- BOYER, Henri (2019). « La place du stéréotype dans la pensée sociale et les médias ». *Hermès, La Revue*. Vol. 83, n° 1, p. 68-73. ISSN : 9782271126412. URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2019-1-page-68.htm>.
- BROQUA, Christophe, LOUX, Françoise et PRADO, Patrick (1998). « Sida : deuil, mémoire, nouveaux rituels ». *Ethnologie française*. Vol. 28, n° 1. Publisher : Presses Universitaires de France, p. 5-9. ISSN : 00462616, 21010064. URL : www.jstor.org/stable/40989949 (visité le 17/08/2020).

- BUE, Pascal (jan. 2021). « Architecture et réalité augmentée. Une manière d'écrire l'espace : la pensée visuelle instrumentée ». Theses. Sorbonne Université. URL : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-03181642>.
- BULLICH, Vincent et SCHMITT, Laurie (30 oct. 2019). « Chapitre 1. Socio-économie des médias : analyser les stratégies de production-valorisation : » *Médias et médiatisation*. Presses universitaires de Grenoble, p. 19-46. ISBN : 978-2-7061-4280-2. DOI : 10.3917/pug.lafon.2019.01.0019. URL : <https:// Cairn.info/medias-et-mediatisation-2019--9782706142802-page-19.htm?ref=doi> (visité le 13/10/2021).
- CANDEL, Étienne (2020). « Poïèse et Poèse : faire avec et faire contre les outils d'écriture ». *Communication & langages*. Vol. 203, n° 1. Place : Paris cedex 14 Publisher : Presses Universitaires de France, p. 115-134. ISSN : 9782130823094. DOI : 10.3917/comla1.203.0115. URL : <https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages-2020-1-page-115.htm>.
- CARDON, Dominique (2011). « L'ordre du Web ». *Médium*. Vol. 29, n° 4. Paris. Editeur : Association Médium, p. 191-202. DOI : 10.3917/mediu.029.0191. URL : <https://www.cairn.info/revue-medium-2011-4-page-191.htm>.
- CARVALLO, Sarah (2019). « L'éthique de la recherche entre réglementation et réflexivité ». *Revue d'anthropologie des connaissances*. Vol. 13, 2, n° 2. Place : Grenoble Publisher : S.A.C., p. 299-326. DOI : 10.3917/rac.043.0299. URL : <https://www.cairn.info/revue-anthropologie-des-connaissances-2019-2-page-299.htm>.
- CASILLI, Antonio (2012). « Être présent en ligne : culture et structure des réseaux sociaux d'Internet ». *Idées économiques et sociales*. Vol. 169, n° 3, p. 16-29. ISSN : 9782228907750. DOI : 10.3917/idee.169.0016. URL : <https://www.cairn.info/revue-idees-economiques-et-sociales-2012-3-page-16.htm>.
- CHALFEN, Richard (2015). « La photo de famille et ses usages communicationnels. Analyse d'une demi-minute décisive ». *Études photographiques*. n° 32. URL : <https://etudesphotographiques.revues.org/3502?lang=en> (visité le 02/06/2016).
- CHARAUDEAU, Patrick (15 nov. 2009). « Dis-moi quel est ton corpus, je te dirai quelle est ta problématique ». *Corpus*. n° 8, p. 37-66. ISSN : 1638-9808. URL : <http://journals.openedition.org/corpus/1674> (visité le 27/08/2018).
- CHOAY, Françoise (2014). *L'urbanisme, utopies et réalités une anthologie*. [Nouvelle édition]. Points 108. Paris : Éd. Points. ISBN : 978-2-7578-4439-7.
- CHOLLET, Mona (2016). *Chez soi une odyssée de l'espace domestique*. La Découverte poche 455. Paris : #0, la Découverte. 1 vol. (359 p.) ISBN : 978-2-7071-9219-6.

- CLARK, Catherine E. (2014). « «C'était Paris en 1970». Histoire visuelle, photographie amateur et urbanisme ». *Études photographiques*. n° 31. 00002. URL : <https://etudesphotographiques.revues.org/3391?lang=en> (visité le 09/09/2016).
- CLAVAL, Paul (1991). « Chapitre 1 - Quelques variations sur le thème : État, contrôle, territoire ». *L'État et les stratégies du territoire*. Mémoires et documents de géographie. Paris : CNRS Éditions, p. 9-25. ISBN : 978-2-222-04599-1. DOI : 10.3917/cnrs.thery.1991.01.0009. URL : <https://www.cairn.info/l-etat-et-les-strategies-du-territoire--9782222045991-p-9.htm>.
- CLERC, Denis et PIRIOU, Jean-Paul (2011). « Lexique de sciences économiques et sociales ». T. 9e éd. Repères. Paris : La Découverte, p. 5-166. ISBN : 978-2-7071-5890-1. URL : <https://www.cairn.info/lexique-de-sciences-economiques-et-sociales--9782707158901-p-5.htm>.
- COLLARD, Claude et MELOT, Michel (2011). *Images et bibliothèques*. FR. Bibliothèques. Paris : Éditions du Cercle de la Librairie. ISBN : 978-2-7654-1001-0. URL : <https://www.cairn.info/images-et-bibliotheques--9782765410010.htm>.
- COLOMBO, Fausto (2014). « Contrôle, identité, parrhèsia : une approche foucaultienne du Web 2.0 ». *Communication & langages*. Vol. 2014, n° 180, p. 7-24. ISSN : 1778-7459. DOI : 10.4074/S0336150014012022. URL : http://necplus.eu/article_S0336150014012022.
- COTTE, Dominique (2004). « Écrits de réseaux, écrits en strates ». *Hermès, La Revue*. Vol. 39, n° 2, p. 109-115. URL : <http://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004-2-page-109.htm> (visité le 18/11/2015).
- COULOMBE, Stéphane et GRASSEL, Guido (juil. 2004). « Multimedia adaptation for the multimedia messaging service ». *IEEE Communications Magazine*. Vol. 42, n° 7, p. 120-126. ISSN : 0163-6804. DOI : 10.1109/MCOM.2004.1316543. URL : <http://ieeexplore.ieee.org/document/1316543/> (visité le 30/08/2021).
- COUSIN, Saskia et RÉAU, Bertrand (2016). « I. Genèses ». T. uvelle édition. Repères. Paris : La Découverte, p. 5-18. ISBN : 978-2-7071-9114-4. URL : <https://www.cairn.info/sociologie-du-tourisme--9782707191144-p-5.htm>.
- COUTANT, Alexandre et STENGER, Thomas (2010). « Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques ». *Les Enjeux de l'information et de la communication*. Vol. Volume 2010, n° 1. Bibliographie_available : 1 Cairndomain : www.cairn.info Cite Par_available : 1 Publisher : GRESEC, p. 45-64. ISSN : 1778-4239. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2010-1-page-45.htm> (visité le 14/09/2021).

- (2011). « Introduction ». *Hermès, La Revue*. Vol. 59, n° 1. Place : Paris Publisher : C.N.R.S. Editions, p. 9-17. ISSN : 9782271071651. URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-1-page-9.htm>.
- CREDOC (déc. 2018). *Baromètre du numérique 2018*. Rapp. tech. ARCEP, Conseil général de l'économie (CGE) et Agence du Numérique. URL : <https://www.arcep.fr/actualites/les-communiques-de-presse/detail/n/barometre-du-numerique-publication-de-ledition-2018.html> (visité le 11/06/2021).
- DACOS, Marin et MOUNIER, Pierre (mar. 2015). *Humanités numériques*. Rapport de recherche. Institut français. URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01228945>.
- DAVALLON, Jean (2004). « La médiation : la communication en procès ? » *MEI*. n° 19, p. 37-58.
- DAVALLON, Jean, DESPRÉS-LONNET, Marie et JEANNERET, Yves (2003). *Lire, écrire, récrire : Objets, signes et pratiques des médias informatisés*. Sous la dir. d'Emmanuel SOUCHIER, Yves JEANNERET et Joëlle LE MAREC. Paris : Éditions de la Bibliothèque publique d'information. ISBN : 978-2-84246-162-1.
- DE CERTEAU, Michel (1990). *L'invention du quotidien, I : arts de faire*. Sous la dir. de Luce GIARD. Nouv. éd. Folio Essais 146. Paris : Gallimard. ISBN : 978-2-07-032576-4.
- DE CERTEAU, Michel, GIARD, Luce et MAYOL, Pierre (1994). *L'invention du quotidien, II : habiter, cuisiner*. Nouvelle édition revue et augmentée. Folio Essais 238, 1 vol. (XIV-415 p.) ISBN : 978-2-07-032827-7.
- DE LEMOS MARTINS, Moisés, OLIVEIRA, Madalena et DA LUZ CORREIA, Maria (2011). « Les images numériques s'imaginent l'archaïque : mettre en perspective les cartes postales ». *Sociétés*. Vol. 111, n° 1, p. 163-177. ISSN : 9782804165413. DOI : 10.3917/soc.111.0163. URL : <https://www.cairn.info/revue-societes-2011-1-page-163.htm>.
- DELEUZE, Gilles (2003). *Pourparlers 1972-1990*. Reprise 6. 1 vol. (249 p.) ISBN : 2-7073-1842-6.
- DELEUZE, Gilles et GUATTARI, Félix (1980). « Rhizome ». *Mille plateaux*. Critique. Paris : Les éditions de Minuit. ISBN : 2-7073-0307-0.
- DELPLANQUE, Catherine et al. (2019). *Fiches pratiques RGPD Recherche*. URL : <https://recherche.parisnanterre.fr/accueil/guide-rgpd-2019> (visité le 20/10/2021).
- DEMUMIEUX, Rachel et HABBOUCHE, Farid (2004). « Usability and MMS Uses on Mobile Phones ». *Proceedings of the 1st French-Speaking Conference on Mobility and Ubiquity Computing*. UbiMob '04. Nice, France : Association for Computing Machinery, p. 1-4.

ISBN : 1581139152. DOI : 10.1145/1050873.1050875. URL : <https://doi.org/10.1145/1050873.1050875>.

DENIS, Jérôme et GOËTA, Samuel (2016). *“Brutification” et instauration des données. La fabrique attentionnée de l’open data*. i3WP_16-CSI-01.pdf. URL : <https://hal-mines-paristech.archives-ouvertes.fr/hal-01347301>.

DENIS, Jérôme et PONTILLE, David (2010). « La ville connectée ». *Réalités industrielles. Annales des mines*. n° Novembre, p. 69-74. URL : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00551240>.

— (2013). « Une infrastructure évasive. Aménagements cyclables et troubles de la description dans OpenStreetMap ». *Réseaux*. n° 178. 00006, p. 92-125. URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs-00841777/> (visité le 07/10/2016).

DESEILLIGNY, Oriane (2014). « La recommandation sur le Web : entre héritages formels et logiques comptables ». *Communication & langages*. Vol. 179, n° 1. Place : Paris Publisher : NecPlus, p. 33-47. URL : <https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2014-1-page-33.htm>.

DESPRÉS-LONNET, Marie (2004). « Écrits d’écran : le fatras sémiotique ». *Communication & langages*. Vol. 142, n° 1, p. 33-42. ISSN : 0336-1500. DOI : 10.3406/colan.2004.3301. URL : http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_0336-1500_2004_num_142_1_3301 (visité le 17/01/2019).

— (2014a). « La construction documentaire d’un site culturel enfoui ». *Les médiations documentaires des patrimoines*. L’Harmattan, p. 69-106.

— (2014b). « Temps et lieux de la documentation. Transformation des contextes interprétatifs à l’ère d’Internet ». Mémoire pour l’habilitation à diriger des recherches. Université Lille Nord de France.

DESPRÉS-LONNET, Marie et MICHEAU, Béatrice (13 mai 2019). « Ontologie(s) et matérialité(s) de la musique : de quoi l’œuvre est-elle le nom? » *Communication et langages*. Vol. 199, n° 1, p. 65-89. ISSN : 0336-1500. URL : <https://www-cairn-info.bibelec.univ-lyon2.fr/revue-communication-et-langages-2019-1-page-65.htm> (visité le 27/09/2019).

DESROSIÈRES, Alain (2010). *La politique des grands nombres : histoire de la raison statistique*. ISSN : 1272-1492. Paris, France : La Découverte. 456 p. ISBN : 978-2-7071-6504-6.

DIGUET, Cécile, LOPEZ, Fanny et LEFEVRE, Laurent (2019). *L’impact spatial et énergétique des data centers sur les territoires*. Rapport de recherche. ADEME, p. 141. URL : <https://librairie.ademe.fr/urbanisme-et-batiment/908-impact-spatial-et-energetique-des-data-centers-sur-les-territoires-1-.html> (visité le 21/10/2021).

- DONDERO, Maria Julia (2007). « Les pratiques photographiques du touriste entre construction d'identités et documentation ». *Communication et langages*. Vol. 151, n° 1, p. 21-37. ISSN : 0336-1500. DOI : 10.3406/colan.2007.4631. URL : http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_0336-1500_2007_num_151_1_4631 (visité le 17/01/2019).
- DUJARDIN, Philippe (2008). « Lyon l'allumée : de l'illumination de 8 décembre à la fête des lumières, avatars d'un rituel urbain ». *Destin des rituels : faire corps dans l'espace urbain, Italie-France-Allemagne = Il destino dei rituali : faire corps nello spazio urbano, Italia-Francia-Germania*. - (Collection de l'École française de Rome ; 404). Roma : École française de Rome. DOI : 10.1400/102043. URL : <http://digital.casalini.it/an/2301517>.
- DUJARDIN, Philippe et SAUNIER, Pierre-Yves (2002). *Lumières sur le huit décembre*. La ville de Lyon. 31 p.
- DULLAART, Constant, CHAZEL, Quentin et ROMAN, Killian (2017). « Le pouvoir des formatages à l'heure de la balconisation : Entretien avec Joël Vacheron ». *Multitudes*. Vol. 68, n° 3, p. 69. ISSN : 0292-0107, 1777-5841. DOI : 10.3917/mult.068.0069. URL : <http://www.cairn.info/revue-multitudes-2017-3-page-69.htm> (visité le 26/06/2019).
- EDWARDS, Paul N. et al. (oct. 2011). « Science friction : Data, metadata, and collaboration ». en. *Social Studies of Science*. Vol. 41, n° 5, p. 667-690. ISSN : 0306-3127, 1460-3659. DOI : 10.1177/0306312711413314. URL : <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0306312711413314> (visité le 02/03/2020).
- ERTZSCHEID, Olivier (2009). « L'homme, un document comme les autres ». *Hermès*. n° 53, p. 33. ISSN : 1963-1006, 0767-9513. DOI : 10.4267/2042/31473. URL : <http://hdl.handle.net/2042/31473> (visité le 20/09/2018).
- EYSENBACH, G. et TILL, J. E (10 nov. 2001). « Ethical issues in qualitative research on internet communities ». *BMJ*. Vol. 323, n° 7321, p. 1103-1105. ISSN : 0959-8138, 1468-5833. DOI : 10.1136/bmj.323.7321.1103. URL : <https://www.bmj.com/lookup/doi/10.1136/bmj.323.7321.1103> (visité le 01/08/2021).
- FARGE, Arlette (1992). *Dire et mal dire l'opinion publique au XVIIIe siècle*. La librairie du XXe siècle. Paris : Éd. du Seuil. ISBN : 2-02-012902-7.
- FONTANILLE, Jacques (2014). « Territoire : du lieu à la forme de vie ». *AS-Actes Sémiotiques*. URL : <http://epublications.unilim.fr/revues/as/5239> (visité le 18/03/2016).
- FRAENKEL, Béatrice (2007). « Actes d'écriture : quand écrire c'est faire ». *Langage et société*. Vol. 121-122, n° 3, p. 101-112. ISSN : 9782735111022. DOI : 10.3917/ls.121.0101. URL :

- <https://www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2007-3-page-101.htm>
(visité le 17/08/2020).
- GAILLARD, Françoise (2009). « Incarnations ». *Medium*. Vol. N°18, n° 1, p. 11-20. ISSN : 1771-3757. URL : <https://www.cairn.info/revue-medium-2009-1-page-11.htm>
(visité le 27/06/2021).
- GANASCIA, Jean-Gabriel (29 oct. 2019). « De la surveillance à la « sousveillance » ». *Politiques sécuritaires et surveillance numérique*. Sous la dir. de Pierre-Antoine CHARDEL. Les essentiels d'Hermès. Code : Politiques sécuritaires et surveillance numérique. Paris : CNRS Éditions, p. 119-137. ISBN : 978-2-271-12209-4. URL : <http://books.openedition.org/editions-cnrs/20209> (visité le 09/12/2021).
- GILLEN, Julia et HALL, Nigel (2010). « Edwardian Postcards : Illuminating Ordinary Writing ». *The anthropology of writing : understanding textually mediated worlds*. New York : Continuum, p. 160-189.
- GOETSCHER, Pascale et GRANGER, Christophe (2011). « Faire l'événement, un enjeu des sociétés contemporaines ». *Sociétés & Représentations*. Vol. 32, n° 2. Place : Paris Publisher : Éditions de la Sorbonne, p. 7-23. ISSN : 9782859446857. DOI : 10.3917/sr.032.0007. URL : <https://www.cairn.info/revue-societes-et-representations-2011-2-page-7.htm>.
- GOMEZ-MEJIA, Gustavo (2016). *Les fabriques de soi ? [identité et industrie sur le web]*. [Les essais numériques]. Paris : MkF éditions. 1 vol. (151 p.)
- (déc. 2017). « Fragments sur le partage photographique. Choses vues sur Facebook ou Twitter ». *Communication & langages*. Vol. 2017, n° 194, p. 41-65. ISSN : 0336-1500. DOI : 10.4074/S0336150017014041. URL : http://www.necplus.eu/abstract_S0336150017014041 (visité le 15/04/2018).
- GOYET, Samuel (nov. 2017). « De briques et de blocs. La fonction éditoriale des interfaces de programmation (API) web : entre science combinatoire et industrie du texte. » Theses. Paris IV Sorbonne. URL : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01665406>.
- GRUDET, Isabelle (2010). « Jeu d'images intermédiaires : le grand projet architectural et urbain de Lyon Confluence ». *Sociétés & Représentations*. Vol. 2, n° 30, p. 111-122. DOI : 10.3917/sr.030.0111.
- GUILLE, Adrien et FAVRE, Cécile (27 mai 2015). « Event detection, tracking, and visualization in Twitter : a mention-anomaly-based approach ». *Social Network Analysis and Mining*. Vol. 5, n° 1, p. 18. ISSN : 1869-5469. DOI : 10.1007/s13278-015-0258-0. URL : <https://doi.org/10.1007/s13278-015-0258-0>.

- GUNTHER, André (1^{er} sept. 2008). « “Sans retouche” ». *Études photographiques*. n° 22. Editeur : Société française de photographie. ISSN : 1270-9050. URL : <https://journals.openedition.org/etudesphotographiques/1004> (visité le 29/08/2021).
- (2014). « L'image conversationnelle. Les nouveaux usages de la photographie numérique ». *Études photographiques*. n° 31. 00006. URL : <http://etudesphotographiques.revues.org/3387> (visité le 22/09/2016).
- (2015). *L'image partagée. La photographie numérique. L'écriture photographique*. Paris : Éditions Textuel, 1 vol. (175 p.) ISBN : 978-2-84597-530-9.
- (août 2017). *Pour une analyse narrative des images sociales*. URL : <https://rfmv.fr/numeros/1/articles/pour-une-analyse-narrative-des-images-sociales/> (visité le 11/04/2018).
- HALL, Edward Twitchell (2014). *La dimension cachée*. Trad. par Amélie PETITA. Avec une postf. de Françoise CHOAY. Points 89, 1 vol. (254 p.) ISBN : 978-2-7578-4199-0.
- HERRMAN, John (août 2016). « Inside Facebook's (Totally Insane, Unintentionally Gigantic, Hyperpartisan) Political-Media Machine ». *The New York Times Magazine*. URL : <https://www.nytimes.com/2016/08/28/magazine/inside-facebook-totally-insane-unintentionally-gigantic-hyperpartisan-political-media-machine.html>.
- HOBBSAWM, Eric (31 déc. 1995). « Inventer des traditions ». *Enquête*. n° 2, p. 171-189. ISSN : 1245-2084, 1953-809X. DOI : 10.4000/enquete.319. URL : <http://journals.openedition.org/enquete/319> (visité le 30/09/2021).
- HOREL, Bertrand (2006). « MMS, circulez ! Autrement, rien à voir ». *MédiaMorphoses*. n° 16. URL : <http://hdl.handle.net/2042/23498>.
- INSTITUT DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES DU CNRS (INSHS) (fév. 2021). *Les sciences humaines et sociales et la protection des données à caractère personnel dans le contexte de la science ouverte – V2*. URL : <https://www.ouvrirlascience.fr/les-sciences-humaines-et-sociales-et-la-protection-des-donnees-a-caractere-personnel-dans-le-contexte-de-la-science-ouverte-v2> (visité le 27/10/2021).
- JACKIEWICZ, Agata (2017). « Outils notionnels pour l'analyse des controverses ». *Questions de communication*. Vol. 31, n° 1, p. 137-159. URL : <https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2017-1-page-137.htm>.
- JACOBI, Daniel (2017). « La délectation culturelle à l'ère du tourisme de masse ». *Communication & langages*. Vol. 191, n° 1. Place : Paris Publisher : NecPlus, p. 15-27. DOI : 10.4074/S0336150017011024. URL : <https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2017-1-page-15.htm>.

- JANIN, Alice (2018). « Le discours institutionnel autour de la Fête des Lumières. Une triple approche de la figure du public ». Mémoire de master 2, mention information communication. Lyon : Université Lumière Lyon 2.
- JEANNERET, Yves (2014). *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*. Collection SIC recherches en sciences de l'information et de la communication 4. Paris : Editions Non standard. ISBN : 978-2-9542852-5-2.
- (2019). « Chapitre 4. Recourir à la démarche sémio-communicationnelle dans l'analyse des médias ». *Médias et médiatisation*. Communication en +. Fontaine : Presses universitaires de Grenoble, p. 105-135. ISBN : 978-2-7061-4280-2. URL : <https://www.cairn.info/medias-et-mediatisation--9782706142802-p-105.htm>.
- JODELET, Denise (2003). « 1. Représentations sociales : un domaine en expansion ». *Les représentations sociales*. T. 7e éd. Sociologie d'aujourd'hui. Paris cedex 14 : Presses Universitaires de France, p. 45-78. ISBN : 978-2-13-053765-6. DOI : 10.3917/puf.jodel.2003.01.0045. URL : <https://www.cairn.info/les-representations-sociales--9782130537656-p-45.htm>.
- JOLY, Martine (2005). *L'image et les signes : approche sémiologique de l'image fixe*. Paris, France : A. Colin. 191 p. ISBN : 978-2-200-34180-0.
- JONES, Russel A., BURNAY, Nathalie et SERVAIS, Olivier (2000). « Chapitre 1. La recherche en sciences humaines ». *Méthodes de recherche en sciences humaines*. Méthodes en sciences humaines. Louvain-la-Neuve : De Boeck Supérieur, p. 11-44. ISBN : 978-2-8041-2800-5. URL : <https://www.cairn.info/methodes-de-recherche-en-sciences-humaines--9782804128005-p-11.htm>.
- KAÇEL, Ela (2017). « Framing Migrants as City-dwellers : Identity, Space, and Photography ». *Migration, Stadt und Urbanität : Perspektiven auf die Heterogenität migrantischer Lebenswelten*. Sous la dir. de Thomas GEISEN, Christine RIEGEL et Erol YILDIZ. Springer VS, p. 403-421.
- KAUN, Anne et STIERNSTEDT, Fredrik (1^{er} nov. 2014). « Facebook time : Technological and institutional affordances for media memories ». *New Media & Society*. Vol. 16, n° 7, p. 1154-1168. ISSN : 1461-4448. DOI : 10.1177/1461444814544001. URL : <https://doi.org/10.1177/1461444814544001> (visité le 03/10/2019).
- KING, Storm A. (juin 1996). « Researching Internet Communities : Proposed Ethical Guidelines for the Reporting of Results ». *The Information Society*. Vol. 12, n° 2, p. 119-128. ISSN : 0197-2243, 1087-6537. DOI : 10.1080/713856145. URL : <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/713856145> (visité le 01/08/2021).
- KRIEGER, Martin H. (déc. 2004). « Taking Pictures in the City ». *Journal of Planning Education and Research*. Vol. 24, n° 2, p. 213-215. ISSN : 0739-456X, 1552-6577. DOI :

- 10.1177/0739456X04271625. URL : <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0739456X04271625> (visité le 12/03/2019).
- LA ROCCA, Fabio (2011). « Culture visuelle et visualisation du monde : l'expérience in visu ». *Sociétés*. Vol. 112, n° 2, p. 95. ISSN : 0765-3697, 1782-155X. DOI : 10.3917/soc.112.0095. URL : <http://www.cairn.info/revue-societes-2011-2-page-95.htm> (visité le 17/10/2021).
- LABELLE, Sarah (1^{er} déc. 2008). « Le spectacle « La Cathédrale, de Monet aux pixels » : réécriture monumentale d'un espace public ». *Études de communication*. n° 31, p. 59-76. ISSN : 1270-6841, 2101-0366. DOI : 10.4000/edc.739. URL : <http://edc.revues.org/739> (visité le 12/01/2017).
- LAFON, Benoit (2019). « Chapitre 6. Des médiatisations au processus de médiatisation ». *Médias et médiatisation*. Communication en +. Fontaine : Presses universitaires de Grenoble, p. 157-189. ISBN : 978-2-7061-4280-2. URL : <https://www.cairn.info/medias-et-mediatisation--9782706142802-p-157.htm>.
- LALLEMENT, Emmanuelle (2007). « Événements en ville, événements de ville : vers de nouvelles ritualités urbaines ? » *Communication & Organisation*. Vol. 2, n° 32, p. 26-38. URL : http://www.cairn.info/resume.php?ID_ARTICLE=COMOR_032_0002 (visité le 20/08/2017).
- LATZKO-TOTH, Guillaume et PROULX, Serge (2013). « Enjeux éthiques de la recherche sur le web ». *Manuel d'analyse du web - en Sciences Humaines et Sociales*. Paris : Armand Colin. ISBN : 978-2-200-28627-9.
- LAVADINHO, Sonia et WINKIN, Yves (2005). « Quand les piétons saisissent la ville : éléments pour une anthropologie de la marche appliquée à l'aménagement urbain ». *MEI - Médiation et information*. n° n° 21-2004 [paru 2005]. Titre du fascicule : Espace, corps, communication / Patrick Baudry, Alain Bouldoires, Anne Cauquelin...[et al.]; sous la dir. de Alain Mons, p. 33-41. URL : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00425734>.
- LE BITOUZÉ, Corinne (2011). « 6. Conservation, communication et restauration ». *Images et bibliothèques*. Bibliothèques. Paris : Éditions du Cercle de la Librairie, p. 101-122. ISBN : 978-2-7654-1001-0. DOI : 10.3917/elec.melot.2011.01.0101. URL : <https://www.cairn.info/images-et-bibliotheques--9782765410010-p-101.htm>.
- LE MAREC, Joëlle (mar. 2001). « Le public : définitions et représentations ». *Bulletin des bibliothèques de France*. Vol. 46, n° 2. URL : https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000135.

- (1^{er} déc. 2012). « Partage et transmissions ordinaires dans les institutions du savoir ». *Tracés*. n° #12, p. 107-121. ISSN : 1763-0061, 1963-1812. DOI : 10.4000/traces.5523. URL : <http://journals.openedition.org/traces/5523> (visité le 02/03/2019).
- LEBOIS, Valérie (1^{er} juin 2003). « Habitants et architectes : des créateurs d'images ». *Labyrinthe*. n° 15. ISSN : 1288-6289, 1950-6031. DOI : 10.4000/labyrinthe.470. URL : <http://journals.openedition.org/labyrinthe/470> (visité le 26/06/2019).
- LEJEUNE, Christophe (2010). « Montrer, calculer, explorer, analyser. Ce que l'informatique fait (faire) à l'analyse qualitative ». *Recherches Qualitatives*. Vol. 9, ISSN : 1203-3839. URL : <https://orbi.uliege.be/handle/2268/61098> (visité le 13/02/2020).
- (2014). *Manuel d'analyse qualitative : analyser sans compter ni classer*. Louvain-la-Neuve, Belgique : De Boeck Supérieur. 149 p. ISBN : 978-2-8011-1749-1.
- LENCLUD, Gérard (1^{er} oct. 1987). « La tradition n'est plus ce qu'elle était.... Sur les notions de tradition et de société traditionnelle en ethnologie ». *Terrain. Anthropologie & sciences humaines*. n° 9, p. 110-123. ISSN : 0760-5668. DOI : 10.4000/terrain.3195. URL : <http://journals.openedition.org/terrain/3195> (visité le 24/01/2018).
- LEUTRAT, Estelle (2006). « L'image gravée de la ville au XVI^e siècle : notes sur la vue de Lyon attribuée à Bernard Salomon ». *Représentations et formes de la ville européenne. Le patrimoine et la mémoire. Actes de la 4^e journée d'études franco-italienne du département d'histoire de l'art de l'Université Pierre Mendès-France*. Paris Budapest Kinshasa [etc.] : Centre de recherche en histoire et histoire de l'art - Italie, pays alpins (Grenoble).
- LITS, Marc (2008). *Du récit au récit médiatique*. Info & com licence, master, doctorat. Bruxelles : #0, De Boeck, 1 vol. (235 p.) ISBN : 978-2-8041-5579-7.
- (2014). « L'espace public : concept fondateur de la communication ». *Hermès, La Revue*. Vol. 70, n° 3. Place : Paris Publisher : CNRS Éditions, p. 77-81. ISSN : 9782271082619. DOI : 10.3917/herm.070.0075. URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2014-3-page-77.htm>.
- LYNCH, Kevin Andrew (1969). *L'image de la cité*. Trad. de l'anglais par Marie Françoise VÉNARD et Jean-Louis VÉNARD. Aspects de l'urbanisme. Dunod. 1 vol. (VII-222 p.)
- MANOVICH, Lev (26 déc. 2016). *Instagram and Contemporary Image*. URL : <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image> (visité le 27/09/2021).
- MARCHAL, Hervé, STÉBÉ, Jean-Marc et LIQUÈTE, Vincent (2019). « Des stéréotypes tenaces sur les banlieues et les zones périurbaines ». *Hermès, La Revue*. Vol. 83, n° 1, p. 170-175. ISSN : 9782271126412. URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2019-1-page-170.htm>.

- MARESCA, Sylvain (1^{er} nov. 2004). « L'introduction de la photographie dans la vie quotidienne. Éléments d'histoire orale ». *Études photographiques*. n° 15, p. 61-77. ISSN : 1270-9050. URL : <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/395> (visité le 15/03/2019).
- MATTERN, Shannon (7 fév. 2017). « A City Is Not a Computer ». *Places Journal*. DOI : 10.22269/170207. URL : <https://placesjournal.org/article/a-city-is-not-a-computer/> (visité le 08/07/2019).
- MERLEAU-PONTY, Maurice (1945). *Phénoménologie de la perception*. 2e édition. Bibliothèque des idées. Paris : Gallimard.
- MERZEAU, Louise (2009). « Du signe à la trace : l'information sur mesure ». *Hermès, La Revue*. Vol. 53, n° 1. Place : Paris Publisher : C.N.R.S. Editions, p. 21-29. ISSN : 9782271068361. DOI : 10.4267/2042/31471. URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2009-1-page-21.htm>.
- (2010). « Habiter l'hypersphère ». *Documentaliste-Sciences de l'Information*. Vol. 47, n° 1. Place : Paris Publisher : A.D.B.S., p. 30-31. DOI : 10.3917/docsi.471.0030. URL : <https://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2010-1-page-30.htm>.
- (juin 2012). « Faire mémoire de nos traces numériques ». *E-dossiers de l'audiovisuel*. URL : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00727308>.
- (mar. 2013). « Twitter, machine à faire et défaire l'autorité ». fr. *Médium : Transmettre pour Innover*. Vol. 1, n° 34, p. 171-185. URL : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00837547/document> (visité le 13/04/2017).
- NAVARRO, Nicolas (mar. 2017). « Construction et inscription de la promesse touristique : la visite de la vieille ville d'Annecy ». *Communication & langages*. Vol. 2017/1, n° 191, p. 99-113. ISSN : 0336-1500. DOI : 10.4074/S0336150017011073. URL : <https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2017-1-page-99.htm> (visité le 03/04/2019).
- (2018). *Énonciations visuelles de l'identité urbaine. Ethnographie en ligne de la représentation photographique du quartier Grandclément (Villeurbanne). Rapport final du contrat post-doctoral et livret des entretiens*. Rapp. tech. Université de Lyon, LabEx Intelligence des mondes urbains, Projet Idenum 2017-2018.
- ORILLARD, Clément (2003). « Contrôler l'image de la ville ». *Labyrinthe*. n° 15. URL : <http://labyrinthe.revues.org/472>.
- (juin 2014). « Kevin Lynch et l'innovation dans les systèmes de visualisation urbaine ». en. *Communication & langages*. Vol. 2014, n° 180, p. 63-77. ISSN : 0336-1500.

- DOI : 10.4074/S033615001401206X. URL : http://www.necplus.eu/abstract_S033615001401206X (visité le 24/03/2016).
- PAILLARD, Bernard (1998). « Réintégration du disparu dans le cortège des vivants ». *Ethnologie française*. Vol. 28, n° 1. Publisher : Presses Universitaires de France, p. 75-79. ISSN : 00462616, 21010064. URL : www.jstor.org/stable/40989960 (visité le 17/08/2020).
- PANERAI, Philippe (2018). « La glace vanille-mangue va-t-elle envahir Paris ? » *Tous urbains*. Vol. 24, n° 4. Place : Paris cedex 14 Publisher : Presses Universitaires de France, p. 27-28. ISSN : 9782130802983. DOI : 10.3917/tu.024.0027. URL : <https://www.cairn.info/revue-tous-urbains-2018-4-page-27.htm>.
- PAQUOT, Thierry (2016). « IV. D'un genre pictural à un patrimoine immatériel ». *Le paysage*. Repères. Paris : La Découverte, p. 69-88. ISBN : 978-2-7071-6698-2. URL : <https://www.cairn.info/Le-paysage--9782707166982-p-69.htm>.
- PENNEY, Jon (2016). *Chilling Effects : Online Surveillance and Wikipedia Use*. SSRN Scholarly Paper ID 2769645. Rochester, NY : Social Science Research Network. URL : <https://papers.ssrn.com/abstract=2769645> (visité le 01/09/2017).
- PERAYA, Daniel et BONFILS, Philippe (21 déc. 2012). « Nouveaux dispositifs médiatiques : comportements et usages émergents. Le cas d'étudiants toulonnais en formation à l'UFR Ingémédia ». *Distances et médiations des savoirs. Distance and Mediation of Knowledge*. Vol. 1, n° 1. Number : 1 Publisher : Centre national d'enseignement à distance. ISSN : 2264-7228. DOI : 10.4000/dms.126. URL : <http://journals.openedition.org/dms/126> (visité le 15/10/2020).
- PEREC, Georges (1989). *L'infra-ordinaire*. La Librairie du XXIe siècle. Paris : Éd. du Seuil, 1 vol. (121 p.) ISBN : 2-02-010899-2.
- PEREZ, Patrick (1^{er} juin 2000). « No picture! no picture! » *Journal des anthropologues. Association française des anthropologues*. n° 80. Number : 80-81 Publisher : Association française de anthropologues, p. 283-296. ISSN : 1156-0428. DOI : 10.4000/jda.3247. URL : <https://journals.openedition.org/jda/3247> (visité le 30/08/2019).
- PIGEON, Steven et COULOMBE, Stéphane (sept. 2014). « Quality-aware predictor-based adaptation of still images for the multimedia messaging service ». *Multimedia Tools and Applications*. Vol. 72, n° 2, p. 1841-1865. ISSN : 1380-7501, 1573-7721. DOI : 10.1007/s11042-013-1481-1. URL : <http://link.springer.com/10.1007/s11042-013-1481-1> (visité le 30/08/2021).
- POIROUX, Jérémie (28 sept. 2021). *Les algorithmes aux commandes*. La vie des idées. URL : <https://laviedesidees.fr/Les-algorithmes-aux-commandes.html> (visité le 16/10/2021).

- PROULX, Serge et KWOK CHOON, Mary Jane (2011). « L'usage des réseaux socio-numériques : une intériorisation douce et progressive du contrôle social ». *Hermès*. n° 59, p. 105-111. ISSN : 1963-1006, 0767-9513. DOI : 10.4267/2042/45344. (Visité le 18/04/2019).
- QUESSADA, Dominique (1^{er} fév. 2010). « De la sousveillance ». *Multitudes*. Vol. 40, n° 1, p. 54-59. ISSN : 0292-0107. URL : <https://www.cairn.info/revue-multitudes-2010-1-page-54.htm> (visité le 19/04/2019).
- RANGER, Terence Osborn (1983). *The invention of tradition*. Past and present publications. Cambridge, London, New York [etc.] : Cambridge university press, 1 vol. (VI-320 p.) ISBN : 0-521-24645-8.
- RAOUL, Bruno (2017). « Le territoire comme objet communicationnel : entre « tiers symbolisant » et « discours social ». Une mise en perspective médiatique ». FR. *Communication & langages*. Vol. 193, n° 3. Place : Paris Publisher : NecPlus, p. 117-143. DOI : 10.4074/S0336150017013096. URL : <https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2017-3-page-117.htm>.
- RICCIOTTI, Rudy (2018). *Poétique de la ville, urbanisme et architecture*. Essais, 1 vol. (139 p.) ISBN : 978-2-36441-273-6.
- RICŒUR, Paul (1983). *Temps et récit. Tome I. L'intrigue et le récit historique*. Paris, France : Editions du Seuil. 319 p. ISBN : 978-2-02-006372-2.
- (1985). *Temps et récit. Tome III. Le temps raconté*. L'Ordre philosophique. Paris : Editions du Seuil. 1 vol. (426 p.) ISBN : 2-02-008981-5.
- RIEDER, Bernhard (nov. 2006). « Metatechnologies and delegation : towards a society-centered design in the era of web 2.0 ». Theses. Université Paris VIII Vincennes-Saint Denis. URL : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00179980>.
- (27 mai 2016). *closing APIs and the public scrutiny of very large online platforms*. The Politics of Systems. URL : <http://thepoliticsofsystems.net/2016/05/closing-apis-and-the-public-scrutiny-of-very-large-online-platforms/> (visité le 06/10/2021).
- ROBERT, Pascal (déc. 2008). « La raison cartographique, entre « paradoxe de la simultanéité » et « technologie intellectuelle » ». *Communication & langages*. Vol. 2008, n° 158, p. 31. DOI : 10.4074/S0336150008004043. URL : http://www.necplus.eu/abstract_S0336150008004043 (visité le 22/03/2016).
- ROGERS, Richard (10 mai 2013). *Digital Methods*. Cambridge, MA, USA : MIT Press. 280 p. ISBN : 978-0-262-01883-8.
- RONCAYOLO, Marcel (2013). « Quand l'Art révèle la ville ». *Les arts de la ville dans le projet urbain. Débat public et médiation*. Presses universitaires François-Rabelais.

- ROSSI, Julien et BIGOT, Jean-Édouard (2018). « Traces numériques et recherche scientifique au prisme du droit des données personnelles ». fr. *Les Enjeux de l'information et de la communication*. Vol. N° 19/2, n° 2, p. 161. ISSN : 1778-4239. DOI : 10.3917/enic.025.0161. URL : <http://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2018-2-page-161.htm?ref=doi> (visité le 06/08/2020).
- RUBY, Christian (2016). « La ville que je regarde, la ville qui me regarde ». *L'art des villes*. Sous la dir. de Cécile CROCE. Pau : Presses de l'université de Pau et des pays de l'Adour.
- SANSON, Pascal, éd. (2013). *Les arts de la ville dans le projet urbain. Débat public et médiation*. Perspectives Villes et Territoires. Tours : Presses universitaires François-Rabelais. 394 p. ISBN : 978-2-86906-316-7.
- SCHAFER, Valérie (2019). « Naviguer dans la Toile du passé ». *Dans les dédales du web. Historiens en territoires numériques*. Sous la dir. de Stéphane LAMASSÉ et Gaëtan BONNOT. Paris : Editions de la Sorbonne, p. 33-46.
- SIGUIER, Marine (2020). « Donner à voir le lecteur sur les réseaux sociaux numériques : « Bookstagram », entre nouveaux régimes de visibilité et iconographies standardisées ». *Études de communication*. Vol. 54, n° 1. Place : Villeneuve d'Ascq Publisher : Université de Lille, p. 113-134. ISSN : 9782917562239. DOI : 10.4000/edc.10203. URL : <https://www.cairn.info/revue-etudes-de-communication-2020-1-page-113.htm>.
- SIX, Nicolas (9 juil. 2020). « Comment le téléphone mobile a détrôné l'appareil photo en vingt ans ». *Le Monde.fr*. URL : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2020/07/09/comment-le-telephone-mobile-a-detrone-l-appareil-photo-en-vingt-ans_6045653_4408996.html (visité le 31/08/2021).
- SMOLCZEWSKA TONA, Agnieszka et CORDONNIER, Sarah (2018). « Faire advenir le territoire dans l'enquête. Rencontre des compétences, partage des expériences et négociation des positions savantes et profanes. » *Territoires. Enquête communicationnelle*. URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01884270>.
- SÖDERSTRÖM, Ola (jan. 2000). *Des images pour agir. Le visuel en urbanisme (Images for action. The visual in urban planning)*. Editions Payot Lausanne, p. 139. ISBN : 2-601-03272-3.
- SOUCHIER, Emmanuël (2007). « Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale ». *Communication et langages*. Vol. 154, n° 1. 00000, p. 23-38. ISSN : 0336-1500. DOI : 10.3406/colan.2007.4688. URL : http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_0336-1500_2007_num_154_1_4688 (visité le 07/10/2016).

- STAR, Susan Leigh (2002). « Got infrastructure? How standards, categories, and other aspects of infrastructure influence communication ». *2 ND SOCIAL STUDY OF IT WORKSHOP AT THE LSE ICT AND GLOBALIZATION*, p. 22-23.
- TAROU, Anne (2010). « La Fête des Lumières entre 1950 et 2004 ». Mémoire de master recherche 2e année, culture de l'écrit et de l'image. Villeurbanne : Enssib, Lyon 2.
- TRUC, Gêrôme (2016). *Sidérations. Une sociologie des attentats*. Le Lien social. Paris cedex 14 : Presses Universitaires de France. 368 p. ISBN : 978-2-13-073303-4. URL : <https://www.cairn.info/siderations-une-sociologie-des-attentats--9782130733034.htm>.
- TUBARO, Paola (avr. 2014). « Sociology and Social Networks ». *Sociology*. Vol. 48, n° 2, p. 410-416. ISSN : 0038-0385, 1469-8684. DOI : 10.1177/0038038513517319. URL : <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0038038513517319> (visité le 11/09/2020).
- URRY, John et LARSEN, Jonas (août 2019). *The Tourist Gaze 3.0*. London. DOI : 10.4135/9781446251904.
- VERGOPOULOS, Hécate et FLON, Emilie (30 nov. 2012). « L'expérience touristique dans les guides : une subjectivité à lire, écrire et raconter ». *Belgeo*. n° 3. ISSN : 1377-2368, 2294-9135. DOI : 10.4000/belgeo.7173. URL : <http://journals.openedition.org/belgeo/7173> (visité le 19/08/2021).
- VERNANT, Jean-Pierre (29 sept. 1999). *L'univers, les dieux, les hommes. Récits grecs des origines*. La librairie du XXIe siècle. Seuil. ISBN : 978-2-02-038227-4.
- VICTORRI, Bernard (2002). « Homo Narrans : le rôle de la narration dans l'émergence du langage ». *Langages*. n° 146, p. 112-125. URL : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00009488>.
- VIDAL, Frédéric (2010). « Faire la ville et pratiquer des lieux. L'histoire du tourisme sur les pas de Michel de Certeau ». *Revue d'Histoire des Sciences Humaines*. Vol. n° 23, n° 2, p. 99-115. ISSN : 1622-468X. URL : <https://www.cairn.info/revue-histoire-des-sciences-humaines-2010-2-page-99.htm> (visité le 18/03/2019).
- VLÈS, Vincent (juin 2011). « Entre redynamisation urbaine et banalisation des espaces : tensions et enjeux de l'urbanisme touristique ». *Mondes du tourisme*. Vol. 1, n° 3, p. 14-25. URL : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00681501>.
- WATERLOO, Sophie F. et al. (23 mai 2017). « Norms of online expressions of emotion : Comparing Facebook, Twitter, Instagram, and WhatsApp : » *New Media & Society*. Publisher : SAGE PublicationsSage UK : London, England. DOI : 10.1177/1461444817707349. URL : <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1461444817707349> (visité le 21/11/2021).

- WULF, Christoph (2005). « Introduction. Rituels. Performativité et dynamique des pratiques sociales ». *Hermès, La Revue*. Vol. 43, n° 3. Place : Paris Publisher : CNRS Éditions, p. 9-20. ISSN : 2271063477. DOI : 10 . 4267 / 2042 / 25562. URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2005-3-page-9.htm>.
- ZUBOFF, Shoshana (1^{er} jan. 2019). *Un capitalisme de surveillance*. Le Monde diplomatique. URL : <https://www.monde-diplomatique.fr/2019/01/ZUBOFF/59443> (visité le 20/10/2021).