

Le peuple en sciences humaines et sociales à l'ère du numérique

Outils de reconceptualisation



Le peuple en sciences humaines et sociales à l'ère du numérique

Outils de reconceptualisation

Série « Pluralités européennes » (anciens « Cahiers de Varsovie ») n° 3/29

Directeur de la série : Laurent Tatarenko

Comité de rédaction de la série :

Anna Konieczna (Université de Varsovie)

Radosław Szymanski (Université de Varsovie)

Comité scientifique de la série :

Daniel Beauvois (membre honoraire)

Jørn Boisen (Université de Copenhague)

Sven Externbrink (Université de Heidelberg)

Xavier Galmiche (Sorbonne Université)

Nicolas Maslowski (Université de Varsovie)

Ondřej Matějka (Université Charles de Prague)

Iwona Pugaczewicz (Sorbonne Université, Université de Varsovie)

Paweł Rodak (Université de Varsovie)

Lisbeth Verstraete-Hansen (Université de Copenhague)

Eva Voldřichová Beránková (Université Charles de Prague)

Izabella Zatorska (Université de Varsovie)

Le peuple en sciences humaines et sociales à l'ère du numérique

Outils de reconceptualisation

sous la direction de
Idriss Miskine Buitchoho et Mélusine Martin



Directeur de la série : Laurent Tatarenko

Rédacteurs en chef de la série : Anna Konieczna, Radosław Szymański

Rapporteurs : Mirosław Loba, Małgorzata Molęda-Zdziech

Responsable éditoriale : Małgorzata M. Przybyszewska

Projet de la couverture et des pages de titre : Zbigniew Karaszewski

Composition : Piotr Molski

Publié avec le concours du Centre de civilisation française et d'études francophones
de l'Université de Varsovie

Publication sous licence Creative Commons Attribution 3.0 PL (CC BY 3.0 PL)
(texte complet disponible sur : <https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/pl/deed.fr>)

Idriss Miskine Buitchoho : ORCID 0009-0005-6507-4363, Université Paris Cité
Mélusine Martin : ORCID 0000-0002-6014-8993, James Cook University

ISBN 978-83-235-6740-0 (impression)

ISBN 978-83-235-6759-2 (pdf online)

ISBN 978-83-235-6651-9 (e-pub)

ISBN 978-83-235-6652-6 (mobi)

Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego
PL 02-678 Warszawa, ul. Smyczkowa 5/7
e-mail: wuw@uw.edu.pl
www.wuw.pl

Première édition, Varsovie 2025

Il n'y a jamais eu une telle période de promesses et de menaces. [...] Nous devons développer une lecture claire et globale quant à l'impact des technologies sur nos vies et comment elles reconditionnent notre environnement économique, social, culturel et humain.

Klaus Schwab, fondateur et président exécutif
du Forum économique mondial

TABLE DES MATIÈRES

Remerciements	9
--------------------------------	---

Idriss Miskine Buitchoho, Mélusine Martin

Introduction générale

<i>La quête conceptuelle du peuple à l'ère du numérique.</i>	10
--	----

Première partie

La lexicologie numérique du peuple

Patrycja Pichnicka-Trivedi

<i>Populisme au temps du numérique</i>	18
--	----

Idriss Miskine Buitchoho

Les cybernautes, acteurs de la dynamique constructiviste d'un peuple

<i>numérique ? Une approche sociopolitique</i>	30
--	----

Michał Górnik

<i>Une société numérique équivaut-elle à une société plus accessible ?</i>	43
--	----

Deuxième partie

Les dynamiques sociales de *homo numericus*

Thaïs Barbosa de Almeida

La parole politique sur Twitter en direction du peuple : le cas de « Lula »

<i>au Brésil</i>	58
----------------------------	----

Camilla Salvatore

« Romskiyat zhivot – bolen, kalen i kratuk », la contribution du numérique

<i>à la marginalisation des Roms en Bulgarie</i>	73
--	----

Felipe Kaiser Fernandes

La gestation d'un peuple européen nomade : une ethnographie du marché

<i>de Sapa à l'ère du numérique</i>	88
---	----

Mélusine Martin

Symbiose identitaire avec la nature : digitalisation et nouvelles dynamiques de l'engagement pour l'environnement 101

Troisième partie

Prisme pédagogique et artistique du numérique

Anna Clajot

Comment mesurer la compétence sociolinguistique dans la didactique des langues : outils, défis, recommandations 114

Luiz do Valle Miranda

Herméneutique, culture numérique et éducation : formation des enseignants à l'ère des technologies numériques 125

Carlo de Nuzzo

La digitalisation, nouveau levier de démocratisation des biens culturels et médiatiques ? 137

Quatrième partie

Défis méthodologiques du numérique

Katarzyna Stokłosa

L'utilisation de nouvelles technologies dans l'administration de la preuve en procédures pénales 148

Jean-Marie Ntahimpera

Les usages des blogs au Mali : une analyse du contenu de 35 blogs maliens 159

Angela-Gabriela Pop

Facettes de la présentation de soi et construction d'une identité discursive sur le blog 176

Liste des auteurs 189

Remerciements

La construction de cet ouvrage a commencé au fort de la crise du Covid-19 en 2021, pour s'achever en 2024. Durant ce temps, elle a bravé différentes péripéties pour enfin réussir à constituer le matériau nécessaire à reconceptualiser le « peuple » au prisme du numérique. Grâce à l'enthousiasme d'Alicja Jaworska, l'ouvrage a été nourri de plusieurs échanges et évaluations anonymes qui ont permis de faire ressortir les dynamiques humaines et sociales du numérique. Fruit du partage, de la validation et des réajustements des idées d'un nombre considérable de jeunes chercheurs et de spécialistes confirmés qui ont fait preuve de patience pour que cet ouvrage voie le jour, notre dette envers eux dépasse bien évidemment les phrases de remerciement qui leur sont destinées. Nous tenons tout particulièrement à exprimer notre gratitude au Conseil scientifique et au Comité d'organisation du séminaire doctoral francophone des 18 et 19 mars 2021, sans qui ce projet n'aurait pas vu le jour.

Nos remerciements vont à l'endroit de Maciej Abramowicz (qui a également assuré la présidence du conseil scientifique), d'Alicja Jaworska, de Nicolas Maslowski et de Marija Podzorova. Les contributions inestimables de Xavier Galmiche et d'Iwona Pugacewicz de Sorbonne Université ont permis d'aiguiser le sens critique sur la dimension sociologique du numérique. Nous sommes aussi extrêmement reconnaissants envers Marco Modenesi et Chiara Molinari de Université de Milan pour leurs apports à la conduite des débats dont cet ouvrage sort enrichi. Nos remerciements s'adressent aussi à Jørn Boisen et à Lisbeth Verstraete-Hansen de l'Université de Copenhague pour l'orientation qu'ils ont donnée aux différentes contributions. De même, Eva Beránková de l'Université Charles de Prague et Sven Externbrink de l'Université de Heidelberg ont été d'une grande aide dans cette aventure par leurs suggestions pratiques et l'encadrement des participants. Enfin, ce travail n'aurait pas pu être achevé sans le concours des collègues du Centre de civilisation française et d'études francophones de l'Université de Varsovie. En particulier, notre reconnaissance va à Laurent Tatarenko, directeur actuel du Centre, pour son engagement dans le suivi de cette publication.

Idriss Miskine Buitchoho

*Centre Maurice Hauriou de recherche en droit public et sciences politiques
Université Paris Cité*

Mélusine Martin

*Histoire et dynamique des espaces anglophones
Sorbonne Université et Cairns Institute, James Cook University*

Introduction générale

La quête conceptuelle du peuple à l'ère du numérique

Le peuple, matrice par définition des organisations sociales, est un objet qui traverse les époques. Toutefois, le numérique, qui après une longue période de gestation commencée dans les années 1960 a atteint sa maturité avec la quatrième révolution industrielle du début du XXI^e siècle, rajoute un nouveau terrain d'expression à la notion de peuple invitant à penser le rapport entre les deux concepts. Leur conjonction permet d'observer, d'une part, les influences réciproques et, d'autre part, les contraintes théoriques et empiriques propres à l'usage de ces termes dans les différentes disciplines des sciences humaines et sociales. Ce constat a motivé les réflexions d'un groupe de chercheurs réunis par une démarche interdisciplinaire. Leurs travaux ont été présentés les 18 et 19 mars 2021 au Centre de civilisation française et d'études francophones de l'Université de Varsovie à l'occasion du colloque intitulé « Les sciences humaines et sociales à l'heure du numérique : qui est le peuple ? ». Le présent ouvrage s'appuie sur les résultats de leurs enquêtes.

Le bouleversement des dynamiques sociales

L'un des avantages de la souffrance silencieuse des concepts trivialisés est, à n'en point douter, sa propension à banaliser les transformations sémantiques qui leur

sont imposées par les contextes socio-temporels. Le concept de peuple, dans ce sillage, illustre scrupuleusement l'une des notions les plus polysémiques des sciences humaines et sociales. Dès sa conception, il a alimenté les réflexions historiques, sémiologiques, linguistiques, philosophiques, sociologiques, juridiques et politiques. Les variantes sémantiques du terme semblent subordonnées aux usages, aux époques et aux sociétés. C'est, en tout cas, l'acception que partage Paul Valéry pour qui le peuple est devenu une notion de moins en moins précise à mesure de sa croissance en nombre, en faisant « un terme monstrueux dont le sens dépend de la phrase [...] ; il désigne tantôt la totalité indistincte et jamais présente nulle part ; tantôt le plus grand nombre, opposé au nombre restreint des individus plus fortunés ou plus cultivés » (Valéry 1945 : 56). Le sens usuel du terme est forgé principalement à partir du XVIII^e siècle par la philosophie politique telle que développée par les théoriciens du contrat social (Hobbes, Locke, Rousseau, Kant, Machiavel ou La Boétie). On peut, au sens large, lui reconnaître à cet effet une « nature politique au même titre que celui de 'nation' et d'État' qui construisent une idéologie et des règles » (Signorile 2020 : 3), même si, auparavant, il se rapprochait davantage du sens de « communauté ». Par ailleurs, le mot « nation » est tout aussi mouvant et difficile à définir. Le peuple représente donc à la fois une communauté sociale partageant un territoire, une culture et une langue, l'ensemble constitué par les citoyens d'une nation par opposition aux gouvernants, et une connotation discriminatoire par la « classification et l'étiquetage des groupes humains », caractérisant les ouvriers et les paysans modestes par rapport aux élites privilégiées (Boëtsch 2005 : 86). Alors qu'on serait tenté de croire à un consensus sur le concept, l'ère de la révolution numérique vient relancer le débat sur la définition et l'emploi du mot peuple en sciences humaines et sociales.

Le numérique est au carrefour d'une profusion de définitions qui paraissent toutes partielles. La première démarche consiste à le considérer à travers son objet et son usage. Sous cet angle, on peut s'accorder avec Pascal Plantard que les domaines d'influence normative de l'usage des solutions numériques deviennent innombrables. Ils couvrent « la communication, la politique, la sociabilité, l'identité et la subjectivité, la création culturelle, le travail humain et l'économie » (Perret, Plantard 2020 : 6). L'adoption extensive de l'usage des artefacts technologiques est à l'origine d'une nouvelle culture dite numérique qui conditionne les pratiques et l'évolution de la structure sociétale. En s'imposant comme de nouvelles normes culturelles, les solutions numériques « se présentent toujours comme un passage obligé pour accomplir de plus en plus de tâches au quotidien. Force est de constater que ces dernières deviennent des organisateurs centraux de l'action » (Denouël, Granjon 2011). En effet, le numérique dans la société a rendu visible et tangible une population et il a affecté, d'une manière indubitable, ses multiples constructions. Une nouvelle génération et de nouvelles pratiques du quotidien placées sous le vocable de la cyberculture ont

vu le jour (Lévy 1997). La particularité de cet ouvrage est aussi d'exposer la réalité sociale selon laquelle le tournant numérique permet à des milieux économiquement et socialement défavorisés d'avoir une visibilité plus forte à travers les pratiques liées à l'utilisation des téléphones mobiles (Allard 2017).

De la validité conceptuelle du peuple à l'ère numérique

L'avènement du cyberspace a bouleversé les conceptions matérielles du peuple. Les frontières entre le réel et le virtuel s'estompent, laissant place à un univers où les individus interagissent, échangent et construisent une identité collective unique. En facilitant l'individualisation des expériences numériques, les frontières de la notion de peuple se sont progressivement effacées, notamment avec la nouvelle génération née à l'ère numérique, considérée comme une « génération globale » (Tubella 2015). Dans leurs influences réciproques, de même que la société façonne le numérique comme outil de progrès, elle est aussi remodelée par lui. Ce qui induit une exploration plus riche et diversifiée des complexités de représentation humaine et une redéfinition du peuple dans ce nouveau processus de numérisation de nos sociétés que certains qualifient de convergence, de virage ou encore de transition numérique (Tassi 2021). Qui est donc le peuple à l'ère du numérique ? Cet ouvrage tente d'y répondre sous quatre approches observant, tour à tour, une lexicologie du peuple à l'ère du numérique, les convergences numériques de la praxéologie sociale, les dynamiques didactiques transdisciplinaires et les évolutions méthodologiques.

Le peuple peut être défini par le travail lexicologique qui interprète ses dynamiques dans le contexte numérique. La transformation radicale de la compréhension du concept de « peuple » a été l'une des caractéristiques de la nouvelle ère de communication, de partage et de mobilisation, remodelant ainsi les contours de l'identité collective. Il en découle des enjeux cruciaux mettant en exergue une lexicologie numérique à l'intersection de la sociologie et du politique. Grâce à la démocratisation de la parole numérique, les médias sociaux, les blogs, les forums en ligne, ouvrent non seulement des espaces de dialogue et d'expression publique, mais permettent aussi à une diversité de voix de contribuer à la construction du discours collectif, tout en favorisant, presque paradoxalement, aussi bien l'uniformisation que la radicalisation de l'expression. Les termes et les expressions évoluent rapidement, parfois de manière éphémère, et leur interprétation peut varier en fonction des contextes en ligne. La création de néologismes ou l'emploi de mots existants avec de nouveaux usages contribuent à un paysage linguistique dynamique, en perpétuelle mutation. De plus, les #hashtags et les @robases deviennent de puissants instruments de mobilisation et de façonnage de l'identité du peuple au travers de nouveaux codes d'expression en symboles numériques. Ces transformations numériques profitent

aujourd'hui au populisme par la mise en résonance de discours qui amplifient les dialectiques sociales entre les populations. Le peuple est défini aujourd'hui à la fois par les affects sociaux et par son exposition au numérique qui le rend sensible aux stratégies digitales de mobilisation. C'est ce que l'on voit dans le cadre du populisme et par la communautarisation des identités des cybernautes qui deviennent capables d'influencer les représentations et les décisions politiques locales ou nationales, ou encore par les distinctions opérées au sein du monde numérique, en raison de l'accès inégal à cette communication virtuelle (illectronisme). Cela pose le problème plus large de l'inclusion sociale à l'ère des technologies numériques.

Le peuple s'illustre aussi dans le prisme des dynamiques sociales. Il existe une certaine convergence numérique de la praxéologie sociale ou au mieux de l'ensemble des activités de la société humaine. Le numérique peut alors devenir un espace d'expression particulièrement important en politique pour le positionnement dans le champ électoral et pour tout « entrepreneur » politique dont la parole publique a été muselée. C'est ce qui s'observe dans le cadre de la politique brésilienne, lorsque le président Lula se sert de Twitter pour se redonner une existence électorale alors qu'il lui a été interdit de communiquer directement avec le corps électoral. Thaïs Barbosa de Almeida démontre comment, dans ce contexte, il utilise les tweets pour diffuser son image auprès du peuple en période électorale. La notion de peuple se définit aussi dans ses rapports avec le numérique. Felipe Kaiser Fernandes a pu observer comment les relations entre les structures marchandes, familiales et religieuses au sein de la diaspora vietnamienne du bazar de Sapa à Prague ont été façonnées par le numérique. Dans ces dynamiques parfois déséquilibrées, le peuple peut aussi être victime du numérique. Il peut alors être marginalisé comme le démontre Camilla Salvatore à travers le cas des Roms en Bulgarie ou involontairement isolé de son environnement naturel comme l'illustre Mélusine Martin dans sa description des relations complexes entre l'humain et la nature.

Les évolutions didactiques liées au numérique ont donné naissance à une autre catégorisation de peuple, déterminée par son degré de cyberculture. Cela renvoie notamment aux « milléniaux » (personnes nées entre 1981 et 1996) et à la génération Z (personnes nées entre 1997 et 2012). De plus, cet ouvrage met l'accent sur le prisme pédagogique et artistique pour tenter de saisir leurs dynamiques numériques. Dans la perspective pédagogique, le peuple devient une génération numériquement cultivée dont la compétence sociolinguistique en détermine le degré tant pour les apprenants que pour les enseignants. C'est ce que montre Anna Clajot en analysant les différentes manières de mesurer la compétence sociolinguistique dans la didactique des langues. De même, Luiz do Valle Miranda démontre comment les changements liés à la vulgarisation des technologies numériques ont des impacts profonds sur l'auto-compréhension anthropologique de *homo digitalis*. Sur un autre plan, Carlo de Nuzzo

a su cerner la question de « l'*appsperimentation* artistique » ou comment l'accès à l'art et à la culture est devenu dépendant du numérique, voire de plus en plus conditionné par lui.

L'intérêt de cet ouvrage est également de révéler les liens entre méthodologies de recherche et numérique. Aujourd'hui, le chercheur doit faire face aux contraintes méthodologiques propres à l'étude de la société numérique dont l'avènement a profondément transformé les approches traditionnelles en sciences humaines et sociales et remodelé la manière dont les spécialistes collectent, analysent et interprètent les données. Les enquêtes en ligne, les médias sociaux et les bases de données massives offrent une mine d'informations accessibles en temps réel, permettant d'observer les dynamiques sociales en direct et transcendant les limites des méthodes classiques. L'analyse de données a notamment connu un essor considérable grâce aux algorithmes et à l'intelligence artificielle. Par exemple, dans les champs de la sociologie, de l'ethnographie ou de l'anthropologie, il devient difficile d'utiliser uniquement une démarche empirique, puisque le développement des techniques de l'information et de la communication place l'objet d'étude dans une mobilité et une transformation permanentes. Pour l'historien, même si le corpus reste défini par les sources et les archives, les techniques numériques ouvrent une multiplicité de choix d'approches et d'usages qui permettent de visualiser et d'ancrer sa recherche, tout en développant une justification méthodologique claire et l'intégration de ces analyses dans un champ transdisciplinaire (Costa 2012). Dans cet ouvrage, Katarzyna Stokłosa, Jean-Marie Ntahimpera et Angela-Gabriela Pop saisissent aussi bien le contexte d'intégration du numérique dans l'administration de la preuve pendant les procédures pénales que l'analyse structurelle et syntaxique des blogs ou encore la construction de l'identité à partir des discours accessibles en ligne, le tout illustrant les différentes facettes des contraintes de la recherche sur les corpus numériques.

En somme, la révolution numérique a amené une nouvelle approche paradigmatique dans les sciences humaines et sociales, appelant à une adaptation constante du concept de « peuple » dans les pratiques didactiques, comme dans celles de la recherche. En examinant la société numérique, on observe que les cybernautes deviennent des agents de la construction identitaire dans le cyberspace, malgré les flottements produits par la manipulation de l'information. D'autre part, des opportunités d'inclusion sociale se dessinent sans résoudre pour autant la division issue des fractures numériques. Les rapports entre le réel et la virtualité montrent un mode d'existence sociale complexe évoluant entre le cyberspace et la vie réelle des individus. En fin de compte, naviguer dans le paysage numérique exige une approche équilibrée entre l'optimisation des avantages et des ressources en ligne et la minimisation des risques de désinformation et d'exclusion. Il est ainsi primordial de rester attentif aux biais potentiels et aux implications épistémologiques des pratiques numériques. La définition

du peuple et son étude dans un contexte numérique requièrent une approche réflexive et critique afin de garantir une lecture nuancée des différentes représentations théoriques et empiriques de la société contemporaine.

Bibliographie

- Allard L. 2017. Partages créatifs : stylisation de soi et appsperimentation artistique, *Communication & Langages*, 4 (194), 29-39.
- Boëtsch G. 2005. Le peuple, hier et aujourd'hui, *Hermès La Revue*, 2 (42), 86-91.
- Lévy P. 1997. *Cyberculture, rapport au Conseil de l'Europe*, Odile Jacobs, Paris.
- Tubella I. 2017. *La génération globale, notre point aveugle, internationalisation et globalisation des sciences humaines et sociales*, eds. M. Wieviorka, L. Lévi-Strauss, G. Lieppe, Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, Paris, 363-370.
- Denouël J., Granjon F., eds. 2011. *Communiquer à l'ère numérique. Regards croisés sur la sociologie des usages*, Presses des Mines, Paris.
- Valéry P. 1945. *Regards sur le monde actuel et autres essais*, Gallimard, Paris.
- Signorile P. 2020. *Le peuple selon Paul Valéry*, HAL.
- Perret D., Plantard P. 2020. *Les enseignants et le numérique. Modèles pédagogiques vs modèles d'appropriation des technologies numériques*, Réseau Canopé, Paris.
- Tassi P. 2021. *Les médias et leurs fonctions. Du paléolithique au numérique*, EMS Éditions, Paris.

Première partie

La lexicologie numérique du peuple

Patrycja Pichnicka-Trivedi

Université de Varsovie

ORCID : 0000-0002-9043-6451

Populisme au temps du numérique

Résumé : Les années récentes ont été marquées par une croissance de l'orientation populiste. Dans cet article, nous examinons les relations entre le populisme et le numérique en tenant compte de la surprenante simultanéité du succès populiste et de la croissance de l'importance des médias numériques. Le populisme peut être compris comme une idéologie dont la structure est plus importante que son sens. Les principaux composants du populisme sont des signifiants vides qui, parce qu'ils n'ont pas de contenu intrinsèque, sont continuellement resignifiés avec de l'engagement affectif/émotionnel. C'est par leur élasticité qu'ils peuvent s'associer librement et arbitrer entre eux dans des structures qui peuvent être adaptées aux environnements divers, transgresser des domaines et des limites géographiques. Ces structures « baladeuses » sont plus facilement transportées dans le monde numérique, monde de la libre circulation tant des idées que des bulles informatiques. Nous analyserons le numérique comme l'outil des populistes, comme l'environnement des populismes et finalement comme un composant idéologique en lui-même ou comme un élément de l'autocréation des populistes. Nous examinerons enfin la nature complexe des relations entre le numérique et le populisme, dans laquelle le numérique peut aussi bien renforcer qu'affaiblir le populisme, le servir et le compromettre.

Abstract: Recent years have been marked by a growth in populist orientation. In this article, we examine the relationship between populism and digital, considering the surprising simultaneity of populist success and the growing importance of digital media. Populism can be understood as an ideology whose structure is more

important than its meaning. The main components of populism are empty signifiers that, because they have no content of their own, are continually re-signified with affective/emotional engagement. It is through their elasticity that they can freely associate with each other in structures that can be adapted to diverse environments, transgress domains and geographical limits. Those “wandering” structures are easily transported into the digital world, a world of the free exchange of ideas as well as information bubbles. We analyse digital technology as the tool of populists, as the environment of populisms and finally as an ideological component in itself or as an element of populists’ self-creation. Finally, we examine the complex nature of the relationship between digital technology and populism, in which digital technology can strengthen and weaken populism, serve it and undermine it.

Mots-clés : populisme, numérique, signifiant vide, structure, peuple, médias sociaux, communauté affective, démocratie digitale.

Keywords: populism, digital world, empty signifier, structure, people, social medias, affective community, digital democracy.

Introduction

Les années récentes ont été marquées par une croissance de la rhétorique populiste dans la sphère publique et par un grand succès des partis populistes au sein des gouvernements à travers le monde. C’est pourquoi, il nous a paru opportun de découvrir les raisons de ce phénomène et ses mécanismes d’occurrence. En effet, la simultanéité du succès populiste avec la croissance de l’emprise des médias numériques constitue un constat particulièrement saisissant.

Par « populisme » nous entendons les courants autocratiques de droite. Étant nous-mêmes d’une sensibilité proche de la gauche radicale¹, nous distinguons, avec Chantal Mouffe (2020), Jan-Werner Müller (2016) ou Marco d’Eramo (2013), le populisme de droite du populisme de gauche dans la mesure où le second s’inscrit parmi les mouvements socialistes. Comme l’estime Jeremiah Morelock et Felipe Ziotti Narita, le populisme de droite est autocratique par essence, tandis que celui de gauche ne peut que potentiellement engendrer de l’autoritarisme (Morelock, Narita 2018). Ceci tient au simple fait que le populisme de droite « défend » et fortifie des groupes qui ont déjà une position relativement privilégiée, tandis que celui de gauche essaie de soutenir ceux qui en sont exclus, ceux qui cherchent à y accéder ou ceux qui en sont victimes (Müller 2016). Ce qui constitue une différence fondamentale, éclipsant toutes les similarités de surface, car le populisme a des tendances éclectiques et emprunte souvent

¹ Je considère que l’affirmation de son positionnement est une obligation du chercheur. Puisque l’objectivité totale semble illusoire, l’objectivité scientifique exige de signaler sa position.

à des éléments des autres orientations politiques. Il s'apparente à une idéologie plus structurelle que sémantique. À cet effet, notre hypothèse de recherche soutient que : 1) le numérique permet de créer des structures populistes, 2) il en est une facilement adaptée au populisme, 3) il est aussi une structure indépendante avec le potentiel de miner l'idéologie politique qui tente de se l'approprier.

Tout d'abord, nous allons brièvement expliquer la primauté de la structure dans le populisme en nous référant à la conception des signifiants vides, par référence à l'approche structuraliste de Claude Lévi-Strauss dont s'est servi Paolo Cossarini, ainsi qu'à la théorie de Lacan interprétée par Ernesto Laclau. La théorie des idéologies de Pierre Ansart et l'approche de Nicolas Demertzis nous semblent également pertinentes pour la compréhension de ce phénomène. Les signifiants vides sont ici envisagés au sens des points nodaux, tels que proposés par Cossarini (2019), ou encore des lieux symboliques chez Pierre Nora. Cependant, avant tout débat de fond, il faut tenir compte de leur élasticité qui permet de les associer librement et arbitrairement entre eux, en créant des structures qui - tout en demeurant sensées - ne sont pas toujours logiques. Puis, nous récapitulerons brièvement notre conception de structures « baladeuses » : des signifiants vides et des structures qui les composent sont élastiques non seulement parce qu'ils peuvent être librement associés entre eux. Ils le sont aussi en ce sens qu'ils peuvent s'adapter aux environnements divers. Ils transgressent des domaines et des limites géographiques en répétant le phénomène décrit par Arjun Appadurai dans sa théorie des minorités globales. Ces structures mouvantes sont plus facilement transportées, développées et adaptées dans le monde numérique, axe majeur du libre-échange des idées et des bulles informatiques.

Dans la seconde partie, notre analyse se concentrera sur la relation entre le populisme et le numérique, en traitant le numérique d'abord comme l'outil des populistes, ensuite comme l'environnement des populismes et enfin comme le composant idéologique lui-même, un signifiant vide et populiste. Il s'apparentera alors à un produit de l'autocréation des populistes en tant que rebelles modernes, leaders des voix du peuple. Nous démontrerons que le numérique entretient avec le populisme une relation contradictoire dans la mesure où il peut tout aussi bien le renforcer que l'affaiblir. La nature du numérique étant complexe, celui-ci renforce les populismes, mais sape leurs positions, il crée des bulles informatiques et les déconstruit, il sert les populistes et les compromet, il construit l'image des leaders et il les détruit.

1. Idéologie des structures

Le populisme repose sur des oppositions. Premièrement, sur l'opposition entre les groupes de partisans et de non-partisans. Les identités sont construites au niveau général autour des expressions comme « éléments sémites », « éléments

musulmans », « éléments teutoniques ». Elles sont de plus en plus généralisées pour finir par la définition du « nous » et de ce qui « nous » est étranger (pouvant comprendre une variété d'acteurs comme migrants, étrangers, concitoyens qui ne seraient pas de « vrais » compatriotes comme les marxistes, les féministes, les personnes LGBTQ+, les élites dégénérées, etc.) « Nous » sommes de bons compatriotes, car « nous » représentons l'ordre, la hiérarchie, la tradition, la normalité et - en dehors - il n'y aurait que du chaos, de la monstruosité, de la dégénérescence. « Nous » devons nous protéger nous-mêmes et protéger nos familles, nos femmes, notre terre de l'« invasion » et du « déluge » (Napiórkowski 2019 : 37, 202, 206, 212, 217). Les identités sont construites sous des formes éternelles. L'histoire n'est qu'une suite de combats avec le même ennemi prenant des formes diverses. D'où de surprenantes analogies entre Perses-Huns-nazis-bolcheviques-immigrants-personnes LGBTQ-féministes (Napiórkowski 2019 : 239) et bien d'autres, définis en fonction des particularités sociales et historiques. Il est évident que dans cette lutte éternelle, « nous » sommes toujours des héros ou de nobles victimes.

Il est toutefois difficile de définir le populisme, car il n'existe pas une seule définition sur laquelle tous les chercheurs s'accorderaient. Pourtant, il est clair que le peuple est au centre de ses préoccupations. « Nous » c'est le « vrai » peuple, un groupe homogène, une communauté dépourvue de différences, excluant délibérément ceux qui n'y appartiennent pas, qui sont autres, des « étrangers » (Deiwiks 2009 : 2-3). Le « peuple » réfère rarement à l'ensemble d'une population. Le « vrai » peuple se compose d'individus qui partagent la même culture (Deiwiks 2009 : 2). Bien que le populisme soit anti-élitiste, la violence est plutôt catalysée contre des minorités fragiles. Le « peuple » est construit discursivement et performé ensuite dans toutes les énonciations. Il est construit et reconstruit au sein des mouvements populistes. Le peuple est moins le sujet du populisme que son objet, contrairement à ce qu'assurent les populistes eux-mêmes. Il est l'objet des négociations constantes et des disputes sur le droit de le représenter et, en conséquence, de le gouverner. Il est aussi l'audience de la performance politique.

La création du « peuple » est faite par l'intégration idéologique. Pierre Ansart énumère trois étapes de ce processus : « faire croire », « faire aimer » et « faire agir » (Ansart 1977 : 211-220). « Faire croire » consiste non pas à soumettre des individus à un sens imposé, mais à ce que des individus reproduisent un sens intériorisé et se conduisent harmonieusement. Dans ce contexte, l'idéologie satisfait un besoin humain fondamental – le besoin d'identité au niveau social et individuel. « Faire croire » est doublé de « faire aimer ». L'idéologie proclame les valeurs pour aimer, respecter et protéger, informe de ce qui est bien et de ce qui est mal, simplifie le monde et le rend contrôlable. L'individu trouve dans l'idéologie une forme d'expression de sa propre haine et de ses propres blessures. Il ou elle projette sa libido sur son groupe idéologique. L'idéologie

transforme la banalité quotidienne en grandeur dramatique, le change en une grande tragédie dans laquelle les héros se font face (Ansart 1977 : 216). Le sujet, en embrassant l'idéologie, embrasse une identification idéalisée et se magnifie lui-même dans sa propre vision et dans la vision de son groupe. De cette manière, par internalisation, l'idéologie contrôle le sujet et entre dans tous les domaines de sa vie privée et de sa vie sociale. Elle opère par l'incitation des émotions dans laquelle le sens est moins important que la communion affective. Les moments de communion sont introduits par un leader qui promet de débarrasser le groupe des impulsions agressives en les projetant sur des objets externes. Ainsi, « faire croire » et « faire aimer » se joignent pour créer le « faire agir ». Les buts sont décrits, une volonté commune créée et elle existe par le simple fait d'être proclamée. L'idéologie devient une force de production, surtout une production du pouvoir, mais elle peut aussi devenir une violence légitimisée. Chaque membre du groupe se sent dépositaire de la justice, de la vérité universelle et de la moralité. Il devient actif et extrêmement motivé, c'est ainsi que toute opposition est perçue comme irrationnelle, nuisible, voire sacrilège.

L'un des phénomènes les plus cruciaux pour le populisme est le signifiant vide. Il est plus qu'une technique ou qu'une stratégie, il est, comme l'a observé Paolo Cassarini, un point nodal autour duquel des acteurs politiques tentent de dominer le domaine du discours et d'établir des vues politiques hégémoniques (Cossarini 2019, loc. 3280-3599). Il est un lieu dans le sens donné par Pierre Nora. Dans la théorie discursive, le signifiant vide est dépourvu de référence sémiotique, un mot qui ne se réfère à aucun objet et qui n'a pas de signification agréée, donc il peut être rempli de sens divers en suivant un besoin ou une demande contextuelle. Un tel signifiant devient un argument d'articulation politique et, particulièrement dans les populismes, il constitue ainsi une valeur centrale. Des signifiants vides tels que la « nation », le « peuple », la « lutte » ou la « victoire » rendent la résistance légale presque impossible (Snyder 2017 : 60) : ils s'imposent aux opposants des populistes et impliquent leur compromission comme traîtres de ces valeurs.

Des signifiants vides peuvent être utilisés comme des pièces de puzzle et appariés arbitrairement dans des combinaisons diverses pour créer des structures signifiantes vides. La structure la plus populaire est celle de l'opposition présentée ci-dessus entre le « nous » et les « autres ». Elle est constamment construite et reconstruite au-delà des limites catégorielles où les typologies économiques sont associées avec celles de la « race », celles du sexe/genre avec celles de la nationalité, etc. Il y va de même pour les associations d'objets incohérents et cela peut aboutir à des représentations des plus improbables comme celle des Allemands incitant à des manifestations LGBT+ en Pologne. Une fois construites, ces structures sont mises en circulation depuis leur lieu de production grâce au relais de l'information dominante. Dans des pays périphériques, elles sont adaptées et utilisées dans un contexte local, tout en restant

reconnaissables. Il semble que « le *clash* des idéologies » observé par Arjun Appadurai, décrivant le phénomène des minorités globales, notamment le phénomène de l'islamophobie globale, a une dimension plus large que celle énoncée par Appadurai. Comme des neutrons libres, des structures signifiantes vides circulent dans le monde global avant d'être interceptées et adaptées, mais surtout remplies de sens affectif, puis remises en circulation dans l'espace de communication global.

2. Le numérique comme environnement et outil des populismes

Ces structures « baladeuses » sont plus facilement transportées, développées et adaptées dans le monde numérique – un monde de libre-échange des idées – dont la liberté se voit limitée à cause des bulles informatiques. Comme l'a écrit Eli Pariser, des bulles informatiques sont des filtres numériques appliqués aux informations avant qu'elles ne nous parviennent (Pariser 2011). Leurs analyses se basent sur les opérations digitales antérieures aux activités de recherche dont les résultats sont censés être d'un grand intérêt. De cette façon, elles limitent les opinions qu'on se ferait du monde observé. L'effet politique de ces bulles a été examiné par Paolo Cossarini. Selon lui, elles aident à créer des communautés et à construire des frontières affectives qui se font particulièrement visibles dans le monde numérique qui devient un environnement propice aux populismes (Cossarini 2019). Par les bulles informatiques, des personnes sont en permanence exposées aux idées similaires plutôt qu'à des points de vue divers. Des idées, des valeurs et des émotions sont diffusées avec une rapidité exceptionnelle et sont amplifiées par les médias sociaux. Dans ces contextes, il ne semble pas envisageable de voir ces états affectifs s'atténuer au regard de la création et de la diffusion de nouveaux styles discursifs et rhétoriques (Mbembe 2016, 2019). Les médias sociaux contribuent à renforcer et à perpétuer ces mêmes idées au lieu de favoriser l'échange d'opinions, des discussions et des réflexions approfondies. C'est ce qui accentue l'intensité des sensations d'opposition dans les perceptions du « nous » et des « autres ». C'est ainsi que la notion du « peuple » se construit laborieusement dans ces dynamiques contradictoires déployées en ligne.

Des communautés affectives émergent dans le numérique entre autres à cause du peu d'intérêts à l'égard des faits et de l'indifférence idéologique au profit des vérités qui ne font pas partie de sa propre vision. Confrontés à l'impossibilité de trouver ou de reconnaître la réalité dans la multitude des informations, les individus tendent naturellement à s'associer avec des personnes qui partagent les mêmes opinions (Vallespin, Bascuñán 2019). Par ce mécanisme, ils se complaisent à se cantonner à leur vision simplifiée du monde dont la réalité apparaîtrait trop complexe (Wodak 2015 : 12). Une fois enfermées dans des bulles

informatiques et dans des communautés affectives, les opinions construites dans la sphère numérique se renforcent et se radicalisent.

Ces réalités numériques constituent des aubaines pour les populistes qui ne ménagent aucun effort pour les exploiter à leur profit. Pour le monde politique actuel, le paraître (c'est-à-dire ce qui est montré et vu) est plus important que l'action au dehors du monde médiatique, amenant les hommes politiques à se concentrer sur les stratégies de communication plutôt que sur des actions matérielles (Wodak 2015 : 11-12). La performance publique à l'ère digitale est devenue un moyen primaire de faire de la politique, particulièrement bien maîtrisé par les populistes. Comme l'ont démontré Fernando Vallespin et Máriam M. Bascuñán, les populistes utilisent les actualités comme autant de moyens de mobilisation et de convergence idéologique plutôt que comme source d'informations, en exploitant pleinement la spécificité des médias numériques (Vallespin, Bascuñán 2019, loc. 4114). Le contenu répété permet de renforcer les idées et de faire appel aux émotions. C'est pourquoi, les populistes ont développé une préférence pour les médias numériques face aux médias traditionnels. Les populistes exploitent aussi les tendances ludiques de l'ère numérique et diffusent des scénarios divertissants, appelés *infotainments* (Vallespin, Bascuñán 2019, loc. 3944). Le langage direct et les références à la vie quotidienne, à la familiarité, à la culture populaire, à des scènes plus décontractées et moins protocolaires sont de plus en plus communs dans les informations populistes et chez les leaders de ces mouvements.

Le numérique s'impose ainsi comme un grand outil pour créer du sensationnel grâce à sa capacité presque illimitée de diffuser des contenus scandaleux. Ceux-ci sont un des instruments employés par les populistes. Les scandales répétés imposent le cadre du discours dans l'espace public, puisqu'il est difficile de résister aux impulsions créées par des contenus provocateurs, tandis que l'absence de réactivité pourrait à son tour être considérée comme une acceptation tacite (Lakoff 2004). Dans le même temps, la réaction du public permet aux populistes d'atteindre les buts recherchés, en donnant du retentissement à leurs idées, davantage de publicité et, finalement, un enracinement de leurs courants idéologiques dans le *mainstream* politique (Wodak 2015 : 19).

L'espace numérique est aussi le lieu privilégié pour créer des images exploitées à des fins politiques. Ce nouveau contexte permet de créer et de diffuser des images positives adaptées aux opinions, mais aussi tend à entraîner le phénomène inverse, car l'image la plus diffusée devient celle qui domine dans la narration. Par exemple, la figure de *hipster* des grandes villes est devenue une image répulsive d'un « autre » représentant l'élite corrompue par opposition à l'« homme simple » qui renvoie au peuple (Bjerre-Poulsen 1986). Le *hipster* est ainsi victime de sa visibilité dans l'espace public.

Conduit par son leader et luttant héroïquement contre ses ennemis, le peuple est la représentation véhiculée par les médias au moyen d'images (également

employées dans la rhétorique) qui renvoient à l'idée de bouclier, de château fort ou de mur. Récemment, la figure de chevalier en armure protégeant la Pologne de l'invasion bolchevique, en 1920, assimilée à l'invasion contemporaine du mouvement LGBT+, est apparue sur des affiches de la Marche de l'indépendance organisée le 11 novembre. L'image d'enceinte a aussi été utilisée fréquemment par Donald Trump pour focaliser l'opinion sur la question de la frontière mexicaine (Dunn 2019).

3. Le numérique comme composante idéologique du populisme

Finalement le numérique est une composante idéologique du populisme, car c'est à travers lui que la mécanique populiste se construit et se développe. De plus en plus souvent, les ultra-conservateurs à leur tour ont recours aux médias numériques considérés comme non traditionnels et vernaculaires. En fonction des circonstances, ils adoptent une approche philosophique postmoderne consistant à réfuter l'universalité de la vérité. Ce relativisme leur permet de remettre en question la vérité « officielle » et d'évoquer des faits alternatifs, parfois inspirés des théories du complot et érigés en « vérités authentiques ».

La même approche concerne l'expertise perçue par les populistes comme un outil de domination fondée sur la tromperie. Partant des faits présentés comme avérés et jouissant d'un certain écho dans l'opinion, les populistes tendent à rejeter la voix des experts au nom d'un prétendu « sens commun » pour créer une atmosphère dans laquelle la vérité ne serait plus pertinente (Vallespin, Bascuñán 2019, loc. 3931-4471) face à une simplification des questions abordées (Canovan 1999 : 16). Pour autant, cela ne signifie pas que le populisme se construit exclusivement sur de la fausse information. Pierre Ansart fait remarquer que l'idéologie doit s'approprier la réalité ou, du moins, l'expérience du groupe auquel elle est destinée. En d'autres termes, elle doit se référer à la situation de ses adeptes prenant en considération leurs intérêts et leurs craintes. Par conséquent, l'idéologie populiste va se saisir de cette expérience en soulignant certains éléments pour en cacher d'autres (Ansart 1977 : 81, 181). La vérité produite par ces idéologies est performative dans la mesure où son expression participe au processus de sa création. Elle repose sur trois aspects complémentaires : la définition du groupe, l'explication de sa situation et la formulation de ses objectifs (Ansart 1977 : 188).

En prenant la place des avocats du « sens commun », les populistes cherchent à mobiliser des sympathisants et à s'approprier la voix du peuple en revendiquant une pensée communément partagée. Face aux critiques, les leaders populistes transgressent volontairement les règles du débat public pour affirmer leur authenticité (Moffit 2019, loc. 1368-1565). Ils n'hésitent pas à recourir à l'argot, aux injures et au mépris à l'égard de leurs opposants, tout en manifestant une « ignorance calculée pour les choses qui ne les intéressent pas » (Moffit 2019, loc.

1371). Ces comportements associés à l'immédiateté sont opposés à la rigidité, à la rationalité, à la retenue et à la technicité décrites comme des preuves de fausseté. En fonction des circonstances, les populistes peuvent arborer les étiquettes de personnes défavorisées, marginalisées ou discriminées en quête d'émancipation. Ils emploient alors des stratégies discursives qui visent à dépeindre leurs actions comme des luttes héroïques au profit des opprimés. De cette manière, les idées conservatrices sont présentées comme rebelles et leurs partisans comme des révolutionnaires.

Les discours propagés par des médias numériques portent sur l'identité idéologique qui invisibilise les faits de la vie individuelle. En analysant les motivations des sympathisants du populisme promu par le parti polonais Droit et Justice (PiS), Maciej Gdula a noté que la rhétorique politique effaçait les expériences réelles. Par exemple, même les individus qui avaient été ménagés par les gouvernements ayant précédé l'arrivée de PiS au pouvoir se plaignaient de la pauvreté, de l'injustice sociale et des mauvaises conditions de vie. De cette manière, leurs revendications se font davantage à travers le prisme de leur identification idéologique partisane que de leur vécu réel (Gdula 2017 : 37).

Pierre Ansart affirme qu'une idéologie se compose toujours d'un discours, d'une forme et d'un intermédiaire matériel, virtuel ou institutionnel, mais également d'un émetteur et d'un destinataire. Autrement dit, une idéologie est constituée d'un champ symbolique, d'appareils de diffusion et d'institutions sociales chargées d'émettre des énoncés vers les destinataires pour lesquelles l'idéologie serait la raison d'être et/ou un *modus operandi*, voire leur mode d'organisation interne (Ansart 1977 : 77). Ansart observe que l'institution peut être plus qu'un simple transmetteur d'idéologies. Elle porte une signification intrinsèque avec son propre discours, ses propres intérêts et donc sa propre idéologie (Ansart 1977 : 97).

Ainsi, le numérique a sa propre idéologie structurelle et fonctionnelle. Celle-ci consisterait en une démocratie vernaculaire, fondée sur la libre expression. En effet, les populistes prétendent sauver une démocratie perdue dans des institutions libérales, par un retour à sa forme originelle de démocratie directe — et le numérique se présente alors comme le symbole, la condition *sine qua non* d'une nouvelle forme de démocratie directe (Vallespin, Bascuñán 2019) ou de médiation (Wodak 2015 : 11). Le numérique devient un autre signifiant vide populiste.

Néanmoins, si, suivant Ansart, l'institution ne fait pas que représenter les idées qui passent par elle, mais elle les change en leur imprimant sa propre nature, le numérique empreinte son contenu à caractère de démocratie de proximité. De cette manière, le numérique devient un danger pour les aspirations autocratiques populistes.

Une autre conception des médias sociaux, proposée par Payanota Gounari et Christian Fuchs, les rattache davantage au domaine du capitalisme, dominé

par des corporations poursuivant leurs propres intérêts (Gounari 2018, Fuchs 2014). En tout cas, la relation spécifique des populismes avec le numérique est moins prévisible et plus complexe que les populistes le voudraient.

Conclusion ou relations complexes entre le numérique et le populisme

Envisager une réflexion sur les rapports du numérique au populisme ne peut se réduire à ces quelques pages. Néanmoins, celles-ci ont pu montrer que la nature du populisme est caractérisée par une structure constituée principalement de signifiants vides qui nourrit les tendances à l'instrumentalisation du numérique. Les éléments constitutifs du populisme peuvent être associés librement et arbitrairement entre eux, aboutissant à des constructions irrationnelles, mais qui produisent du sens. Ces signifiants vides sont élastiques aussi parce qu'ils peuvent transgresser les domaines et les frontières géographiques. De telles structures « baladeuses » sont plus facilement transportées, développées et adaptées grâce au monde numérique. Ce dernier est un environnement qui favorise les populistes et expose le peuple à leur influence idéologique. De cette manière, les médias sociaux amplifient les états affectifs et promeuvent le renforcement de ces idéologies à la place de l'échange d'opinions, de discussions et de réflexions approfondies. Grâce à ces médias, les populistes disposent de leviers efficaces pour constituer des communautés affectives. D'un autre côté, le numérique offre l'espoir d'imprégner les populismes de son caractère vernaculaire intrinsèque. Néanmoins, la vernacularité du numérique peut n'être qu'une illusion, les nouveaux médias étant dirigés par des corporations poursuivant leurs propres intérêts. En somme, le numérique peut aussi bien renforcer qu'affaiblir les populismes, les supporter et les nier en même temps, créer des bulles informatiques et les déconstruire, servir les populistes et les compromettre. Le numérique est, en fin de compte, un instrument d'intermédiation probablement plus capricieux et plus imprévisible qu'il ne le laisse paraître.

Bibliographie

- Ansart P. 1977. *Idéologie, conflits et pouvoir*, Presses universitaires de France, Paris.
- Augustin O.G. 2019. *Emotions and the left in Denmark. Towards left-wing and mainstream populism*, in *Populism and passions. Democratic legitimacy after austerity*, eds. P. Cossarini, F. Vallespin, Routledge, New York.
- Bjerre-Poulsen N. 1986. Populism - A brief introduction to a baffling notion, *American Studies in Scandinavia*, 18, 27-36.

- Canovan M. 1999. Trust the people! Populism and the two faces of democracy, *Political Studies*, 47 (1), 2-16.
- Chaumont J.-M. 2017. *La concurrence des victimes : génocide, identité, reconnaissance*, La Découverte, Paris.
- Cossarini P. 2019. *Filling the vacuum? Passion, "the people", and affective communities, populism and passions*, in *Democratic legitimacy after austerity*, eds P. Cossarini, F. Vallespin, Routledge, New York, 3280-3599.
- Deiwiks C. 2009. Populism, *Living Reviews in Democracy*, 1 (1), 1-9.
- Demertzis N. 2006. *Emotion, politics and society*, Palgrave Macmillan, London.
- D'Eramo M. 2013. Populism and the new oligarchy, *New Left Review*, 82.
- Dunn E. 2019. *Predatory humanitarianism: Refugees, asylum seekers, and the manhunt. Reflection on migration on the US-Mexico border*, communication pendant l'école d'été pour les doctorants organisée par IEiAK UW, Warszawa.
- Fuchs C. 2014. *Social media: A critical introduction*, Sage, London.
- Gdula M., et al. 2017. *Dobra zmiana w Miastku. Neoautorytaryzm w polskiej polityce z perspektywy małego miasta*, Instytut Studiów Zaawansowanych, Warszawa.
- Glynos J., Mondon A. 2019. *The political logic of populist hype: The case of right-wing populism's "meteoric rise" and its relation to the status quo*, in *Populism and Passions. Democratic Legitimacy after Austerity*, eds. P. Cossarini, F. Vallespin, Routledge, New York, 2079-2563.
- Gounari P. 2018. *Authoritarianism, discourse and social media: Trump as the 'American agitator'*, in *Critical theory and authoritarian populism*, University of Westminster Press, London, 207-227.
- Lakoff G. 2004. *Don't think of an elephant! Know your values and frame the debate*, Scribe Publications, Carlton North.
- Mbembe A. 2016. *Politiques de l'intimité*, La Découverte, Paris.
- Mbembe A. 2019. *Necropolitics*, Duke University Press, Durham.
- Moffit B. 2019. *Populism versus technocracy: Performance, passions and aesthetics*, in *Populism and passions. Democratic legitimacy after austerity*, eds. P. Cossarini, F. Vallespin, Routledge, New York, 1302-1704.
- Morelock J., Narita, F.Z. 2018. *Public sphere and world-system: Theorizing populism at the margins*, in *Critical theory and authoritarian populism*, ed. J. Morelock, University of Westminster Press, London, 135-153.
- Mouffe C. 2020. The controversy over left-wing populism, *Le Monde Diplomatique* (accès : 10 septembre 2020). <https://mondediplo.com/2020/05/14populism>
- Müller J-W. 2016. *What is populism?* University of Pennsylvania Press, Philadelphia.
- Napiórkowski M. 2019. *Turbopatriotyzm* Wydawnictwo Czarne, Wołowiec.
- Pariser E. 2011. *The filter bubble: What the internet is hiding from you*, Penguin, New York.
- Snyder T. 2017. *On tyranny: Twenty lessons from the twentieth century*, Crown, New York.

-
- Tambakaki P. 2019. *Populism and the use of tropes*, in *Populism and passions. Democratic legitimacy after austerity*, eds. P. Cossarini, F. Vallespin, New York, 2564-2885.
- Tormey S. 2019. *Passion, excess, and fear of the mob: Populism as ideology*, in *Populism and passions. Democratic legitimacy after austerity*, eds. P. Cossarini, F. Vallespin, Routledge, New York, 3600-3930.

Idriss Miskine Buitchoho
Université Paris Cité
ORCID : 0009-0005-6507-4363

Les cybernautes, acteurs de la dynamique constructiviste d'un peuple numérique ? Une approche sociopolitique

Résumé : La place du numérique au centre du débat sociopolitique est très récente de même que les réflexions sur l'interaction sociale de différents acteurs du nouvel espace immatériel naissant. C'est sans doute la communautarisation de l'identité numérique qui vient relancer la controverse sur la nécessité de revisiter le constructivisme du système social. Le processus de construction du peuple numérique passe par la dynamique des cybernautes et cette communautarisation des identités numériques dans leur résidence adoptive qu'est le cyberspace. Désormais, les individus ont internalisé le numérique dans leurs interactions et dans leurs revendications sociales. Il s'ensuit un bouleversement de l'ordre social traditionnel où les manifestations du peuple numérique ont de plus en plus d'impact réel et matériel sur la participation et les décisions politiques ainsi que sur la démocratie représentative. Cette réalité ne doit cependant pas être surestimée, car son étendue reste encore limitée.

Abstract: The place of digital technology at the center of the socio-political debate is very recent, as are the reflections on the social interaction of the different actors of the new emerging intangible space. It is undoubtedly the recent commoditization of digital identity that has revived the controversy over the need to revisit the constructivism of the social system. The process of building a digital people goes through the dynamics of internet users and the communization of digital identities in their adoptive residence which is cyberspace. Henceforth, individuals have

internalized digital technology in their interactions and in their social demands. There follows an upheaval of the traditional social order where the protests of the digital people increasingly have real and material impacts on participation and political decisions as well as on representative democracy. This reality should not be overestimated, however, as it is still limited.

Mots clés : démocratie, numérique, internautes, peuple, cyber.

Keywords: democracy, digital, internet users, people, cyber.

Introduction

À l'ère du numérique, le processus de construction de la société de l'information semble s'opérer en enclenchant plusieurs transformations politiques, tant dans les dynamiques sociales que spatiales. Cependant, le dilemme des éléments d'une société politique classique transposables dans le cyberspace reste encore très discuté à cause du doute qui subsiste sur la capacité politique des cybernautes. Or, l'étude du pouvoir politique et des mouvements sociaux imbriqués à l'intérieur de l'espace numérique peut apporter, sous le prisme de la sociologie politique, une analyse éclairée au débat. C'est ainsi que parlant du « pouvoir du peuple, par le peuple et pour le peuple » Pierre Bourdieu précise qu'« on ne peut plus poser la question de la démocratie, aujourd'hui, sans prendre en compte le fait que les sciences sociales sont présentes, souvent sous des formes plus ou moins dépravées, dans la réalité sociale elle-même » (Bourdieu 1996)¹. Dans le cas d'espèce, cette science sociale tente d'appréhender « Qu'est-ce qu'un peuple ? », une vieille préoccupation que Bourdieu (Badiou, Bourdieu 2013) lui-même a tenté de saisir, mais cette fois, en symbiose avec le fait numérique dans les dynamiques du pouvoir en société. L'impact disruptif des nouvelles technologies de l'information sur les rapports de pouvoir en société vient donc consolider la nécessité de l'« élaboration de la vérité à partir d'observations des comportements, des discours et des écrits » (Bourdieu 1998). Dès lors, les marques prises par le numérique sur le peuple suscitent des analyses. L'émergence de ce qu'il convient de nommer le « peuple numérique » incite à la réflexion sur une sociologie politique du numérique

La raison de cette analyse est d'exposer une chaîne de réalité sociale qui part du constat selon lequel l'expansion de la connectivité contribue à créer une citoyenneté du cyberspace : les cybernautes ou les internautes. L'idée même d'une cyber-citoyenneté constitue un appel à la redéfinition des rapports sociaux

¹ À l'occasion de la réception de son doctorat *honoris causa*, décerné par l'École des hautes études commerciales (HEC) de Paris, le 27 novembre 1995, Pierre Bourdieu délivra une conférence intitulée « Sociologie et démocratie » dans laquelle il plaida en faveur d'une sociologie au service de la démocratie.

et à la reconsidération du concept de peuple. Alors, si la question de savoir si la société de l'information a bouleversé les rapports de pouvoir en société mérite d'être posée (Cléro 2019), celle de la capacité du cybernaute à construire un nouveau peuple et à infléchir les rapports de pouvoir politique se pose avec plus d'intensité. Au regard de ce contexte et suivant l'interactionnisme symbolique (Blumer 1969), l'accès heuristique à ce phénomène découle de l'interprétation des processus d'interaction entre les acteurs sociaux, d'une part, et entre ces derniers et le numérique, d'autre part. En conséquence, cette étude se consacre d'abord à l'analyse sémiologique du peuple numérique et de ses composantes (1), ensuite, à sa capacité sociale d'infléchissement de la démocratie représentative (2).

1. La fabrique du peuple numérique : du cybernaute aux cybercitoyens

Le numérique, cette chose ou encore ce phénomène social, selon le prisme durkheimien, n'a pas toujours été placé au centre du débat de l'interaction du pouvoir en société. C'est sans doute sa communautarisation récente, voire la « tribalisation » de l'identité numérique de plus en plus visible (Chabi 2008 : 96) qui vient relancer la controverse sur la nécessité de revisiter le constructivisme du système social à partir des NTIC (Verlaet 2015 : 250-256). Les dynamiques sociales qui en découlent ne tarderont pas à donner lieu à une réflexion sur l'interaction des différents acteurs du nouvel espace immatériel naissant. Ce contexte vient légitimer l'idée selon laquelle, désormais, les individus ont internalisé le numérique dans leurs interactions et dans leurs revendications sociales. Il s'ensuit un bouleversement de l'ordre social traditionnel lié à la notion de peuple et à l'émergence de nouveaux acteurs sociaux appelés cybernautes. Cybernautes, cybercitoyens et peuple numérique sont donc avant tout des notions qui se distinguent à plus d'un égard, même si elles partagent toutes la connexité politique matérialisée par un cadre organique d'expressions et d'actions.

1.1. Des cadres organiques d'expressions et d'actions politiques

La construction de la société de l'information a eu pour conséquence non seulement des transformations sociales, mais aussi des dynamiques spatiales comme le révèle le cadre organique d'actions et d'expressions politiques du numérique. On peut affirmer avec Patrick Flichy « qu'il n'y a pas de séparation radicale entre la construction technique de l'objet et sa construction sociale [...]. La technique et les usages évoluent [...] » (Flichy 1991 : 46-47). Les technologies de l'internet, du cyberspace ou encore des réseaux sociaux numériques sont très souvent évoquées comme de nouveaux cadres d'expression des libertés (Zammar 2012).

De même, Barry Wellman et Bernie Hogan précisent que si la nature technologique des réseaux sociaux numériques n'est pas ce qui détermine les comportements de ses acteurs numériques, cela constitue néanmoins une source d'opportunité pour les relations sociales touchant les rapports entre individus (Wellman, Hogan 2004 : 54-80). Générés par l'interaction de l'humain et de la machine, ces cadres constituent de nouveaux dispositifs et de nouvelles formes organisationnelles qui sont les lieux privilégiés de la fonction dialogique par laquelle se construit une dynamique continue d'échanges entre interlocuteurs devant constamment s'approprier les énonciations des autres pour interagir et réagir (Santaella-Braga 2001).

La fonction de communication entre les acteurs dans les réseaux offre un tremplin pour une fédération des idéaux en ce sens que les individus auront tendance à projeter dans le cyberspace les frustrations de leur quotidien, soit pour y trouver du réconfort, soit pour y partager leurs valeurs. Donc, il s'ensuit une externalisation des opérations de pensée qui entrent en dialogue. En ceci, le cadre d'interactivité électronique peut très subtilement glisser vers l'interactivité politique au sein de laquelle les communautés virtuelles pensent et agissent en réseaux suivant des motivations diverses (Poissant, Senecal 2006 : 4). Au point d'y voir d'ailleurs un certain « prolongement de l'expression d'une réalité sociale et collective », ce nouveau cadre organisationnel atypique forge progressivement une spécificité d'acteurs et d'usages dont les interactions conduisent sensiblement vers une culture inédite (Zammar 2012 : 17-18). Au demeurant, l'incertitude se dilue de plus en plus face à l'idée selon laquelle avec les « blogs, forums, commentaires postés, etc., le web est devenu un immense espace public, une nouvelle agora où l'on échange des connaissances » (Chanut 2014).

1.2. Une connexité politique des cybernautes

Une personne identifiable et active numériquement représente l'entremise organique entre le monde réel et le monde virtuel. Mais alors, le cybernaute ne porte pas toujours cette représentation. En effet, considéré comme un néologisme dérivé d'internaute, le terme « cybernaute » pourrait se rapporter aux pensées et aux activités humaines sur les réseaux de navigation ou simplement à un usager des réseaux de communication numérique ou du réseau télématique internet selon Larousse. Le cybernaute, ou l'internaute, désigne une personne qui utilise l'internet de manière régulière ou occasionnelle. Ses activités ne sont pas limitées, même si elles peuvent être catégorisées. Un internaute peut, en conséquence, créer ou intégrer une communauté sur l'internet, développer des relations, faire de l'activisme politique et même s'y professionnaliser, c'est-à-dire, faire de ses activités sur l'internet sa source principale ou auxiliaire de revenus. On peut y distinguer des membres passifs, les *linkers* et les *inviters* (Leskovec et al. 2008). Considérée à juste titre comme le lien technologique entre entité

virtuelle et entité réelle, l'identité numérique ou digitale, transversale entre les deux espaces favorise la mise en relation des communautés de cybernautes et une gouvernance de leurs activités désormais traçables.

Cependant, l'identité dans le cadre du cyberspace est confrontée à un dilemme entre le numérique et le nominatif. Ce dilemme identitaire est celui de savoir si l'identité digitale cumule le numérique et le nominatif ou si elle constitue une entité autonome. Se posant, il interpelle la dialectique entre la conception quantitative et technique de l'information, d'une part, et sa conception qualitative et pragmatique, d'autre part. Il en ressort que techniquement une identité numérique renvoie à tout chiffrage algorithmique visant à étiqueter ou à nommer en langage binaire un sujet actif dans le cyberspace. Nonobstant, elle n'exclut pas une identification nominative nécessaire à la mise en relation socio-numérique. Qualitativement et pragmatiquement, au langage binaire de l'identité numérique est juxtaposée une identité nominative qui peut être soit un pseudonyme ou un patronyme, soit la dénomination réelle ou usurpée d'un sujet réel. Une identité digitale dans les réseaux numériques, au prisme des dynamiques de pouvoir en société, correspond donc à la numérisation d'une identité nominative d'un sujet réel ou fictif en activité dans le cyberspace². Les cybernautes se créent ainsi une sorte d'avatar pour prendre part aux activités de leur nouvel univers de résidence. Cet avatar constitue le moyen d'introduction et de représentation des utilisateurs dans les réseaux, mais surtout il a « une fonction ergonomique puisqu'il est l'instrument avec lequel un individu manifeste son action dans l'environnement » (Beau, Deseilligny 2009 :14)³.

C'est par ce précédent que les cybernautes se distinguent non seulement des assistants virtuels, mais aussi, du fait de la centralité de *homo numericus* au sein de ces dynamiques virtuelles, une catégorie de leurs motivations et de leurs activités les pousse progressivement à entériner le statut des cybercitoyens. La considération de ces derniers est corrélative à leur contribution aux communautés virtuelles (Prévost, Sévigny 2007 : 173-189) et au caractère politique de leurs activités. C'est à ce propos que Jean-Christophe Chanut (2014) affirme que le numérique était devenu « un outil au service de l'e-citoyen » et l'identité numérique un outil d'expression de la démocratie. Plus encore, les cybernautes sont aussi des cybercitoyens par le prolongement de leurs droits dans l'univers virtuel, appelant ainsi au développement d'un corpus juridique éclaté, attaché à leur statut prime (Oberdorff 2019, Bloche, Verchère 2011).

² Sur les réseaux LinkedIn, Facebook, Snapchat ou Instagram, un même sujet peut avoir des identités numériques et nominatives différentes.

³ « Dans une conception très large, l'avatar est en première approche un moyen de mise en présence et de représentation du participant dans un espace de communication en réseau, considéré comme un espace public de communication ; mais d'un point de vue opératoire, l'avatar a une fonction ergonomique puisqu'il est l'instrument avec lequel un individu manifeste son action dans l'environnement » (Beau, Deseilligny 2009 : 42).

1.3. L'interactivité des cybercitoyens, une construction de l'e-peuple

Il est difficile de fournir un contenu heuristique au peuple numérique, tant les travaux sur ce sujet sont encore bourgeonnants et sa conceptualisation inachevée. Mais, en observant l'ensemble des cybernautes coexistant dans un espace numérique donné ainsi que leur organisation et leurs interactions, l'idée de l'existence d'un peuple numérique nous semble défendable au regard du cadre qu'il convient d'appeler « cybercénose ». Alors même que la définition du peuple classique est évolutive et controversée (Krulic 2007), on considère ici le peuple constitutionnel qui est en fait le peuple/nation, un et non fractionnable (Commetti 2016), ou encore le peuple dans le sens proposé par Rousseau, acteur socio-politique par essence.

Les facteurs explicatifs de l'émergence d'un peuple numérique, au regard de la dépendance de l'individu du cyberspace et de différents réseaux, découlent de la communication entre le quotidien des acteurs sociaux et les opportunités qu'offre le numérique. Ces facteurs sont tantôt sociaux, à l'instar de la montée des inégalités et des vulnérabilités sociales, des crises d'autorité et de pouvoir au sein des systèmes de gouvernance, du clientélisme, des lobbyings et des motivations d'obédience corporatiste au sein de la société civile, etc., tantôt inhérents aux conditions favorables des réseaux. C'est le cas de la dilution des frontières favorisant l'agrégation des valeurs, le caractère disruptif de l'internet qui est en fait un Far West à cause de son ubiquité, ainsi qu'inversement les difficultés liées aux tentatives de contrôle par les États. Bien plus, depuis la déclaration de l'indépendance de l'internet, celui-ci est devenu un espace de liberté d'action des identités numériques⁴, menaçant parfois la souveraineté des États. La « plateformesisation » des identités numériques permet d'échapper aux contraintes de la déclaration ou de l'autorisation des meetings sur les réseaux. Ces facteurs, quoique non exclusifs ni exhaustifs, sont à l'origine de la convergence des valeurs politiques dans le cyberspace autour des enjeux sociaux qui fédèrent le peuple numérique.

Par une co-construction distribuée entre les cybercitoyens et le partage tout au moins sectoriel des valeurs et des intérêts communs sans limites spatio-temporelles, l'e-peuple naît des convergences – qui parfois échappent au pouvoir politique, le contestent ou le consolident – et de l'entremêlement entre le peuple réel et le peuple de cybernautes. Ce cadre correspond à ce que Sylvie Chabi qualifie de « coefficient de *clustering* », c'est-à-dire l'habilité à regrouper et à engranger, grâce à la fonction dialogique et à l'externalisation des opérations de pensée des individus. Partisans de cet avis, Wellman et Hogan considèrent que l'hyper-connectivité reflète et facilite davantage le passage de l'organisation sociale

⁴ John Perry Barlow : « nous allons créer une civilisation de l'esprit dans le cyberspace. Puisse-t-elle être plus humaine et plus juste que le monde que vos gouvernements ont créé » (conférence prononcée à Davos le 8 février 1996).

à l'individualisme en réseau. D'ailleurs, le peuple numérique tend à se confondre audit réseau, se rapprochant ainsi d'une organisation constituée d'individus dont les relations sont favorisées par des interactions sociales. (Fayon 2008). Cependant, le peuple numérique répond à une approche qualitative, tandis que le réseau correspond plutôt à une approche technique ne pouvant aboutir seule à une communauté virtuelle. Guttman rappelle, à juste titre, qu'une communauté virtuelle est, selon l'UNESCO, celle « qui n'est accessible qu'en ligne, par exemple par des systèmes de visioconférences par ordinateurs, qui permettent à des personnes situées partout dans le monde de participer à des conversations publiques ou d'échanger des messages par courrier électronique » (Guttman 2003 : 91). Il devient alors difficile d'ignorer les rapports d'interdépendance qui naissent entre les cybernautes participant à un forum, un groupe *chat* ou simplement ceux d'une liste de discussion. Par ces interactions, ils partagent mutuellement leurs goûts, leurs valeurs, leurs intérêts ou leurs objectifs communs (Proulx, Latzko-Toth 2000). C'est dans ce sens que Preece et Maloney-Krishmar (2003 : 596-620) affirment que la force de ces liens unissant les membres des communautés et la réciprocité de leurs échanges constituent l'essentiel des caractéristiques d'une communauté virtuelle.

Au-delà de la seule communautarisation des identités, le peuple numérique porte des aspirations politiques dans la mesure où les dispositifs numériques d'interactivité, en favorisant des formes émergentes de collectivités humaines et en renforçant leurs liens en ligne, ont construit « de nouvelles formes de conduites sociales, de créations artistiques, de coopérations humaines, de production économique et de diffusion de savoirs » (Zammar 2012 :114). Donc, c'est par « l'échange d'idées, de valeurs, mais aussi une nouvelle forme de propagande politique [...] » (Reguer 2009 : 9-10) que le peuple numérique se singularise. Toutefois, il faut garder à l'esprit la réserve émise par Jan Fernback et Brad Thompson (1995) suivant laquelle la communauté virtuelle serait encore très vague, car le concept demeure amorphe en raison du manque de modèles partagés sur ce que constituerait exactement une communauté dans le cyberspace. Il est possible de questionner la portée de cette réserve avec l'émergence des réseaux comme Facebook qui « à lui seul est considéré comme une communauté virtuelle » (Gozlan 2013 : 123). Quoi qu'il en soit, les manifestations du peuple numérique permettent de mieux cerner son existence et son rapport au pouvoir en société.

2. Manifestations du peuple numérique, régulation du pouvoir et de la cohésion sociale

L'interactivité dans les réseaux numériques a nécessairement une portée. Vu sous l'angle politique, le peuple numérique, bien qu'il ne soit pas une entité

à part entière et nationalement organisée, émet tout de même des signaux considérables. Il fait apparaître un nouveau type de régulation sociale liée à sa capacité d'immersion dans les interstices du pouvoir et à la production des outils de cohésion sociale. Ses manifestations peuvent s'inscrire, d'une part, dans la participation et la décision politiques et, d'autre part, se rapporter à l'infléchissement de la démocratie représentative, ce système de gouvernance du « peuple des dieux » (Rousseau 1964 : 406).

2.1. Participation et décision politique

Les cybercitoyens sont des acteurs qui participent et sont invités à participer activement à la vie de la cité, notamment pour des opérations de choix politique lors des élections et des sondages, censurés le plus souvent par des décisions aux conséquences politiques considérables. Certains faits illustrent le peuple numérique en sujet ou enjeu des discours de complétion politique. Mark Warner, gouverneur démocrate de l'État de Virginie aux États-Unis en 2005, a rallié les foules grâce au numérique en présentant son programme politique dans une interview publiée sur son avatar. Le président Obama a été sans doute le plus prolifique dans ce sens, alliant dextérité, mesure et séduction, ce qui ne se retrouvait pas forcément chez Donald Trump, adepte de Twitter avant d'avoir été censuré. Le déterminisme numérique en politique a motivé la création de son propre réseau social *Truth*. Par exemple, la vice-présidente Kamala Harris en a fait une véritable stratégie, allant jusqu'à réaliser des appels vidéo avec des célébrités et à les diffuser en direct via ses avatars sur Facebook pour gagner la sympathie de votants potentiels⁵. En France, depuis le Front national en 2006 à l'ouverture de la Maison de l'Europe virtuelle, en passant par le Parti socialiste depuis 2007, tout est fait pour conquérir le peuple numérique à peu de frais (Zammar 2012 : 82). Plus récemment, ce sont les sorties du président Emmanuel Macron sur les chaînes Brut⁶ et YouTube des influenceurs français McFly et Carlito qui soulignent la tendance des leaders politiques à recourir aux plateformes numériques pour leur communication.

Le peuple numérique peut aussi être un acteur agissant pour faire entendre sa voix dans les affaires de la cité en contexte de crise. Une analyse réalisée par trois *think tanks* français sur les crises que traversent les démocraties actuelles, notamment en France, a pu dégager quatre tendances principales : une crise de la participation, une crise de la représentation, une crise de la légitimité des élus et des médiations traditionnelles, et une crise des institutions devenues illisibles (Bigorgne, Buffet, Pech 2015). Cette crise de confiance, que certains élus

⁵ Ce fut par exemple le cas avec Jaden Smith, jeune célébrité et fils de la star d'Hollywood Will Smith, très populaire auprès des jeunes.

⁶ Le 4 décembre 2020 et le One planet Summit du 11 janvier 2021.

ne manquent pas de mettre en avant, nécessite une réappropriation des questions politiques par le peuple, soit-il numérique, afin de marquer sa présence dans le débat public et d'endiguer la défiance⁷. Le peuple numérique peut ainsi dénoncer, contester, protester contre toute décision qu'il estime ne pas être en accord avec ses intérêts ou conforme au mandat qu'il a confié aux élus. Il peut aussi se mobiliser afin de revendiquer et censurer la position d'une institution. D'après Isabelle Renard (2015), à côté de la démocratie numérique de ceux qui détiennent le pouvoir, il y a « la démocratie numérique des rebelles utopistes » qui organisent grâce au numérique des mouvements de protestation contre les initiatives gouvernementales considérées comme inappropriées. Ils peuvent utiliser soit des moyens existant dans le cadre légal, en agissant en leur nom propre, soit se regrouper en collectif anonyme pour défendre leurs idéaux par des actions illicites. Le peuple numérique participe par ces actions aux décisions politiques et devient, dans certaines circonstances, un étalon d'évaluation du climat politique dans la mesure où son existence et ses marges d'exercice permettraient de qualifier un système de gouvernance, le but ultime étant d'infléchir le mode d'organisation des libertés estimé inadapté.

2.2. Une mise en doute de la démocratie représentative

L'idée même d'une démocratie représentative, telle que conçue par ses fondateurs, visait à résoudre un problème d'opérativité. À l'évidence, la possibilité de faire participer tous les citoyens aux prises de décisions relevait d'une véritable illusion. Cependant, la démocratie représentative n'implique pas de renoncer à la centralité du peuple dans les logiques décisionnelles, car celui-ci détient toujours une opinion qu'il peut faire valoir légitimement en toute circonstance permise constitutionnellement. C'est dans ce contexte que le peuple numérique exprime son opinion dans les réseaux comme un moyen virulent de réappropriation de ses droits politiques, reprenant ainsi les traditions consacrées de la représentation.

Cet enjeu d'influence verticale et de propagande entre le peuple et l'élu est beaucoup plus perceptible sur le terrain réel. En effet, la matérialité des circonstances tend à limiter la démesure et les dérives dans le champ d'expression des convictions, des valeurs, des croyances et des jugements vis-à-vis des élus. L'opinion publique dans ce contexte se caractérise moins par son impersonnalité et

⁷ Anne Hidalgo, citée par Jean-Christophe Chanut (La Tribune, <https://www.latribune.fr/actualites/economie/france/20141104trib24b05fad3/democratie-numerique-gadget-ou-revolution.html>) : « il est important que les habitants se réapproprient les questions de la cité. Les institutions démocratiques et les représentants élus sont confrontés à une crise de confiance de la part des citoyens, qui se sentent éloignés, voire exclus des choix politiques, dont ils constatent pourtant les conséquences dans leur vie quotidienne. Il faut endiguer ce phénomène en encourageant la démocratie directe. »

sa popularité que par l'espace dans lequel elle se déploie. Au contraire, le cyberspace de l'internet, par sa capacité d'anonymisation et la non-imputabilité de principe, s'avère plus que déterminant dans les bouleversements de la démocratie représentative, jusqu'alors limités en partie par les craintes liées à l'identification, à la dissuasion et à l'influence des acteurs politiques. C'est cette construction qui favorise ce qui est désigné d'« opinion des réseaux » comme moyen d'action virulente et directe du peuple. À l'ère du dépassement de l'espace public classique porté par l'expansion de l'internet au moment où les individus bénéficient d'une libération de la parole, « l'opinion publique se forgera de plus en plus dans les listes de discussions, forums, *chat rooms*, réseaux de sites webs interconnectés [...] » (Lévy 2002 : 58-62). Ce changement de paradigme entre l'individu consommateur et l'individu producteur de données fait émerger des armes informationnelles telles que les *fake news* ou les *deepfake*. Les réseaux sociaux deviennent une référence dans la prise des décisions politiques, les sondages et la construction de l'opinion publique.

Le constat selon lequel les modes de participation institutionnalisés rencontrent des difficultés à donner satisfaction aux différentes expressions critiques actuelles est de plus en plus partagé et fait redouter que le web puisse constituer un espace alternatif de visibilité pour les acteurs politiques. Ainsi, suivant la logique de Clément Mabi, « les nouvelles formes d'expression citoyenne permises par le numérique mettent en tension la démocratie, qu'elle soit représentative ou participative, avec une forme de démocratie du public, où l'opinion publique prétend installer une relation directe entre gouvernants et gouvernés » (Mabi 2019 : 61-79). Un retour vers la démocratie participative est-il en train de se dessiner sous l'impulsion du numérique ? Même si le numérique est admis dans les débats sur sa gouvernance comme espace contrôlé et mis à disposition par le pouvoir, il n'est pas certain que cette inféodation soit totale et c'est pourquoi les citoyens s'en saisissent pour « s'exprimer de façon plus directe » (Renard 2015). Un système de contre-pouvoir semble ainsi s'instaurer grâce à une participation non-conventionnelle du cybercitoyen qui, épris de liberté dans ses actions, pourrait désormais participer activement à une véritable démocratie directe.

Malgré cet enthousiasme, le fait d'une cyberdémocratie plus participative reste encore extrêmement limité. L' élu n'est pas détenteur d'un mandat impératif, ce qui ne l'oblige pas à rendre des comptes, à abandonner son mandat ou à démissionner à la suite d'un *bad buzz* dans le cyberspace. Le numérique ne remplace pas non plus les élections, il en est plutôt un instrument. Même dans un scénario de science-fiction, des partis politiques numériques ou « cyberpartis » seraient difficiles à mettre en place. Cela amène à penser avec Jean-Christophe Chanut (2014) que « de l'*open data* à la démocratie numérique, le champ d'action de l'e-citoyen reste encore limité ». Bien plus, la couverture de l'internet et les kits numériques n'étant pas encore une réalité globale, ce processus se trouve limité tout aussi bien techniquement que culturellement. Il nécessiterait,

par ailleurs, un aménagement constitutionnel pour espérer faire partie des outils institutionnels de pouvoir. Autre limite, la régulation socio-numérique du pouvoir et de la cohésion sociale face aux gouvernements et aux élus n'est souvent pas soumise à une procédure déontologique. Cet état de fait laisse souvent penser par analogie à la société analysée par Pierre Bourdieu (1988) où « il y a toujours quelques imbéciles, enfin, à toutes les époques, pour croire que le peuple dit plus vrai que les autres ». Ce qui permet de conclure précocement que le peuple numérique ne dit pas toujours vrai. Il est tout au moins relativement décisif aux yeux des institutions, dans la mesure où dans de nombreuses circonstances, le maintien des conditions sociales contestées atteste de la vacuité des mouvements de dissidence cybersociale. Un autre revers du tout numérique est que la génération connectée peut devenir l'embryon d'une crypto-anarchie, avec le risque d'une biopolitique matérialisée par une surveillance de masse qui aboutirait à la consécration de l'e-peuple et de l'inextricable imbrication entre le numérique et le politique (Oberdorff 2010 : 10-11). D'où la nécessité de l'émergence réflexive d'un ordre public numérique en urgence.

Conclusion

Placé au coeur des mécanismes et des vacillations du pouvoir, le peuple numérique est désormais une réalité dont la portée est difficile à ignorer. Si son pouvoir ne bénéficie pas de la même autorité que celle exercée par les moyens propres au peuple constitutionnel, il n'en demeure pas moins qu'il est consulté en aval, ou en amont, des décisions politiques. Par conséquent, il devient actif politiquement au cours des circonstances opportunes. Ainsi, « cyber société, société numérique ou virtuelle, cité internet, cyberdémocratie ou démocratie électronique » (Oberdorff 2010 : 7) sont autant de constructions proposées pour rendre compte de la réalité des activités politiques des cybernautes dont l'impact, depuis la construction de l'e-peuple jusqu'à l'infléchissement des systèmes de gouvernance, est aujourd'hui incontestable.

Bibliographie

- Badiou A., Bourdieu P., Butlet J., Didi-Huberman G., Khiari S., Rancière J. 2013. *Qu'est-ce qu'un peuple ?* La Fabrique Editions, Paris.
- Beau F., Deseilligny O. 2009. Traçabilité et réseaux, *CNRS Editions*, 35, 42-57.
- Bigorgne L., Buffet G., Pech T. 2015. Et si Internet était le sauveur de la démocratie ? *Le Figaro*. <https://www.lefigaro.fr/vox/politique/2015/04/09/31001-20150409-ARTFIG00229-et-si-internet-etait-le-sauveur-de-la-democratie.php> ; accès : 21/05/2021.

- Bloche P., Verchère, P. 2011. *Les droits de l'individu dans la révolution numérique*. Rapport d'information de l'Assemblée nationale. <https://www.assemblee-nationale.fr/13/rap-info/i3560.asp>
- Blumer H. 1969. *The methodological position of symbolic interactionism*, Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Bourdieu P. 1996. Sociologie et démocratie, *Magazine de l'Homme Moderne*. <http://www.homme-moderne.org/societe/socio/bourdieu/Bsocdemo.html>.
- Bourdieu P. 1988. À voix nue, France Culture. <https://www.radiofrance.fr/franceculture/pierre-bourdieu-nous-naissons-determinees-et-nous-avons-une-petite-chance-de-devenir-libres-7204690>
- Chabi S. 2008. De l'importance des réseaux sociaux en marketing, *Reflets et perspectives de la vie économique, Reflets et Perspectives de la Vie Économique*, XLVII (2), 95-102.
- Chanut J-C. 2014. Démocratie numérique, gadget ou révolution ? *La Tribune*. <https://www.latribune.fr/actualites/economie/france/2141104trib24b05fad3/democratie-numerique-gadget-ou-revolution.html> ; accès : 19/05/2021.
- Cléro J-C. 2019. Quelques réflexions sur la démocratie à l'ère de l'informatique, *Revue d'Etudes Benthamiennes*, 15.
- Commetti H. 2016. Performer le « peuple », *Langres*. https://cache.media.eduscol.education.fr/file/Formation_continue_enseignants/27/2/texte_de_Henri_Commetti_720272.pdf; accès : 27/05/2021.
- Durkheim E. 2020. *Sociologie politique. Une anthologie*, Presses universitaires de France, Paris.
- Fayon D. 2008. *Web 2.0 et au-delà, nouveaux internautes : du surfeur à l'acteur*, Economica, Paris.
- Fernback J., Thompson B. 1995. *Virtual communities: Abort, retry, failure?* Communication présentée au congrès annuel de l'International Communication Association, Albuquerque.
- Flichy P. 1991. L'historien et le sociologue face à la technique : le cas des machines sonores, *Réseaux*, 9, 46-47.
- Gozlan A. 2013. Facebook : de la communauté virtuelle à la haine, *Topique*, 122 (1), 121.
- Guttman C. 2003. *L'éducation dans et pour la société de l'information*, UNESCO, Paris.
- Krulic, J. 2007. L'idée de peuple dans la tradition constitutionnelle française, *Sens Public*. <http://sens-public.org/articles/385/> ; accès : 20/05/2021
- Leskovec J., Backstrom L., Kumar R. & Tomkins A. 2008. Microscopic evolution of social networks, *KDD 08: Proceedings of the 14th ACM SIGKDD international conference on knowledge discovery and data mining*, 462-470, New York.
- Lévy P. 2002. *Cyberdémocratie*, Odile Jacob, Paris.
- Mabi C. 2019. La démocratie numérique au défi de la critique sociale en France, *Le Mouvement Social*, 26 (3), 61-79.

- Oberdorff H. 2019. La cybercitoyenneté : nouveaux droits, nouveaux risques, *INA, La Revue des Médias*. <https://larevuedesmedias.ina.fr/la-cybercitoyennete-nouveaux-droits-nouveaux-risques>
- Oberdorff H. 2010. *La Démocratie à l'ère du numérique*, Presses universitaires de Grenoble, Grenoble.
- Poissant L., Senecal M. 2006. *Communautés virtuelles, penser et agir en réseau*, Presses de l'Université Laval, Québec.
- Preece J., Maloney-Krichmar D. 2003. *Online communities: focusing of sociability and usability*, in *Handbook of human-computer interaction*, eds. J. Jacko, A. Sears, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah NJ, 596-620.
- Prévost P., Sévigny B. 2007. *Les communautés apprenantes, l'innovation sociale*, in *Émergence et effets sur la transformation des sociétés*, eds. J.L. Klein, D. Harrison, Presses universitaires du Québec, Montréal, 173-189.
- Proulx S., Latzko-Toth G. 2000. La virtualité comme catégorie pour penser le social : l'usage de la notion de communauté virtuelle, *Sociologie et Sociétés*, 32 (2), 99-122.
- Reguer D. 2009. *Blogs, médias sociaux et politique*, Éditions les Deux Encres, Musidan.
- Renard I. 2015. Démocratie numérique ou poudre aux yeux ? *La Tribune*. <https://www.latribune.fr/opinions/tribunes/20150209trib8bfd4ebe2/democratie-numerique-ou-poudre-aux-yeux.html> ; accès : 25/05/2021.
- Rosanvallon P. 2006. *La contre-démocratie : la politique à l'âge de la défiance*, Le Seuil, Paris.
- Rousseau J.-J. 1964. *Du contrat social, III, IV, Oeuvres complètes*, Gallimard, Paris.
- Santaella M.L. 2001. Digital revolution and new forms of scientific production and dissemination, *Pesquisa*, <https://revistapesquisa.fapesp.br/en/between-plato-and-hot-dogs/> ; accès : 20/05/2021.
- Siméant-Germanos J., Quijoux M. 2023. *Pierre Bourdieu, Sociologie et démocratie*, Presses universitaires de Lyon, Lyon.
- Van C.A. 2006. Actes, colloque international « Pratiques et usages organisationnels des sciences de l'information et de la communication », Université Rennes 2.
- Verlaet L. 2015. La deuxième révolution des systèmes d'information : vers le constructivisme numérique, *Hermès*, 2, 249-254.
- Wellman B., Hogan B. 2004. *The immanent internet*, in *Netting citizens: Exploring citizenship in a digital age*, ed. J. McKay, University of St. Andrews Press, St Andrews, 54-80.
- Zammar N. 2012. *Réseaux sociaux numériques : essai de catégorisation et cartographie des controverses*. Thèse en Sciences de l'Information et de la Communication de l'Université Européenne de Bretagne, Rennes.

Michał Górnik

Université de Varsovie et Université d'Anvers

ORCID : 0000-0003-1385-4040

Une société numérique équivaut-elle à une société plus accessible ?

Résumé : La révolution numérique a rendu la communication plus facile, ce qui a été particulièrement visible pendant la pandémie du coronavirus. Mais le développement numérique signifie-t-il que notre société est plus accessible ? Aujourd'hui, les nouvelles technologies permettent de disposer d'une meilleure communication qui surmonte les obstacles posés par des situations de handicap. Cependant, exploitons-nous pleinement ce potentiel ? L'objectif principal de l'article est de répondre à ces deux questions en trois parties. La première essaie de définir le phénomène d'accessibilité du web. La deuxième donne un aperçu des outils numériques qui peuvent être utilisés afin d'offrir une plus grande accessibilité de la communication numérique dans les médias sociaux. Enfin, la troisième partie présente les résultats d'une étude sur l'accessibilité des médias sociaux en Pologne. La recherche fait usage de la méthode d'observation et d'analyse de questionnaires à remplir par les destinataires des contenus numériques qui sont également des personnes en situation de handicap. À partir de l'observation et de l'analyse des questionnaires remplis, nous nuancerons l'idée consistant à dire que la société numérique est devenue une société plus accessible.

Abstract: The digital revolution has made communication easier, which was particularly evident during the coronavirus pandemic. But does digital development mean that our society is more accessible? Today, recent technologies are already helping to achieve better communication that overcomes the barriers posed by

disabilities. But are we fully exploiting this potential? The main aim of the article is to answer these two questions in three parts. The first one attempts to define the phenomenon of web accessibility. The second one gives an overview of digital tools that can be used to provide greater accessibility of digital communication in social media. Finally, the third part presents the results of a study of social media accessibility in Poland. The research exploits the method of observation and analysis of questionnaires to be filled in by recipients of digital content who are also people with disabilities. Based on the observation and the completed questionnaires, the author tempers the view that the digital society has become a more accessible society.

Mots-clés : accessibilité, accessibilité du web, médias sociaux, personnes avec handicaps, handicap auditif, handicap cognitif, handicap visuel, société numérique.

Keywords: accessibility, web accessibility, social media, people with disabilities, hearing impairment, cognitive disability, visual impairment, digital society.

Introduction

La révolution numérique (internet, téléphones intelligents ou applications diverses) a rendu la communication plus facile, ce qui a pu être observé pendant la pandémie du coronavirus. Toutefois, bien que la communication soit devenue plus facile, même au-delà des différences culturelles et linguistiques, notre nouvelle société numérique est confrontée à un énorme problème : celui d'accessibilité à ces services des personnes handicapées (Taylor 2020 : 86). Actuellement, de nouvelles technologies, permettant une meilleure communication, sont déjà en place et parviennent à surmonter les obstacles posés par le handicap (Szczygielska 2016). Mais peut-on dire que la société les exploite à bon escient ? Dans cet article, nous aborderons ce problème en nous concentrant sur les médias qui sont actuellement particulièrement populaires, notamment les médias sociaux – Facebook, YouTube et Instagram.

Tout d'abord, nous nous concentrerons sur des définitions propres au domaine de l'accessibilité. Puis, nous nous pencherons brièvement sur les méthodes que la société peut utiliser pour atteindre un niveau raisonnable d'accessibilité aux médias sociaux mentionnés ci-dessus. Ensuite, nous présenterons les résultats de notre observation préliminaire des versions polonaises des portails Facebook, YouTube et Instagram. Ici, nous essayerons d'examiner dans quelle mesure les services numériques sont adéquatement accessibles pour les personnes aux besoins spécifiques. Nous continuerons avec une étude faite

auprès des S/sourds¹ et malentendants polonais qui ont évalué leurs expériences avec les médias sociaux.

1. Qu'est-ce que l'accessibilité du web ?

Pour bien clarifier le sujet traité dans cet article, il faut principalement se pencher sur quelques définitions basiques. Le terme « accessibilité » semble être le meilleur point de départ. Le document de l'Organisation des nations unies, appelé « Convention relative aux droits des personnes handicapées » (Nations unies et Haut-Commissariat aux droits de l'homme, 2021), indique que l'accessibilité désigne la totalité des actions qui fournissent « l'accès à l'environnement physique, aux transports, à l'information et à la communication, y compris aux systèmes et technologies de l'information et de la communication ». Il faut souligner tout particulièrement le dernier élément de cette définition, qui fait référence au problème central de notre analyse, à savoir « l'accessibilité du web », qui englobe bien évidemment les médias sociaux. D'après l'organisation *W3C Web Accessibility Initiative* (WAI) (Henry 2019), l'accessibilité du web signifie que « les sites web, les outils et les technologies sont conçus et développés de façon que les personnes handicapées puissent les utiliser. Plus précisément, les personnes peuvent percevoir, comprendre, naviguer et interagir avec le web, et aussi contribuer sur le web ».

Néanmoins, ce qui pourrait susciter des doutes est le terme de « personnes handicapées » qui n'a pas été expliqué dans le document. Nous pouvons considérer un handicap simplement par tous les états physiques ou mentaux qui affectent, d'une façon ou d'une autre, l'accès au web (Internet Society France 2012). Par exemple, le site du Comité national Coordination Action Handicap CCAH (2021) énumère les handicaps auditif, cognitif, moteur, physique, langagier ou visuel, sans que cela constitue une liste exhaustive. Toutefois, la définition de l'accès au web est plus large parce qu'elle recouvre aussi des situations où les personnes sans handicap ont des nécessités spécifiques en utilisant l'internet (Henry 2019). Par exemple, l'accessibilité du web pourrait être également bénéfique pour les personnes ayant de petits écrans, les personnes âgées, les personnes ayant un « handicap temporaire » (tel une entorse au bras), les personnes utilisant leurs appareils électroniques en plein soleil ou dans un environnement inaccessible à l'audio, etc. Par conséquent, la perspective la plus appropriée en matière d'accessibilité serait de la traiter comme un paramètre dont la totalité de la société pourrait un jour avoir besoin : une nécessité sociale collective. C'est

¹ « Sourd » (écrit avec une majuscule) se réfère au membre de la culture, de la communauté, tandis que « sourd » (écrit avec une minuscule) se réfère simplement à l'état physique d'une telle personne.

pourquoi, notre démarche propose plutôt d'utiliser le terme de « personnes aux besoins spécifiques ». Cette formule est plus neutre et suggère que l'accessibilité nous concerne tous.

2. Comment atteindre l'accessibilité dans les médias sociaux ?

En ce qui concerne les standards pour fournir l'accessibilité du web, le document substantiel de référence a déjà été créé par *W3C Web Accessibility Initiative* (WAI 2018). Il s'agit des normes WCAG – *Web Content Accessibility Guidelines* qui constituent les lignes directrices sur l'accessibilité du web². Le document a été reconnu par un grand nombre de pays en plus de l'Union européenne et, en conséquence, inscrit dans les normes ISO (ISO/IEC 40500:2012) et EN (EN 301 549). En se basant sur ce texte, il s'agira de présenter brièvement les solutions d'accessibilité que l'on peut considérer à travers le prisme des médias sociaux pour qu'ils soient plus accessibles. Les suggestions seront divisées en trois parties qui correspondent aux trois besoins spécifiques des utilisateurs potentiels, à savoir les besoins visuels, auditifs et cognitifs.

2.1. Les besoins visuels

Il y a plusieurs aspects dont il faut tenir compte en introduisant du contenu accessible pour les personnes ayant des troubles visuels. Cependant, les trois plus importants sont un bon contraste, des textes alternatifs et la différenciation des éléments importants du site ou du compte. Premièrement, sur les sites web il est recommandé de fournir des textes et des images avec un bon contraste pour améliorer la lisibilité. Par exemple, si la photo publiée sur Instagram montre une légende jaune sur un fond blanc, il sera illisible pour les personnes ayant des troubles visuels. Deuxièmement, les photographies, les images ou les vidéos devraient être accompagnées de textes alternatifs. Ces derniers sont de courtes descriptions du contenu visuel (WebAIM 2019) qui peuvent être affichées, par exemple, grâce aux logiciels destinés aux personnes malvoyantes. Aujourd'hui, la plupart des médias sociaux donnent la possibilité de les ajouter (cf. Facebook 2021). Le texte alternatif a plusieurs rôles. Il rend le contenu ou la fonction de l'image accessible aux utilisateurs atteints de troubles visuels. Il est visible quand les images ne peuvent pas être affichées, en cas d'utilisation d'un appareil qui ne lit pas un certain format graphique, et ajoute aux images un contenu sémantique et une description qui peuvent être lus par les moteurs de recherche. Troisièmement, on doit s'assurer que toutes les caractéristiques importantes du contenu

² La version 2.1 est la plus actuelle, mais les projets des versions 2.2 et 3.0 sont déjà publiés.

sont différenciées et ne reposent pas sur un seul trait. Cette suggestion concerne plutôt les concepteurs de sites web, mais l'apparence de certaines fonctionnalités des médias sociaux dépend aussi des utilisateurs. Par exemple, cela peut renvoyer à une enquête Facebook où les réponses prendraient seulement la forme d'émoticônes. Une telle solution n'aurait pas d'impact sur l'accessibilité.

2.2. Les besoins auditifs

Apparemment, il semble que les besoins auditifs soient plus naturels à deviner. En revanche, les solutions exigent plus d'efforts. Néanmoins, la stratégie reste relativement simple : rendre les contenus accessibles en fournissant des sous-titres ou des transcriptions de toutes les informations multimédias et audios. Cela veut dire que chaque fois que le contenu possède une piste audio, son équivalent écrit doit également apparaître. Parfois, les médias sociaux offrent la possibilité de sous-titrage automatique. Cela peut aider les utilisateurs, mais peut aussi constituer une limite, puisque les destinataires obtiendront généralement des informations partiellement incomplètes ou fausses (Tatman, Kasten 2017 : 937). Ainsi, un tel rendu doit être vérifié avant d'être diffusé. Il est également recommandé d'introduire l'interprétation en langue(s) des signes. Cette stratégie aurait des destinataires spécifiques, notamment des personnes S/sourdes pour lesquelles la ou les langue(s) des signes est/sont d'habitude maternelle(s) (Sandler, Lillo-Martin 2006 : 3-4). Naturellement, une bonne interprétation en langue(s) des signes entraîne aussi des coûts supplémentaires.

2.3. Les besoins cognitifs

Le handicap cognitif peut résulter d'un problème de mémoire, de compréhension et/ou de concentration (Tenerini 2010 : 6-7). C'est pourquoi, il est conseillé de veiller à la clarté des informations, en évitant par exemple les abréviations. Les contenus doivent apparaître de manière prévisible. De plus, il faut laisser le temps à l'internaute de lire ou d'utiliser le contenu présenté en lui donnant, le cas échéant, la possibilité de régler la vitesse d'affichage du contenu. Finalement, la navigation doit être simple, claire et intuitive.

Il existe d'autres types de handicaps, déjà mentionnés ci-dessus, qui peuvent limiter considérablement l'accès des utilisateurs aux médias sociaux. Ces handicaps comprennent surtout des déficiences physiques qui peuvent, par exemple, rendre impossible l'utilisation d'une souris ou d'un clavier. Toutefois, en général, la solution à ces difficultés incombe plus aux concepteurs des sites et des plateformes web qu'à leurs utilisateurs (donc, elles ne seront pas abordées dans cette étude).

3. Analyse du niveau d'accessibilité des médias sociaux

D'après une évaluation statistique, les Polonais utilisent les médias sociaux approximativement deux heures par jour (Statista 2021). Cela signifie que les médias sociaux constituent l'une des formes essentielles de communication dans le pays. Il en ressort que, globalement, le public consacre une partie considérable de son temps aux médias sociaux. La société numérique fonctionne alors considérablement grâce à ces outils et à ces interactions. Mais sont-ils globalement accessibles ? Sont-ils inclusifs à l'égard des personnes aux besoins spécifiques et leur permettent l'observation de la vie sociale sur l'internet ?

Ci-dessous, nous présenterons la méthodologie et le déroulement de l'étude pilote préliminaire visant à évaluer le niveau d'accessibilité des médias sociaux populaires en Pologne. Cette analyse a été menée afin de répondre aux questions posées ci-dessus, qui cherchent à vérifier si une société numériquement dynamique facilite de fait l'accès aux contenus disponibles en ligne aux personnes ayant des besoins spécifiques. La réponse à cette problématique permettra d'établir et de préciser les besoins sociaux en termes d'accès au web.

3.1. Méthodologie de recherche

Pour garantir les meilleurs résultats, nous avons divisé l'étude en deux parties. La première consiste en une analyse du contenu des trois médias sociaux les plus populaires en Pologne. Nous avons choisi d'utiliser les comptes les plus populaires à l'aide d'une variété d'outils pour évaluer leur accessibilité en cas de personnes ayant des besoins spécifiques. La deuxième partie propose de mener une enquête auprès de personnes malentendantes. Les participants ont répondu à des questions sur la perception concernant l'accessibilité des médias sociaux. La sélection des méthodes de recherche qualitatives et quantitatives a permis une triangulation qui a assuré un meilleur résultat pour cette étude pilote. L'ensemble de l'étude a été réalisé durant la première moitié du mois de mars 2021.

3.1.1. Méthodologie d'observation des médias sociaux

Selon les données du site Statista (2021), Facebook, YouTube et Instagram sont actuellement les médias sociaux les plus fréquentés au monde. Cela s'applique aussi à la Pologne (Kemp 2021). Nous avons choisi de nous pencher juste sur trois comptes de chacun de ces sites, en utilisant les données publiées par la société Sortrender (2021), qui publie entre autres des rapports détaillés sur la popularité des médias sociaux. Les comptes ont été sélectionnés selon les classements les plus récents pour le début du mois de mars 2021. Parfois, certains comptes se retrouvaient en tête de plusieurs classements (par exemple, le compte Facebook et le compte Instagram de Robert Lewandowski figuraient en première place dans les deux classements). Donc, pour que la recherche soit plutôt

diversifiée, nous avons parfois choisi d'analyser des pages classées un peu plus loin dans ces listes. Environ cinq activités pour la première semaine de mars 2021 ont été observées et publiées sur neuf comptes. Les comptes choisis étaient ceux de Robert Lewandowski, Piotr Zola Szulowski, SokzBuraka (sur Facebook), Anna Lewandowska, Suchar Codzienny, Wojciech Szczęsny (sur Instagram), les chaînes de Blowek, de Stuu et de TVN (sur YouTube).

L'observation et l'analyse des comptes ci-dessus ont été faites selon plusieurs critères relatifs aux besoins spécifiques des utilisateurs potentiels. Afin de mesurer le niveau d'accessibilité pour les personnes ayant un handicap auditif, nous avons vérifié si chaque matériel audiovisuel était accompagné de sous-titres, d'une transcription (dans le cas de vidéos) ou d'un texte alternatif (dans le cas de photos). Nous avons également vérifié si les créateurs se souvenaient des personnes S/sourdes et s'ils essayaient de fournir une interprétation en langue des signes polonaise. Lors de l'analyse de l'adaptation aux besoins des personnes malvoyantes, nous nous sommes attachés à vérifier si le contenu affiché sur les sites présentait un contraste adéquat. Pour ce faire, nous avons utilisé le programme gratuit Color Oracle (Jenny 2020). Ce programme permet d'afficher un site web comme s'il était vu par des personnes atteintes de déficience visuelle à différents degrés. Finalement, pour évaluer la clarté des textes, c'est-à-dire leur fonctionnalité à l'égard des personnes avec un handicap cognitif, nous avons utilisé le site Jasnopis. Celui-ci permet d'examiner si un texte polonais est écrit dans une langue simple et concise, et s'il ne pose aucun problème de compréhension, en l'occurrence, une langue ambiguë ou un vocabulaire trop sophistiqué.

3.1.2. Méthodologie d'une enquête par questionnaire sur l'accessibilité des médias sociaux

Pour mieux explorer la question d'accessibilité des médias sociaux, nous avons décidé de mener une enquête par questionnaire. Cette partie de l'étude constituait une analyse qualitative du sujet traité dans cet article, en se concentrant spécifiquement sur le groupe des personnes ayant des problèmes auditifs. Au début du mois de mars, nous avons distribué à quelques groupes Facebook associant des personnes S/sourdes et malentendantes (par exemple, « Życie Głuchych »), une courte enquête numérique qui visait à vérifier comment les personnes avec les besoins spécifiques percevaient le niveau d'accessibilité des médias sociaux.

Le questionnaire comportait neuf questions. Tout d'abord, les participants ont indiqué leur âge. Les trois questions suivantes demandaient aux participants de préciser quels médias sociaux ils utilisaient et avec quelle fréquence. Les points suivants demandaient aux participants d'évaluer sur une échelle de 0 à 5 (0 signifiant « pas du tout » et 5 signifiant « très souvent ») la fréquence avec laquelle ils rencontraient des formes particulières d'aménagements pour les personnes malentendantes sur les médias sociaux. Nous avons aussi demandé aux

participants d'évaluer la fréquence de la présence de trois dispositifs à la fois : traduction en langue des signes polonaise, sous-titres des documents audiovisuels et transcriptions. L'avant-dernière question invitait les participants à donner leur avis sur le niveau d'accessibilité des médias sociaux polonais en choisissant à nouveau une réponse sur une échelle de 0 à 5. La dernière question portait sur les formes d'accessibilité que les participants souhaiteraient voir davantage dans les médias sociaux. Lors de cette étude, qui a duré entre le 5 et le 15 mars, 20 réponses ont été enregistrées.

3.2. Résultats de l'observation des contenus sur les versions polonaises de Facebook, YouTube et Instagram

3.2.1. Facebook

En analysant le contenu de Facebook, nous nous sommes concentrés sur quelques aspects les plus pertinents du site, à savoir les commentaires, les photos et les vidéos qui y sont publiés. Nous avons vérifié si les photos offraient un texte alternatif. Nous avons également fait attention aux sous-titres des vidéos ou à la présence d'un lien vers leurs transcriptions. Enfin, nous avons examiné si les photos affichées avaient un contraste adéquat et avant de consulter les textes en ce qui concerne leurs clarté et intuitivité. En général, le niveau d'accessibilité des comptes analysés (*Robert Lewandowski*, *Piotr Zola Szulowski* et *SokzBuraka*) n'était pas suffisant face aux standards WCAG. Bien que les couleurs des photos aient été bien personnalisées, sauf dans quelques exemples du compte de Robert Lewandowski, pour la plupart des contenus, il n'y avait aucune forme d'accessibilité pour le reste. Les contenus ne disposaient pas non plus de textes alternatifs sauf ceux générés automatiquement. Néanmoins, dans ces cas-là, plusieurs contenaient des informations erronées et débouchaient sur de la désinformation. Aucune des pages analysées n'introduisait ni sous-titres ni traductions en langue des signes. De plus, on pouvait remarquer que le compte de Robert Lewandowski était géré seulement en anglais. Même si la fonction de traduction automatique est disponible sur Facebook, les traductions peuvent y être inexactes, et par conséquent, n'être d'aucune aide pour améliorer l'accessibilité. *SokzBuraka* – un service d'opinion – a utilisé les textes de différents niveaux de compréhension, certains textes très concis étant clairs et d'autres obscurs.

3.2.2. YouTube

Concernant l'analyse du contenu publié sur YouTube, nous avons regardé si les vidéos comportaient des sous-titres, non générés automatiquement, ou un lien vers la transcription. Nous avons également analysé les descriptions des vidéos, pour voir si elles étaient claires, et vérifié la présence d'une traduction en langue des signes polonaise. Aussi avons-nous essayé d'évaluer le contraste existant dans les vidéos à partir de quelques images choisies parmi les vidéos

publiées sur la plate-forme. Enfin, nous avons observé trois chaînes YouTube : *Blowek*, *Stuu* et *tvnpl*. Aucune des pages mentionnées n'a introduit ni sous-titres ni traduction en langue des signes. De plus, les canaux de *Blowek* et *Stuu* utilisaient des vidéos qui pouvaient être difficiles à suivre pour des personnes ayant des problèmes visuels, présentant des images à faible contraste, des éléments peu clairs et changeant parfois trop rapidement, même pour les utilisateurs sans handicap visuel. En dehors de cela, ces deux comptes contenaient des descriptions concises et claires. La chaîne *tvnpl* publiait des vidéos essentiellement faciles à suivre, qui présentaient généralement des extraits de *talk-shows* ou d'entrevues télévisées antérieurs. Néanmoins, le contraste semblait généralement trop faible. Ensuite, quelques descriptions étaient plus difficiles à comprendre, ce qui a été confirmé par le site de *Jasnopis*, son outil montrait le niveau 4/7 sur l'échelle de compréhensibilité.

3.2.3. Instagram

Pour l'analyse du contenu d'Instagram, nous avons d'abord vérifié si les vidéos ou les photos publiées sur le site contenaient des textes alternatifs. Ensuite, nous avons observé si les vidéos, publiées sous forme de publications permanentes ou sous forme de publications éphémères, étaient accompagnées de sous-titres. Nous avons analysé des comptes extrêmement populaires tels que *annalewandowskiahpba*, *sucharcodzienny*, ou encore *wojciech szczesny*.

Anna Lewandowska publiait des photos sans textes alternatifs et ceux générés automatiquement étaient parfois incorrects. En plus, ses images n'étaient pas bien contrastées, la plupart jouaient surtout avec les différentes teintes de blanc. Les descriptions étaient plus compréhensibles. Ici, on peut mentionner un exemple intéressant de publication datée du 4 mars 2021 où le contenu peu clair accompagnait paradoxalement les photos présentant les participants aux Jeux olympiques spéciaux. Il est raisonnable de conclure qu'une telle publication visait à atteindre des utilisateurs avec des besoins spécifiques, néanmoins, certains pouvaient avoir des problèmes avec une telle ambiguïté. La seule vidéo analysée ne contenait pas de sous-titres. Les postes de *Suchar Codzienny* disposaient, au contraire, d'un bon contraste, les textes étaient compréhensibles et trois vidéos analysées étaient sous-titrées. Des textes alternatifs automatiques, parfois incorrects, étaient aussi présents. Comme les précédents, *Wojciech Szczesny* n'utilisait pas de textes alternatifs. Parfois le contraste de ses photos n'était pas suffisant. De plus, il publiait seulement en anglais. Cependant, les textes traduits automatiquement étaient compréhensibles, corrects, concis et relativement simples.

3.2.4. Remarques générales sur le niveau d'accessibilité des médias sociaux

Les observations préliminaires effectuées démontrent que le niveau d'accessibilité du contenu des médias sociaux polonais pour les personnes avec des besoins spécifiques n'est pas encore suffisamment consistant. Il est évidemment difficile

de tirer des conclusions sur l'ensemble de l'activité des utilisateurs des médias sociaux polonais sur la base du matériel de recherche collecté, car nous n'avons analysé que neuf comptes sur trois portails numériques. Toutefois, vu la portée de ces comptes (par exemple, dans le cas de Robert Lewandowski, il s'agit de vingt millions d'observateurs, dans le cas d'Anna Lewandowska – trois millions, dans le cas de Blowek – près de cinq millions), nous pouvons certainement conclure qu'ils ne sont pas pleinement accessibles à tous les intéressés potentiels. Il y a une très forte probabilité que parmi les personnes intéressées se trouvent des personnes ayant des besoins spécifiques. La situation semble pire pour les personnes malentendantes dans la mesure où seul un des comptes analysés proposait des sous-titres. Les personnes souffrant de troubles cognitifs se trouvent en meilleure position, car les textes ont tendance à être facilement compris. Néanmoins, nous suggérons que l'échantillon examiné soit enrichi au cours de futures études de réplcation, afin d'obtenir des résultats plus fiables. En outre, l'analyse du contenu des plates-formes de médias sociaux, autres que celles mentionnées dans l'article, mérite d'être envisagée.

3.3. Résultats de l'enquête numérique

L'enquête en ligne en polonais, créée via l'outil Google Forms, a été publiée sur plusieurs forums et groupes en ligne pour des personnes rencontrant des difficultés auditives. Les résultats ont été analysés en détail puis confrontés à la partie de l'étude décrite dans la section 3.2. Nous présenterons ci-dessous les données obtenues.

3.3.1. Résultats de l'enquête numérique menée auprès des personnes S/sourdes et malentendantes

L'enquête a porté sur 20 personnes d'âges différents, mais 75 % des répondants avaient entre 31 et 50 ans, ce qui reflète plus ou moins l'image générale de la société polonaise (Główny Urząd Statystyczny 2021). La grande majorité des répondants ont confirmé qu'ils utilisaient régulièrement les médias sociaux (95 %). Tous les participants utilisaient Facebook. 80 % des répondants utilisaient YouTube, 55 % des répondants utilisaient Instagram, et certains d'entre eux utilisaient d'autres médias sociaux tels que Twitter, Pinterest ou LinkedIn. Ces données correspondent aux statistiques nationales mentionnées. La grande majorité des personnes interrogées, soit 85 %, utilisaient des médias sociaux quotidiennement.

Selon les personnes interrogées, la langue des signes polonaise apparaît très rarement dans les médias sociaux. Ici, le niveau d'occurrence moyenne a été de 2,15 sur 5. On estime que la fréquence des sous-titres de films et de transcriptions en direct est encore plus faible (au niveau 2), tandis que la transcription ou les liens vers la transcription sont pratiquement absents (au niveau 0,8).

Les participants ont estimé que l'accessibilité des médias sociaux pour les personnes malentendantes était plutôt faible, seuls deux répondants lui ont attribué une note de 4 ou 5 sur 5. La majorité attribuait une note entre 0 et 2 (60 %). La note moyenne était de 1,8. 90 % des participants à l'enquête souhaiteraient voir davantage de sous-titres sur les médias sociaux concernant les films et les émissions en direct. 70 % des personnes interrogées estiment qu'il devrait y avoir davantage de traductions en langue des signes polonaise. 30 % des répondants pensaient qu'il devrait y avoir plus de transcriptions. Une seule personne a déclaré qu'elle ne souhaitait pas voir davantage de solutions d'accessibilité mentionnées ci-dessus dans les médias sociaux.

3.3.2. Remarques sur les résultats de l'enquête

Les résultats de l'enquête montrent clairement que les personnes S/sourdes et malentendantes sont très actives en ligne. Elles utilisent les médias sociaux et le font généralement tous les jours. Néanmoins, elles constatent que le contenu des différents sites n'est pas toujours adapté à leurs besoins. Une grande majorité des personnes ayant répondu à l'enquête souhaitent un niveau d'accessibilité plus élevé des médias sociaux, avec une préférence pour le sous-titrage des documents audiovisuels. Les résultats de l'enquête étayaient les conclusions discutées dans la section 3.2.4 de cet article. Lors de l'analyse de ces pages populaires sur les médias sociaux, il a été constaté que la présence des sous-titres était relativement rare. Le nombre des répondants confirme cette observation. Les personnes ayant des besoins auditifs spécifiques ne disposent pas d'un accès satisfaisant au contenu publié sur les sites de médias sociaux.

Sur la base des résultats de l'enquête, qui correspondent aux observations faites précédemment, on peut être tenté de conclure que d'autres groupes de personnes ayant des besoins spécifiques sont également victimes d'une exclusion numérique dans le monde des médias sociaux. Autrement dit, les médias sociaux ne présentent pas un niveau d'accessibilité adéquat. En raison de la taille réduite de l'échantillon, nous souhaiterions que l'étude soit élargie à d'autres publics pour obtenir des résultats plus représentatifs. Il convient de noter qu'il est également nécessaire d'étudier d'autres groupes de personnes ayant des besoins spécifiques, comme des personnes aveugles ou souffrant de handicaps cognitifs.

Conclusion

Les observations présentées ci-dessus montrent que les personnes ayant des besoins spécifiques sont souvent exclues de la communication et de l'information présente sur les médias sociaux. Les chaînes ou profils polonais les plus importants et les plus influents sur Facebook, YouTube et Instagram répondent

de manière très insuffisante aux exigences en matière d'accessibilité. En effet, les personnes rencontrant des difficultés à recevoir certains contenus des médias sociaux ne disposent d'aucune alternative. Celles ayant des problèmes de perception visuelle peuvent parfois compter sur les contenus adaptés. Cependant, les personnes souffrant de déficience auditive, de surdité ou de problèmes cognitifs peuvent rencontrer des difficultés à comprendre ce qui est publié sur les réseaux sociaux. Ces constats sont confirmés par les personnes malentendantes ayant participé à l'étude et reconnu que l'accessibilité des médias sociaux était insuffisante. Elles souhaiteraient que des solutions d'accessibilité appropriées à leur état y soient mises en pratique.

Bien que l'étude ainsi menée soit très limitée et l'échantillon de recherche restreint, les résultats préliminaires inquiétants pourraient justifier la poursuite de telles enquêtes par d'autres chercheurs et dans d'autres pays. Cela permettrait d'analyser l'ensemble de la société numérique à travers le prisme de l'accessibilité – un phénomène à la mode et un besoin devenu nécessaire. Les chercheurs spécialistes des humanités numériques doivent faire prendre conscience à la société que l'accessibilité constitue un point important pour limiter les dérives discriminatoires. L'accès à l'information et à la communication s'imposent aujourd'hui comme l'un des droits fondamentaux. Cependant, de nombreux chantiers restent encore à mener pour que l'accessibilité de l'internet soit complète. Pour le moment, la « société numérique » ne signifie pas encore « une société (pleinement) accessible ».

Bibliographie

- Blowek. 2021. La chaîne YouTube de Blowek. <https://www.youtube.com/c/Blowek/featured> ; accès : 5 mars 2021.
- Comité national Coordination Action Handicap CCAH. 2021. Les différents types de handicap. <https://www.ccah.fr/CCAH/Articles/Les-differents-types-de-handicap> ; accès : 5 mars 2021.
- European Telecommunications Standards Institute. 2018. EN 301 549. Accessibility requirements for ICT products and services.
- Facebook. 2021. Jak edytować tekst alternatę dla zdjęcia na Facebooku? <https://www.facebook.com/help/214124458607871> ; accès : 5 mars 2021.
- Główny Urząd Statystyczny. 2021. Struktura ludności według wieku od 1970 r. <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ludnosc/ludnosc/ludnosc-piramida/> ; accès : 5 mars 2021.
- Henry S.L. 2019. Introduction à l'accessibilité du web. <https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-intro/fr> ; accès : 5 mars 2021.
- International Organization for Standardization ISO. 2012. ISO/IEC 40500:2012 Information technology - W3C Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0.

- Internet Society France. 2012. Accessibilité d'Internet. Utilisation d'Internet par les personnes handicapées : Et après ? Note de réflexion et de prospective de l'Internet Society. <https://www.isoc.fr/novembre2017/actualites-isoc/accessibilite%20internet-utilisation-d%20internet-par-les-personnes-handicap%C3%A9es-et/index.html> ; accès : 5 mars 2021.
- Jenn B. 2020. Color Oracle. <https://colororacle.org/index.html> ; accès : 5 mars 2021.
- Kemp S. 2021. Digital 2021 : Poland. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-poland> ; accès : 5 mars 2021.
- Lewandowska A. 2021. Le compte Instagram annalewandowskiahpba. <https://www.instagram.com/annalewandowskiahpba/?hl=pl> ; accès : 5 mars 2021.
- Lewandowski R. 2021. Le compte Facebook de Robert Lewandowski. <https://www.facebook.com/rl9official> ; accès : 5 mars 2021.
- Nations unies et Haut-Commissariat aux droits de l'homme. 2021. Convention relative aux droits des personnes handicapées. <https://www.ohchr.org/fr/professionalinterest/pages/conventionrightspersonswithdisabilities.aspx> ; accès : 5 mars 2021.
- Sandler W., Lillo-Martin D. 2006. *Sign language and linguistic universals*, Cambridge University Press, Cambridge.
- SokzBuraka. 2021. Le compte Facebook de SokzBuraka. <https://www.facebook.com/sokzburaka> ; accès : 5 mars 2021.
- Sortrender. 2021. Raporty Trends. <https://www.sotrender.com/pl/trends> ; accès : 5 mars 2021.
- Statista. 2021. Most used social media 2020. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-uses/> ; accès : 5 mars 2021.
- Stuu. 2021. La chaîne YouTube de Stuu. <https://www.youtube.com/user/ThePolishPenguinPL> ; accès : 5 mars 2021.
- Suchar Codzienny. 2021. Le compte Instagram sucharcodzienny. <https://www.instagram.com/sucharcodzienny/?hl=pl> ; accès : 5 mars 2021.
- Szczęsny W. 2021. Le compte Instagram Wojciech Szczesny1. <https://www.instagram.com/wojciech.szczesny1/?hl=pl> ; accès : 5 mars 2021.
- Szczygielska M. 2016. *Dostępne multimedia*. Warszawa.
- Szulowski P.Z. 2021. Le compte Facebook de Piotr Zola Szulowski. <https://www.facebook.com/piotr.zola.szulowski.standup> ; accès : 5 mars 2021.
- Tatman R., Casten, C. 2017. *Effects of talker dialect, gender & race on accuracy of bing speech and YouTube automatic captions*, Conférence Interspeech, 20-24 août 2017, Stockholm.
- Taylor C. 2020. *Multimodality and intersemiotic translation*, in *The Palgrave handbook of audiovisual translation and media accessibility*, eds. L. Bogucki, M. Dec-kert, Palgrave Macmillan, London, 83-99.
- Tenerini R.C. 2010. *Contribution à la définition, à la description et à la classification des handicaps cognitifs*, Ministère de la Santé, Paris.

TVN. 2021. La chaîne YouTube de TVN.

<https://www.youtube.com/user/tvnpl/featured> ; accès : 5 mars 2021.

W3C Web Accessibility Initiative (WAI). 2018. Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1.

<https://www.w3.org/TR/WCAG21/> ; accès : 5 mars 2021.

WebAIM. 2019. Alternative Text. <https://webaim.org/techniques/alttext/> ; accès : 5 mars 2021.

Deuxième partie

Les dynamiques sociales de homo numericus

Thaïs Barbosa de Almeida

Université de Limoges et Université fédérale du Paraná

ORCID : 0000-0003-4300-6405

La parole politique sur Twitter en direction du peuple : le cas de « Lula » au Brésil

Résumé : Cet article présente les stratégies de communication sur Twitter de l'ancien président brésilien Luiz Inácio Lula da Silva aux temps où il était en prison (avril 2018 et novembre 2019). Durant cette période où sa parole publique était limitée, les réseaux sociaux numériques constituaient un outil important pour son positionnement dans le champ politique. L'objectif de ce travail est de saisir les usages qu'il a faits des tweets et plus spécifiquement ceux qui comprenaient le terme *povo* (peuple). Nous constatons un rapprochement de son image de celle du peuple dans ses publications produites dans un but politico-électoral. Cette étude mobilise les outils d'analyse statistique des textes ainsi que les notions d'analyse du discours numérique.

Abstract: This article presents the communication strategies on Twitter of the former Brazilian President Luiz Inácio Lula da Silva during his time in prison, between April 2018 and November 2019. During this period, his public speech was limited, so digital social networks were a crucial tool for his position in the political field. The objective of this work is to understand the way that this politician communicates with tweets, more specifically those including the word *povo* (people). We concluded with our analysis, a rapprochement of his image with that of the people in his publications which is part of a political and electoral purpose. This analysis mobilizes the tools of texts' statistical analysis as well as the notions of the analysis of digital discourse.

Mots-clés : Analyse du discours, politique, numérique, Twitter, communication, Lula ; Brésil, peuple.

Keywords: Discourse analysis, politics, digital, Twitter, communication, Lula, Brazil, people.

Introduction

Le déplacement de la parole politique vers les comptes des réseaux sociaux numériques pose de nouvelles questions quant aux pratiques de persuasion et d'établissement des idées politiques mobilisatrices. La possibilité d'une production discursive débarrassée du filtre journalistique offre à l'homme ou à la femme politique un terrain libre pour la diffusion de ses positions dans le champ politique, surtout sur Twitter. Cette plate-forme bénéficie d'ailleurs d'un usage politique prononcé dans le contexte brésilien. Selon l'organisation « Projeto 7c0 »¹, plus de 500 hommes et femmes politiques sont inscrits sur Twitter au Brésil. Si la plate-forme est particulièrement utilisée en politique, c'est qu'elle constitue un écosystème propre avec des affordances qui émergent des caractéristiques techniques propres à cet outil numérique (Rocero 2009) propice à la discussion politique. Citons-en deux à titre d'exemple : premièrement, le fait que les comptes soient ouverts, ne limitant pas la visibilité d'un profil aux seules personnes qui le suivent, et deuxièmement, le fait aussi que le *hashtag* (# suivi d'un mot ou phrase clé) permette d'accompagner un « fil conversationnel critique sur un événement ou un thème précis » (Mercier 2015 : 149), amplifiant ainsi un débat et la visibilité d'un acteur politique inscrit dans la discussion.

L'utilisation des *tweets* dans les disputes politiques et ses conséquences ont déjà été analysées par de nombreux chercheurs (Vieira, Cervi 2010, Recuero, Zago 2016, Herman 2018, Bhatia, Ross 2019). Donc, nous proposons de prolonger ces démarches à partir de l'étude d'un compte Twitter politique, celui de l'ex-président brésilien Luiz Inácio Lula da Silva (@LulaOficial) dans la période où il était en prison. Nous analysons ses stratégies discursives développées autour de l'idée de peuple et son importance pour la carrière de cet homme politique. Dans notre démarche, nous présenterons d'abord comment les liens existant entre l'idée de peuple et Lula se sont progressivement construits dans ses discours tout au long de sa carrière politique. Ensuite, nous montrerons comment la méthodologie appliquée à notre corpus permet de proposer un modèle possible pour l'analyse de *tweets* politiques, tout en discutant les résultats de notre enquête.

¹ Le « Projeto 7c0 » est une initiative visant l'utilisation en commun de technologies à des fins d'intérêt public.

1. Lula, acteur politique en relation avec le peuple

1.1. Le peuple, enjeu de positionnement politique

La notion de peuple est particulièrement importante dans la construction de l'ethos de Luiz Inácio Lula da Silva, président du Brésil entre 2003 et 2010. Cette idée traverse en effet toute son histoire politique. Sa première victoire aux élections présidentielles en 2002, par exemple, a été en partie possible grâce à sa fameuse « Carta ao povo brasileiro² » où il présentait certains de ses engagements politiques articulés autour de l'idée d'un « peuple brésilien » qui, selon lui, avait besoin d'un nouveau tournant en matière d'économie. Lors de sa réélection en 2006, le mot revenait sous forme de slogan « é Lula de novo, com a força do povo » (en français « c'est Lula à nouveau avec la force du peuple »). Plus récemment, le livre *A verdade vencerá : o povo sabe por que me condenam* (Boitempo 2018), sorti peu avant son emprisonnement, atteste son désir actuel de parler à nouveau à ce peuple brésilien.

Lula ne définit pas clairement le mot *povo*, mais ce terme est toujours appelé à s'inscrire dans une dichotomie entre un peuple issu des classes populaires et une élite. La recherche scientifique a identifié que, dans l'idée de rapprocher son image de celle de ce peuple, l'ex-président Lula développait dans ses discours un ethos dit de « guide du peuple ». Il insistait notamment sur ses origines populaires en vue de créer une projection proche de ceux qu'il voulait représenter. Tomaz et Gouvêa (2017) montrent en effet que, pendant ses années au pouvoir, Lula développa cet ethos « populaire » principalement lors de ses discours informels spontanés. En analysant ceux-ci du point de vue discursif, les auteurs arrivent au constat d'un usage fréquent de traits appartenant au langage populaire, tels que l'humour et les métaphores pour ressembler davantage à ce peuple³.

Piotto (2017), de son côté, démontre à partir d'un corpus de photos de presse comment Lula opère ce rapprochement au niveau vestimentaire, puisque dans ses sorties officielles en qualité de président, il posait pour les photos portant des vêtements typiques de la classe populaire, bien loin des codes de la tenue habituelle d'un président de la République. Sur ce point, il convient de noter que l'ethos de Lula comme représentant du peuple est fortement entretenu par les discours journalistiques. Holzbach (2006) analyse la présentation de la journée de la première investiture de Lula en janvier 2003 par le journal brésilien *O Globo*. Les reportages décrivaient Lula comme quelqu'un qui avait réussi

² *Leia íntegra da carta de Lula para acalmar o mercado financeiro*, Folha de São Paulo, 24/06/2002.

³ Tomaz et Gouvêa mettent en avant notamment que « le sentimentalisme, l'empathie pour les plus faibles, la reconnaissance de ses faiblesses, en étant honnête et humble, et même l'humour sont des caractéristiques qui dénotent le côté humain de cet homme politique [Luiz Inácio Lula da Silva], ce qui le rapproche du peuple, [...] tout en assumant une image populaire » (p. 462-463, traduction de l'auteure).

à sortir de la pauvreté et les textes soulignaient son passage de l'ouvrier au président. Lula a été ainsi présenté comme la personnification du peuple brésilien qui ne représentait pas toute la population brésilienne, mais plutôt les couches sociales les plus vulnérables. Ainsi, même si chez Lula la définition du mot *povo* n'est pas clairement établie, nous pouvons remarquer grâce à ces analyses que l'utilisation de ce mot porte une charge significative de l'idée de classe, une opposition entre le peuple et l'élite. Lula se positionne ainsi comme défenseur du premier camp ce qui correspond à son appartenance à un parti dit de gauche – le Parti des travailleurs (PT).

1.2. L'incarcération et Twitter : cadre de reconstruction de l'image de Lula face à son peuple

Si la notion de peuple est chargée d'enjeux discursifs de l'ordre du débat et du positionnement dans un camp bien défini, il s'agit de vérifier si cette liaison entre l'ex-président brésilien et l'idée de peuple trouve son aboutissement dans le contexte bien particulier de sa vie politique. En avril 2018, Lula est mis en prison à la suite d'accusations de corruption par l'entreprise OAS (sous forme d'un appartement sur le littoral de São Paulo). Néanmoins, condamné à une peine de douze ans et un mois d'emprisonnement, il n'a pas purgé la totalité de la peine en raison du jugement du *Supremo Tribunal Federal* (la plus haute autorité juridique au niveau fédéral) en deuxième instance. Lula est donc sorti de prison au début du mois de novembre 2019, mais pendant son incarcération, en vertu de la décision de la justice, il lui était interdit de prendre la parole en public. En mars 2019, par exemple, Lula a pu sortir de prison pour assister à l'enterrement de son petit-fils à condition de ne pas en profiter pour s'adresser au public et à la presse.

La communication entre Lula et ses partisans se limitait donc aux sites de réseaux sociaux numériques dont l'utilisation se poursuivait activement pendant son incarcération. Les publications n'étaient pas effectuées par l'ancien président lui-même, bien entendu. Dès lors, il ne s'agissait plus d'évoquer son ethos discursif en tant que dispositif incarné par une personne physique interposée, mais en prenant plutôt en compte l'« ethos technodiscursif » de son profil sur Twitter, « accompagné de composants technologiques du réseau » (Longhi 2013). Dans ce texte, nous cherchons à démontrer comment Lula construisait son ethos technodiscursif à partir de la notion de peuple. L'hypothèse consiste à considérer qu'au cours de sa détention, Lula utilisait davantage l'idée de peuple pour fédérer un groupe engagé dans sa défense et pour continuer à rapprocher son image de celle du peuple. L'usage de cet outil de communication numérique est d'autant plus significatif que dans l'espace public brésilien perdure une querelle politique entre des camps bien identifiés : défenseurs et critiques du comportement de Lula. Ce contexte de « polémique publique » (Amossy 2014) au

cours d'une période de profonde polarisation de l'espace public a été exacerbé et entretenu au Brésil par les moyens de communication dits traditionnels et a contribué à la construction d'une image négative de l'ancien président (Barbosa de Almeida 2023).

Au-delà d'un outil de communication, Twitter semble avoir été un moyen de reconstruction de son image publique ou plutôt une plate-forme de construction d'une identité numérique, d'une communication politique de persuasion en ligne. Notre analyse montre comment Twitter a été utilisé comme instrument de récupération d'un ethos préalable, autrement dit de changement « des représentations qui ne convenaient pas aux buts poursuivis ou qui ne répondaient pas à ses besoins identitaires » (Amossy 2010 : 72).

2. Analyse du terme « peuple » dans les discours de Lula

Avant d'entamer la présentation des résultats, il convient de dire quelques mots sur nos démarches méthodologiques.

2.1. Approche méthodologique

Notre corpus de référence est composé de *tweets* publiés sur le compte *@Lula Oficial* du 7 avril 2018, premier jour de l'emprisonnement de Lula, au 8 novembre 2019, jour de sa sortie de prison, totalisant ainsi 5 099 posts. Le recueil de données est constitué grâce au site *workbenchdata* qui permet d'extraire les *tweets* d'un compte sous format Excel. Les *tweets* ont été ensuite triés et transformés en format texte (.txt) pour rendre possible l'utilisation de l'outil numérique de traitement de données *Iramuteq*.

D'emblée, le tri parmi les *tweets* s'avérait nécessaire, car certains ne présentaient que des photos et/ou des émoticônes, aspects que nous écartons de notre analyse vu qu'elle traite en priorité la matière textuelle. De même, les liens internet (URL) sont effacés pour permettre cette analyse informatique. Nous partageons l'idée de Paveau (2013) selon laquelle il faut intégrer les spécificités de chaque environnement numérique dans l'analyse, mais sans considérer pour autant qu'une seule analyse de tous les aspects sémiotiques d'un *tweet* est légitime. Dans le cas d'un grand corpus, ici en l'occurrence plus de 5 000 *tweets*, le choix d'un seul aspect : image, émoticône ou texte, demeure une décision pratique nécessaire à la réussite de l'étude.

Ce faisant, nous ne prenons en compte que le discours sous forme de texte écrit. Il s'agit d'un choix répondant à la fois à un ordre pratique rendant possible l'analyse d'un volume important de *tweets* à l'aide des outils informatiques, ainsi qu'à un ordre méthodologique concentré sur la production du *tweet* politique. De fait, comme l'indique Longhi, cela « rend notre analyse comparable

à des analyses qui exploreront d'autres terrains du discours politique » (Longhi 2013), comme un rassemblement par exemple. Cependant, il ne faut pas oublier que cette démarche génère certaines interrogations, d'abord sur les destinataires de ces posts qui ne sont pas forcément les mêmes que dans le cas d'un rassemblement ou d'un médium dit traditionnel. Au Brésil, le public de Twitter est très segmenté et se concentre autour des jeunes et des classes moyenne et supérieure⁴. De même, la valorisation du langage écrit fait que d'autres atouts du discours politique, comme le langage gestuel, sont moins présents, accentuant ainsi le pouvoir de la parole écrite.

Ces limitations définies, l'analyse de la communication sur les réseaux sociaux numériques reste avantageuse, car elle permet de retracer un nombre considérable de discours ou de fragments discursifs circulant dans l'espace public, et cela dans un laps de temps considérable. C'est aussi l'opportunité d'étudier un récit retranscrit dans un environnement contrôlé, puisque le discours sur Twitter est nécessairement pensé avant d'être transcrit. De manière générale, nous remarquons la condensation sémantique des *tweets* de Lula, déjà identifiée par les travaux de Longhi (2013). Cependant, nous y retrouvons aussi un effort de construction de récits plus longs à partir d'une suite logique occupant plusieurs publications successives. Cela permet d'analyser les *tweets* comme autant de productions verbales transcrites appartenant au genre politique qui vise avant tout la persuasion.

En matière de traitement des données, notre approche est l'analyse quantitative et qualitative. D'abord quantitative, car il s'agit de dégager à l'aide du logiciel *Iramuteq* les groupes de mots les plus pertinents, non seulement du point de vue de leur occurrence, mais aussi de leur cooccurrence. Puis qualitative, puisque le *tweet* ne porte pas toute sa signification discursive en soi, d'autant plus que sa taille est limitée à 280 caractères. C'est au chercheur de retracer les énoncés, l'*interdiscours*, pour interpréter le contexte des productions discursives. Plus précisément, il s'agit d'analyser l'usage du mot peuple au sein de l'environnement numérique de Twitter. Ainsi, une étude fondée sur un sous-corpus devenu notre corpus de travail construit à partir des *tweets* où le mot était présent, montre la dynamique marquée par l'emploi du mot *povo*. Parmi les 5 099 *tweets* analysés, le mot *povo* apparaît dans 438 publications.

2.2. Résultat de l'analyse du discours de Lula sur Twitter

La figure 1 résulte d'une analyse quantitative des mots les plus employés au sein des publications de notre corpus de travail. Dans ce nuage de mots, la taille des mots est proportionnelle à l'occurrence simple de chaque terme. Ainsi, ce

⁴ Selon une étude de 2015 (*GlobalWebIndex*), la grande majorité des utilisateurs de Twitter (65 %) a entre 21 et 44 ans et plus de la moitié (51 %) a des revenus mensuels moyens ou élevés.

L'analyse suivante confirme que le mot *povo* est davantage utilisé en lien avec les élections présidentielles. Basée sur la méthode décrite par Reinert (1983), autrement dit en calculant et en séparant les mots par classes en fonction de leurs occurrences et de leurs proximités lexicales, nous arrivons à une classification hiérarchique descendante qui regroupe quatre classes de mots.

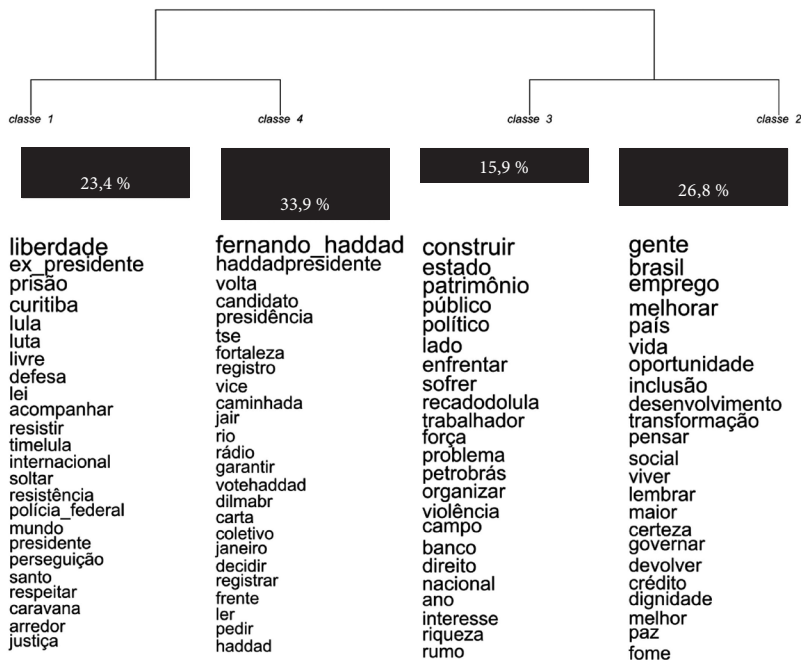


Figure 2 : Analyse CHD des publications contenant le mot « *povo* » du compte @LulaOficial

La classe 4 qui regroupe la plupart des segments du texte (33,9 %) confirme l'utilisation du mot *povo* pour promouvoir la candidature de Fernando Haddad aux élections présidentielles de 2018 à partir des citations du compte @fernando_haddad, l'utilisation du hashtag #haddadpresidente (#haddadprésident) ou #votehaddad (#voteshaddad), ainsi que des mots tels que *candidato* (candidat) et *presidência* (présidence). Cela relève d'une volonté de Lula de fédérer l'électorat populaire autour de son candidat à la présidentielle et de rapprocher son image de celle de la personne de Haddad. En effet, pendant les élections de 2018, Lula tentait de renforcer son image de compagnon du peuple et depuis la prison suggérait la nécessité d'un vote en faveur du candidat Haddad qu'il soutenait. Quelques exemples ci-dessous montrent comment s'opère cette démarche sur Twitter :

Texte original en portugais :

@LulaOficial: *Hoje estou transmitindo a você, @Haddad_Fernando, a imensa responsabilidade de retomar o processo de transformação do Brasil, em benefício do povo, que iniciamos em nosso governo.* (12/09/2018)

@LulaOficial: *@Haddad_Fernando no Jornal Nacional 62 interrupções não foram suficientes para calar o candidato do povo* (15/09/2018)

@LulaOficial: *É o momento de unir o povo, os democratas, todos e todas em torno da candidatura de @Haddad_Fernando, para retomar o projeto de desenvolvimento com inclusão social e defender a opção do Brasil pela democracia.* (24/10/2018)

Version française (traduction de l'auteure) :

@LulaOficial : *Je te transmets aujourd'hui, @Haddad_Fernando, l'immense responsabilité de reprendre, pour le bénéfice du peuple, le processus de transformation que nous avons initié dans notre gouvernement.* (12/09/2018)

@LulaOficial : *@Haddad_Fernando au Jornal Nacional [principal journal télévisé au Brésil] 62 interruptions n'ont pas suffi à faire taire le candidat du peuple* (15/09/2018)

@LulaOficial : *C'est le moment de réunir le peuple, les démocrates, tous et toutes autour de la candidature de @Haddad_Fernando pour reprendre le projet de développement et d'inclusion sociale et défendre l'option de la démocratie pour le Brésil* (24/10/2018)

L'ancien président désigne alors Haddad comme protecteur du peuple brésilien, allant même jusqu'à le qualifier de « candidat du peuple ». Plus encore, Lula indique qu'il transmet à Haddad la responsabilité de poursuivre l'exercice d'une gouvernance formulée en faveur du peuple. Cette même classe 4 (voir : figure 2) présente le mot *volta* (retour) qui articule l'idée que l'élection de Fernando Haddad sera un retour aux temps où Lula exerçait le pouvoir. Autrement dit, voter pour Haddad signifierait choisir un retour à l'époque Lula. Ce transfert d'éthos fait penser aux travaux de Gandin et Panke (2015) montrant comment Lula a mis son image au service de la première candidature de Dilma Rousseff, également membre du Parti des travailleurs, aux présidentielles de 2010⁵.

En lien étroit avec la classe 4, nous observons la classe 1 (23,4 %), composée de mots de l'ordre lexical de la liberté (*liberdade* [liberté], *ex-presidente* [ex-président], *prisão* [prison], *Curitiba* [ville où Lula était emprisonné], *Lula*, *luta* [lutte], *livre* [libre], *defesa* [défense]). Lula affirmait ainsi son innocence auprès du peuple en l'interpellant à travers sa défense dans l'espace public.

⁵ Elle est d'ailleurs citée dans notre corpus de *tweets*, voir classe 1 @dilmabr.

Texte original en portugais :

@LulaOficial: Todos que ousaram defender aqueles que mais precisam foram perseguidos e tiveram seus direitos violados. Basta de injustiça. A liberdade de Lula é a liberdade do povo. #JornadaLulaLivre (10/12/2018)

@LulaOficial: Todos os direitos ameaçados hoje passam pela prisão de Lula 6 meses antes das eleições. Não é só Lula quem está preso, é o povo tendo seu poder de escolha sequestrado. Lutar pela liberdade de Lula é lutar pelo direito daqueles que mais precisam. (08/02/2019)

Version française (traduction de l'auteure) :

@LulaOficial : Tous ceux qui ont osé défendre ceux qui sont le plus dans le besoin ont été traqués et se sont vu violer leurs droits. Assez d'injustices. La liberté de Lula est la liberté du peuple. #JournéeLulaLibre (10/12/2018)

@LulaOficial : Tous les droits menacés aujourd'hui passent par l'emprisonnement de Lula 6 mois avant les élections. Ce n'est pas seulement Lula qui est en prison, c'est le peuple qui a été privé de son pouvoir de choisir. Lutter pour la liberté de Lula, c'est lutter pour le droit de ceux qui sont le plus dans le besoin (08/02/2019)

Ces exemples montrent que la défense de Lula fut articulée autour de notions de lutte (*luta*), de résistance (*resistência*) et de harcèlement (*perseguição*), ainsi que de l'idée que la liberté de Lula était la liberté du peuple et que, Lula étant en prison, le peuple était lui-même privé d'autonomie. Lula s'est présenté dès lors comme partie intégrante du peuple dans la figure d'un martyr qui subissait une injustice, en raison du rejet de sa candidature aux élections, et qui avait besoin d'être soutenu. Il est opportun de souligner qu'il ne se défendait pas auprès de ce *povo*, mais qu'il partait du principe que son innocence était un dogme partagé par ceux qui le suivaient sur Twitter.

En outre, les classes 3 (15,9 %) et 2 (26,8 %) se rejoignent, car elles relèvent du vocabulaire des promesses de campagne, concernent donc le domaine des élections. La classe 3 présente des mots comme *construir* (construire), *estado* (état), *patrimônio* (patrimoine) et *público* (public). Cette classe est représentative des promesses délivrées sur Twitter au moment où sa candidature était encore envisageable.

Texte original en portugais :

@LulaOficial: Está chegando a hora da verdade. Quero ser presidente do Brasil novamente porque já provei que é possível construir um Brasil melhor para o nosso povo. (09/06/2018)

Version française (traduction de l'auteure) :

@LulaOficial : *Arrive l'heure de la vérité. Je veux être président du Brésil parce que j'ai déjà montré qu'il était possible de construire un Brésil meilleur pour notre peuple. (09/06/2018)*

La classe 2 (26,8 %) est encore plus intéressante à observer, car les mots employés sont liés à la qualité de vie de ce peuple : *gente* (gens), *Brasil* (Brésil), *emprego* (emploi) et *melhorar* (améliorer), mais aussi *inclusion* (inclusion) et *fome* (faim).

Texte original en portugais :

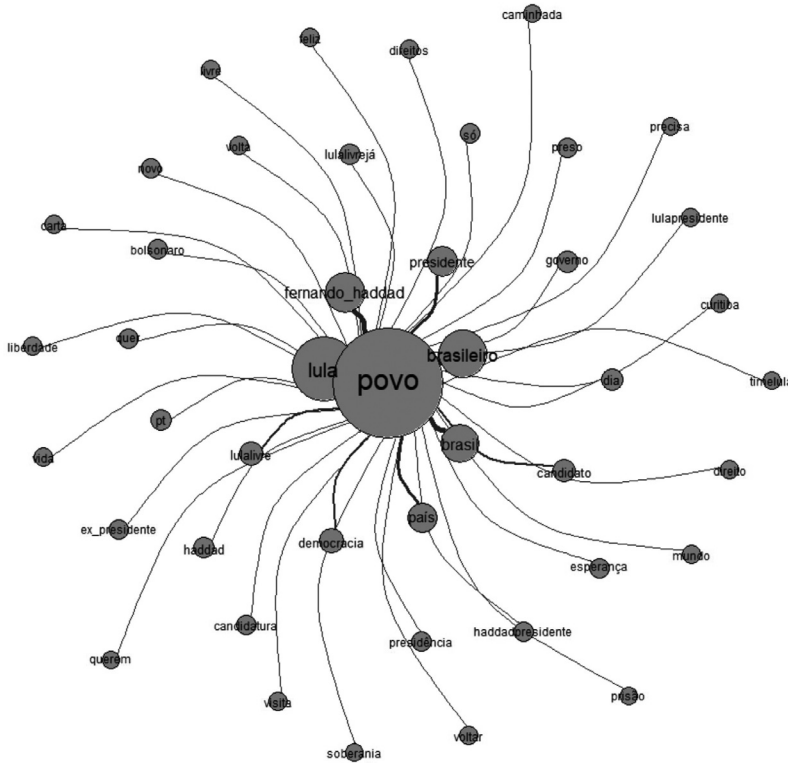
@LulaOficial: « *Só tem um jeito para o Brasil, é a gente voltar a acreditar no povo brasileiro. A gente voltar a inserir o povo na economia, com emprego, com financiamento, com crédito. Senão não tem crescimento econômico* ». – Lula (29/08/2018)

Version française (traduction de l'auteure) :

@LulaOficial : « *Il n'y a qu'un seul moyen pour le Brésil, c'est de croire à nouveau au peuple brésilien. On doit réintégrer le peuple dans l'économie, avec l'emploi, avec le financement, avec le crédit. Autrement il n'y a pas de croissance économique* ». - Lula (29/08/2018)

On y observe le lien que Lula construisait entre le peuple et une classe défavorisée qui serait dépourvue d'emploi et de bonne qualité de vie. Cette articulation est en effet présente dans toute sa carrière politique comme le démontrent les travaux de Luciana Panke (2006, 2014) sur la mobilisation de l'idée de travail comme moteur des promesses de campagne de Lula. En outre, l'usage des guillemets dans cet exemple est assez révélateur de la logique de faire de Twitter un instrument officiel de contact direct avec ce peuple, car cela donne l'impression d'une prise de parole directe. Sous cette description, il est possible d'ailleurs de voir comment Lula s'était investi lui-même dans la promesse électorale malgré son incarcération.

La dernière analyse (figure 3) nous confirme les deux premières, c'est-à-dire l'implication de Lula, toujours prisonnier, dans la campagne électorale par l'interpellation du peuple. La similitude de ce graphique permet en effet d'observer une concentration de termes autour du mot *povo* à partir de leur cooccurrence, considérant que la taille des cercles et des titres est proportionnelle à l'occurrence de chaque terme calculé en khi-deux et que les lignes sont plus foncées lorsque le lien entre eux est le plus étroit.



L'image confirme certaines des analyses précédentes, mais il est intéressant d'y observer un nouvel élément avec la référence au nom de Jair Bolsonaro (PSL-Parti social-libéral), représentant de l'extrême-droite et principal concurrent de Fernando Haddad (PT) au fauteuil du président. Il est cité nominalement dans 33 publications de notre corpus, mais l'occurrence de son nom apparaît inférieure à la notion de *povo* (voir la partie gauche de la figure 3). Les exemples ci-dessous montrent en effet tout l'effort de @LulaOficial pour éloigner le candidat du PSL de l'image du représentant du peuple.

Texte original en portugais :

@LulaOficial: Quase três décadas de vida pública e nenhum serviço relevante para a população. É isto que Bolsonaro promete ao povo brasileiro? (11/10/2018)

@LulaOficial: Bom dia. Qual é o preço de uma mentira? Até quando o deputado Jair Bolsonaro vai seguir tentando enganar o povo brasileiro? (16/10/2018)

@LulaOficial: O povo brasileiro é melhor que Jair Bolsonaro. (17/10/2018)

Version française (traduction de l'auteure) :

@LulaOficial : *Presque trois décennies de vie publique et aucun service pertinent rendu à la population. C'est cela que Bolsonaro promet au peuple brésilien ?* (11/10/2018)

@LulaOficial : *Bonjour. Quel est le prix d'un mensonge ? Jusqu'à quand le député Jair Bolsonaro continuera-t-il à tenter de tromper le peuple brésilien ?* (16/10/2018)

@LulaOficial : *Le peuple brésilien est meilleur que Jair Bolsonaro* (17/10/2018)

En dénonçant la volonté de Bolsonaro de nuire au peuple brésilien et élevant le peuple à un rang supérieur à celui de son opposant, Lula actualise son ethos préalable de « guide » cherchant à protéger le *povo* d'un ennemi. Ce peuple est alors persuadé d'aller contre le principal opposant politique du Parti des travailleurs en 2018. Cette observation associée à l'effort de transfert de son ethos populaire à la personne de Haddad et couplée avec le vocabulaire de promesse employé par Lula dans ces publications, nous amène à la conclusion générale que Luiz Inácio Lula da Silva utilisait le mot *povo* sur Twitter plutôt dans un but politico-électoral.

Ces constats démontrent également que Lula restait discursivement actif sur le scénario électoral de 2018, ceci malgré sa condition carcérale. Il faisait usage du mot *povo* comme un instrument de positionnement dans le champ discursif et comme un outil de récupération de son ethos de « guide ». De même, nous constatons que l'alimentation du profil numérique de Lula est devenue une arme de persuasion politique bien plus qu'une construction d'ethos technodiscursif d'un homme innocent, car il appelle le peuple à sa défense sans se faire passer pour une victime. Il ressort donc que Lula twittait pour galvaniser ses possibles électeurs, déjà favorables à ses idées, dans le but de les mobiliser toujours davantage dans le contexte d'affrontement électoral ambiant.

Conclusion

Cette étude de cas permet d'identifier le potentiel de l'étude des *tweets* politiques, surtout en cas de limitation de la prise de parole de l'acteur politique dans des médias journalistiques traditionnels. Notre analyse, centrée sur la communication numérique de Lula dans le contexte de son emprisonnement, montre que Twitter servait davantage pour reconquérir le pouvoir que pour revaloriser un ethos préalable. Cela se vérifie grâce à l'étude du recours discursif à l'idée de *povo*, mobilisée dans le cadre du transfert de son ethos de représentant du peuple à Fernando Haddad – candidat du parti de Lula aux élections présidentielles.

Néanmoins, les contraintes imposées par l'utilisation des réseaux sociaux numériques réduisent en partie la portée de nos résultats, puisque le nombre de récepteurs des messages d'une plate-forme en ligne telle que Twitter est limité. De même, les publications sur Twitter n'apportent pas la dimension performative incluant les variations de gestualité et de modulations de voix, si importantes pour la persuasion politique. Pour autant, la méthodologie proposée dans cet article permet d'obtenir des résultats quantitatifs intéressants qui, associés à une analyse qualitative, permettent de produire des conclusions pertinentes sur les pratiques discursives d'hommes et de femmes politiques sur les réseaux sociaux numériques. Nous avons ainsi démontré l'intérêt de travailler sur une grande base de données, embrassant ici une période de plus de deux ans, aboutissant à une analyse sur le long terme de l'arsenal argumentatif d'un personnage politique.

Dans ce contexte, l'étude quantitative et qualitative se montre efficace pour le traitement d'une grande base de données à des fins d'analyse discursive. Par conséquent, se concentrer sur la matière textuelle des *tweets* peut aboutir à des matériaux riches en résultats, surtout dans le cadre d'un corpus large. Cela invite ainsi à élargir une telle entreprise méthodologique à d'autres bases de données afin de confirmer l'efficacité de cette démarche analytique.

Bibliographie

- Amossy R. 2014. *Apologie de la polémique : l'interrogation philosophique*, Presses universitaires de France, Paris.
- Amossy R. 2010. *La présentation de soi : ethos et identité verbale, interrogation philosophique*, Presses universitaires de France, Paris.
- Barbosa de Almeida T. 2023. *Lula en prison : une analyse multimédiatique de la polémique publique au Brésil dans la presse et sur Twitter autour de l'affaire Triplex (2016-2018)*, Université de Limoges et Université fédérale du Paraná, Limoges.
- Bhatia A., Ross A.S. 2019. *Trumpian tweets and populist politics: A corpus-assisted discourse analytical study*, in *Politics and populism across modes and media*, eds. R. Breeze, A.M.F. Vallejo, Peter Lang AG, Lausanne, 25-45.
- Gandin L., Panke L. 2015. A transferência de ethos de Lula para Dilma na campanha eleitoral de 2010, *Revista Eletrônica de Ciência Política*, 6, 167-186.
- Herman T. 2018. Éclairages, dimension rhétorique et argumentation à l'épreuve des tweets de Donald Trump, *Argumentation et Analyse du Discours*, 20, 1-16.
- Holzbach A.D. 2006. *Identidades que não existem mais - Lula como representante do povo, heroi superstar e outras imagens no Dia da Posse pelas páginas de O Globo*. Présenté au I Congresso Anual da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política, Salvador.
- Longhi J. 2013. Essai de caractérisation du tweet politique, *L'Information Grammaticale*, 136, 25-32.

- Mercier A. 2015. Twitter, espace politique, espace polémique, *Cahiers du Numérique*, 11, 145-168.
- Panke L. 2014. *Lula do sindicalismo à reeleição : um caso de comunicação, política e discurso*, Nova consciência, Capivari.
- Panke L. 2006. Lula, de sindicalista a Presidente da República : as mudanças nos discursos políticos de Lula sob a perspectiva da temática emprego. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2. <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2006/supplement-a/27-lula-de-sindicalista-a-presidente-da-republica-as-mudancas-nos-discursos-politicos-de-lula-sob-a-perspectiva-da-tematica-emprego>.
- Paveau M.-A. 2013. Genre de discours et technologie discursive. Tweet, twittécriture et twittérature, *Pratiques : Linguistique, Littérature, Didactique*, 157-158, 7-30.
- Piotto M.P. 2017. *Lula : da política de um ato de fé ao político num auto de fé, Comunicação, Diversidade e Tolerância*. XV Congresso Internacional de Comunicação Ibercom 2017, Lisboa, 3292-3310.
- Recuero R. 2009. *Redes sociais na internet*, Sulinas, Porto Alegre.
- Recuero R., Zago G. 2016. Em busca das “redes que importam” : redes sociais e capital social no Twitter, *Líbero*, 81-94.
- Reinert M. 1983. Une méthode de classification descendante hiérarchique : application à l'analyse lexicale par contexte, *Les Cahiers de l'Analyse des Données*, 8 (2), 187-198.
- Tomaz N.R.O., Gouvêa L.H.M. 2017. Um estudo do ethos em discursos do ex-presidente Lula, *Revista de estudos da linguagem*, 25, 441-471.
- Vieira J.F., Cervi E.U. 2010. O twitter como pauta no jornalismo político do Paraná, *XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul*, Novo Hamburgo, 1-14.

Camilla Salvatore

Université Charles de Prague, Université Paris Cité (CERLIS – UMR 8070)

ORCID : 0009-0004-9696-9349

« *Romskiyat zhivot – bolen, kalen i kratuk* »¹, la contribution du numérique à la marginalisation des Roms en Bulgarie

Résumé : Dans cet article, nous analyserons, selon la perspective de la sociolinguistique et de l'anthropologie du langage, le phénomène de la marginalisation et de la stigmatisation des Roms en Bulgarie. Une étude de **plusieurs e-terrains** (commentaires en ligne et publications sur les réseaux sociaux) nous permettra d'observer comment la dite tsiganité n'est pas un ensemble de caractères essentiels dont les Roms auraient l'exclusivité, mais plutôt le résultat d'un processus discursif de stigmatisation, d'essentialisation et de catégorisation au travers duquel le « peuple » bulgare est construit par contraste et opposition. Cette analyse nous permettra ainsi de remettre en question cette notion de « peuple ».

Abstract: In this article, we will analyze the phenomenon of marginalization and stigmatization of Roma people in Bulgaria from the perspective of sociolinguistics and the anthropology of language. By studying several online platforms (comments and social media posts), we will observe how so-called “Gypsiness” is not an inherent set of characteristics exclusive to Roma people but rather the result of a discursive process of stigmatization, essentialization, and categorization. Through this process, the Bulgarian “people” is constructed in contrast and opposition. This analysis will thus allow us to challenge the very notion of “people.”

¹ « La vie des Roms – malade, sale et courte ».

Mots-clés : Roms, Tsiganes, ethnographie numérique, tsiganitude, marginalité.

Keywords: Roms, Gypsies, digital ethnography, gypsiness, marginality.

Introduction

Dans cette étude, nous aborderons la thématique de la construction du peuple à travers une perspective sociolinguistique, mettant des faits sociaux en lien avec des faits linguistiques. L'objectif est de voir comment la circulation de la parole - spécialement dans les médias et dans les réseaux sociaux - peut contribuer au renforcement d'une notion dont la signification, en réalité très large et mobile, est souvent considérée comme apparemment objective. Notre analyse part de la question suivante : les sciences humaines - en particulier l'anthropologie sociale et la sociolinguistique - peuvent-elles permettre de questionner la notion de « peuple » et de mettre en lumière sa fonction pragmatique ? Elle vise à examiner la manière dont l'usage de certaines notions, en particulier celle de « peuple », permet de dégager leur signification. Ensuite, nous pourrions nous demander avec Heller (2002) : « qu'est-ce que font les gens quand ils parlent ? », afin de déduire quels sont les effets pratiques de cet usage. Nous souhaitons analyser prioritairement les phénomènes de stigmatisation et de marginalisation des dits « Tsiganes » en Europe, à travers le cas de la Bulgarie. Il s'agit, selon Piasere (2004), de l'un des pays européens avec la plus grande concentration de « populations tsiganes » qui est souvent stigmatisée, avec l'entrée de la notion de *tsiganin* dans le langage ordinaire comme indicateur de saleté, de promiscuité, de criminalité, d'incivilité, etc. L'expression *tsiganska rabota* est utilisée dans le langage ordinaire bulgare pour désigner un travail non qualifié (Liegeois 2007) ou, plus généralement, quelque chose qui n'est pas bien accompli.

Pour mener à bien cette recherche, nous commencerons par aborder la question dans une perspective large, avec une réflexion sur le rôle de l'anthropologie et de la sociolinguistique dans la société actuelle, caractérisée par l'avènement du numérique. C'est en effet sur l'internet, en particulier dans les commentaires d'articles en ligne et sur les réseaux sociaux, que la plupart des discours stigmatisant les « Tsiganes » sont produits et c'est surtout par ce moyen qu'ils sont mis en libre circulation. Ainsi, ce qui est trivialement appelé *hate speech*²

² Le Conseil de l'Europe – dans le livre *We Can! Taking action against Hate Speech through Counter Narratives* (2017) - l'a défini comme une typologie de discours qui « couvre toutes les formes d'expressions qui diffusent, incitent, promeuvent et justifient la haine raciale, la xénophobie, l'antisémitisme ou d'autres formes de haine basées sur l'intolérance, y compris [celle] exprimée par le nationalisme agressif et l'ethnocentrisme, et la discrimination et l'hostilité contre les minorités, les migrants et les personnes d'origine immigrée » (traduction de l'auteure).

« forme la base du discours politique [et nous] offre d'autres exemples, même plus dégradants de typification » (Canut 2019).

1. L'anthropologie et la sociolinguistique par l'ethnographie numérique

Dans sa célèbre réflexion sur la « culture », Clifford Geertz affirme que « le concept de culture [...] est essentiellement sémiotique » (Geertz 1973 : 5). Il s'agit donc d'un ensemble de signifiants dont le signifié est socialement construit, utilisé et compris. Le rôle de l'anthropologue serait ainsi d'inscrire le discours social dans un texte, soit-il un livre, un article scientifique ou bien un documentaire, sans oublier son contexte d'origine, sans quoi le signifié du discours risquerait d'être altéré, mal interprété ou complètement perdu. Si l'objet d'étude de l'anthropologue est le discours social – non seulement le discours tout simplement, mais aussi tout ce que les actions, les objets et les pratiques observés sur le terrain communiquent – il faut avoir à l'esprit qu'aujourd'hui une grande partie de ce discours se déroule sur l'internet et est « mise en scène » dans les médias (Canut 2016). C'est en effet par ces moyens de communication que la parole circule plus facilement et rapidement, avec toutes les implications que cela peut entraîner. Les anthropologues contemporains doivent en tenir compte.

En effet, le numérique est devenu non seulement un outil de recherche nécessaire aux anthropologues, par exemple, pour entretenir des rapports à distance avec leurs informateurs, mais aussi une composante de l'objet de recherche qui permet d'observer comment ces acteurs entretiennent des rapports avec le monde et comment ils se présentent aux autres. Ainsi, ils doivent, au moins partiellement, repenser la manière d'organiser leur recherche. Tout d'abord, si - comme l'observe La Plantine (2012) - « ce régime de connaissance est [...] immatériel et impalpable ou, pour dire les choses autrement, la révolution numérique est celle de la dématérialisation », les objets d'étude ainsi que le terrain de recherche perdent leur rattachement à la matérialité. Ainsi nous pouvons étudier la « Révolution du jasmin » en Tunisie en analysant ses slogans, leur circulation sur le web et leur altération/effacement dans les médias officiels, comme le montre la recherche de Mariem Guellouz (2017). Celle-là peut être faite sans se déplacer et en admettant le fait que « le terrain aujourd'hui est aussi un 'e-terrain' » (Cros, Mégret 2011 dans La Plantine 2012). Cela implique qu'il n'est plus question d'aller dans un autre pays, d'en apprendre la langue, d'en observer la « culture » et enfin de chercher à traduire les signifiés, mais plutôt d'observer à travers un écran comment cette réalité est reproduite dans les médias, comment ses signifiés se redéfinissent et comment nos informateurs font usage de réseaux sociaux pour en construire de nouveaux. Toutefois, pour

ne pas se faire tromper par ces images, il est nécessaire d'avoir eu une expérience pratique du terrain, d'être entré en contact avec la matérialité des objets et la corporalité des sujets étudiés et d'avoir communiqué avec eux en personne. La base de la méthode reste donc originale : aller loin – faire le *giro lungo* (tour long, traduction de l'auteure) (Remotti 1990) – pour ensuite rentrer chez soi. Ce qui change, ce sont les *corpus* sur lesquels s'appuyer pendant la recherche ainsi que les outils dont on se sert dans le processus d'écriture : « l'atelier de l'ethnographe contemporain articulant le *fieldwork* et le *network* est infiniment plus ouvert et diversifié, puisqu'il inclut carnets de terrain, entretiens, musiques et bruits enregistrés, films, photos, dessins qui, mis en ligne, pourront être discutés, complétés, réfutés. L'ethnographie devient ainsi une polygraphie qui suscite des graphies multiples : la calligraphie, la photographie, la cinématographie, la vidéographie, la scénographie » (La Plantine 2012 : 66).

2. L'apport de la sociolinguistique

Puisque le web et les médias sont devenus des lieux – ou, pour le dire mieux avec Augé (1992), des *non-lieux* – où le discours social s'articule, l'anthropologie doit aussi tenir compte dans ses analyses de l'*e-terrain*, des approches des autres disciplines, en particulier de celles comme la sociolinguistique qui « considèrent la manière dont l'étude de la langue et de la société peuvent interagir » (Labov 1972, traduction de l'auteure). On pourrait ici observer que l'anthropologie classique avait déjà cherché à « étudier le langage comme un fait social, comme une typologie de comportement » (Ducrot, Todorov 1972 : 74). À ce propos, rappelons que la division faite d'abord par Malinowski, entre langues modernes et primitives, les unes amenant à faire une abstraction pour exprimer la pensée, les autres – classées aussi comme « indexicales » (Lemon 2002) – permettant seulement d'indiquer des objets, de susciter des actions et d'exprimer des émotions. Toutefois, ce que l'anthropologie classique n'avait pas considéré totalement, c'est l'aspect pragmatique de la question, c'est-à-dire, le rôle de la parole dans la société et les effets que ses usages multiples peuvent avoir sur les rapports entre ses membres. Malinowski avait parlé de la fonction des énoncés linguistiques par rapport à la distinction entre les langues décrites ci-dessus dont les linguistes du Cercle de Prague avaient analysé de manière détaillée les différentes articulations. Mais, comme le font remarquer Ducrot et Todorov (1972), il a fallu attendre les travaux de Cohen (1956) pour commencer à parler de *puissances du langage* ou, avec les linguistes américains, de *force illocutoire* (Austin 1962) des mots, c'est-à-dire de la capacité d'une énonciation d'exprimer (même indirectement) l'intention de nous faire faire quelque chose. Toutefois, comme l'observe Bourdieu (1982), toutes ces études semblent avoir laissé de côté la dimension sociale du *dire* : « l'acte de magie sociale, qui consiste dans le fait de donner vie

aux choses nommées, peut obtenir un effet seulement si celui qui l'accomplit est capable de faire reconnaître à sa parole le pouvoir [...] d'imposer une nouvelle vision et division du monde social » (Bourdieu 1982 : 113). Donc, l'exercice du pouvoir dont la source est, selon Bourdieu, éminemment sociale se fait non pas par la parole elle-même, mais par son intermédiaire. Ainsi, la sociolinguistique analyse – en liant la perspective de la linguistique à celle de la sociologie – les effets sociaux des actes linguistiques, lorsqu'on tient compte du contexte dans lequel ils se vérifient, de leurs agents et de leurs récepteurs. Par conséquent, « toute activité langagière est avant tout sociale au sens où elle est indissociable de ce qui se dit et se fait avant et autour de nous, et au sens où elle fabrique des positionnements, des configurations, des relations, des catégorisations, des hiérarchisations, des inégalités, des institutions et des assujettissements qui bien souvent la construisent également en retour sous diverses formes » (Canut et al. 2019 : 345). C'est pour cela que la sociolinguistique, en devenant aussi politique (*ibidem*), pourrait nous venir en aide pour approcher un *e-terrain* (La Plantine 2012), comme celui de l'internet et spécialement des réseaux sociaux, où la parole circule très librement et peut acquérir un grand pouvoir : celui de marquer la frontière entre le « nous » et les « autres ».

Cette frontière peut prendre forme par le langage à partir du moment où « la ligne de partage entre [...] deux entités supposées homogènes, constituées politiquement et réinvesties médiatiquement, se dessine au niveau de l'éducation (et de la culture, entendue comme marque d'un certain raffinement). L'écart commence avec la parole, avec la langue » (Canut 2016 : 123). Comme l'observe Labov (1968), « le langage est l'espion sensible d'un processus social » (*ibidem*, traduction de l'auteure), celui par lequel des gens, perçus comme différents non parce qu'ils viennent d'autres milieux sociaux, mais en vertu de leur appartenance dite « ethnique », parlent d'une manière différente. C'est le cas, par exemple, de la reconnaissance d'un accent particulier comme signe d'une provenance « autre » par rapport à la société majoritaire. En Bulgarie par exemple, l'accent et l'intonation des « Tsigani »³ sont immédiatement reconnus et perçus comme amusants, sinon risibles. Cela renvoie aussi au fait de parler une langue sans savoir la maîtriser correctement et en commettant des fautes. Ces irrégularités sont en Bulgarie souvent attribuées aux « Tsigani » qui, pour la plupart, sont vus comme illettrés, incultes et grossiers. Ainsi, quand certains d'entre eux

³ Dans cet article, j'utiliserai le terme de « Rom/Roms », tel qu'il a été choisi par les représentants de l'IRU (*International Romani Union*). Toutefois, j'emploierai le terme de « Tsigani » (litt. *Tsiganes*), lorsque je rapporterai le discours d'autres personnes. En Bulgarie, ce mot est couramment utilisé par les Bulgares non-Roms dans le langage quotidien, le plus souvent avec des connotations négatives. Cependant, il peut aussi être employé par des Roms eux-mêmes, soit de manière neutre, soit dans un processus de « *resignification* » (Butler 1997), lui conférant alors une connotation positive.

parlent le bulgare d'une manière très correcte, l'effet général est celui de la surprise, de l'étonnement⁴.

Ce processus de catégorisation et de stigmatisation par le langage montre comment les dits Tsiganes sont discursivement construits comme un groupe à part, distinct des Bulgares, par le biais de certains signes permettant d'identifier un individu comme appartenant à un certain type social. Ce phénomène, que Agha (2005) nomme « enregistrement », consiste en un processus de catégorisation d'une ou plusieurs personnes par le biais de certains signes (linguistiques ou non) considérés comme essentiels à une catégorie sociale préétablie. À partir de là, le « peuple » bulgare est construit par différenciation et opposition : ils seront perçus comme « blancs » par rapport aux Roms, qualifiés de « noirs » ou « foncés » ; « civilisés » et parlant un bulgare « propre ». Gal et Irvine (2019) nous invitent à considérer comment ce phénomène de classification repose sur une prévalence sémiotique : c'est à travers des signes (et une perception partagée) que des catégories établies prennent forme et signification dans le discours social. Ainsi, en adoptant une approche sémiotique et en nous appuyant sur la notion d'« idéologies linguistiques » (Silverstein 1979) – définie comme « tout ensemble de croyances à propos de la langue et du langage telles que formulées par les utilisateurs comme une rationalisation ou une justification de la manière dont ils perçoivent la structure d'une langue/du langage et son usage » (Silverstein 1979 : 193) – nous tenterons maintenant d'analyser le phénomène de marginalisation et de stigmatisation des Roms en Bulgarie à travers le prisme des pratiques langagières (Boutet, Fiala, Simonin 1976).

3. La construction de la « tsiganité » dans les médias numériques en Bulgarie

La Bulgarie fait partie de la « première-Europe tsigane » (Piasere, 2004 : 6), c'est-à-dire de cet « ensemble d'États situés dans l'Europe carpatique-balkanique dont la population tsigane peut aller de 3,8 % à 11 % de la population totale ». Dans ce classement, elle est la deuxième après la Roumanie. Selon Marushiakova et Popov (2013), les « Tsigani » sont présents sur le territoire bulgare depuis la période de l'Empire ottoman, alors qu'ils remplissaient des niches économiques en effectuant les travaux les moins prestigieux et les plus déshonorant. Ils vivaient dans leurs *mahalle* (mot turc qui signifie quartier, mais

⁴ À ce propos, je voudrais ici évoquer des commentaires recueillis pendant mon terrain de recherche de master (Université de Turin, département d'anthropologie culturelle et ethnologie) à Stolipinovo, un *mahala* dans la banlieue de Plovdiv. Mon interprète me disait souvent en riant « tu parles bulgare comme une *tsigane* » alors qu'il était positivement surpris d'en rencontrer certains qui « parlent un bulgare parfait ».

qui est employé surtout pour indiquer ceux habités par les Roms) et cohabitaient plus ou moins pacifiquement avec le reste de la population. Ce rapport de voisinage s'est consolidé pendant la période communiste où les Roms vivaient dans des quartiers périphériques avec les Turcs, autre minorité ethnique présente dans le pays, et les Bulgares les plus pauvres avec lesquels ils travaillaient dans des usines d'État. C'est dans cette période que les Roms sont devenus l'objet de politiques *ad hoc*. D'abord, entre 1946 et 1956, il était question de faire d'eux une véritable nation à part entière (*natsionalnost*) dotée d'une langue, de traditions et de droits spécifiques. Ensuite, entre 1956 et 1989, l'objectif était devenu d'en faire une « partie indivisible de la nation bulgare » (Zhivkov⁵ dans Marushiakova, Popov 2004) à travers un projet d'assimilation avec notamment l'obligation de changer de nom, l'interdiction d'utiliser leur langue maternelle (le *romanès*) en public, la sédentarisation forcée et l'éloignement des enfants de leur famille d'origine.

Toutefois, c'est plutôt avec la chute du communisme, lorsque la société est passée « d'une économie de pénurie à une économie de pauvreté » (Nacu 2006 dans Canut 2016 : 20), que les Roms sont devenus les boucs émissaires du mécontentement de l'ensemble de la population bulgare. En effet, les Roms constituent aujourd'hui un sujet très présent dans les discours politiques – surtout depuis l'affirmation du parti extrémiste *Ataka* (litt. : Attaque) – et sont la cible préférée des campagnes électorales en vue d'obtenir des voix. De fait, à la différence des Turcs, ils ne sont pas organisés en un parti politique unique et ont du mal à monter sur la scène publique où ils servent plutôt de cible à la haine, aux rancunes, aux moqueries et sont perçus comme une source de honte vis-à-vis de l'extérieur. Toutefois, comme l'observe Nadège Ragaru (2005), l'Union européenne a encouragé récemment la création des ONG qui leur sont destinées. De l'intérieur, ils sont considérés, surtout par les membres d'*Ataka*, comme une *tsiganska darzhava* – un « État tsigane ». D'ailleurs, le concept de « *tsiganizatsya* » (litt. Tsiganisation) est un terme xénophobe utilisé pour accuser les Roms d'avoir réduit la Bulgarie à une *tsiganska derzhava*. Souvent vus comme une source de problèmes, les « Tsigani » défraient donc la chronique des journaux rapportant des crimes, des cambriolages, des assassinats, etc. De même, de nombreux reportages télévisés tendent à remettre en cause leur intégrité. Dans ces reportages, comme l'observe Canut (2016), la parole n'est pas directement attribuée aux personnes interviewées – auteurs d'un discours – mais, au contraire, elles sont transformées en acteurs qui incarnent les représentations existantes qui caractérisent leurs semblables. Par cette démarche, ces reportages ne font que contribuer à la construction de la *tsiganitude* (Pamporov 2008), c'est-à-dire une idée schéma sur les communautés Rom basée sur des pré-concepts et des stéréotypes identifiant des typologies et

⁵ Todor Zhivkov a été Président de la République populaire de Bulgarie de 1954 à 1989.

des archétypes de l'être « tsigane » (Canut 2016). Ces différentes typologies de l'être « tsigane » se retrouvent dans les commentaires des articles parus dans le journal en ligne « Fakti »⁶ :

Violents et voleurs :

« Няма никакъв бой между българи и цигани, а цигански терор върху българите ».

« Il n'y a pas de lutte entre Bulgares et Tsiganes, mais seulement de la terreur tsigane envers les Bulgares » (traduction de l'auteure).

« Милицията да следи туземците, ДА НЕ излизат от маалата... !!! Там да си псуват и крадат... Друга оправия няма. !! »

« Les milices devraient contrôler les indigènes, QU'ILS NE sortent pas du quartier... !!!... Qu'ils s'insultent et qu'ils volent là-bas. Il n'y a pas d'autre solution » (traduction libre).

« Тия циганя зверстват срещу българите, трепят, грабят и убиват, но излиза, че полицаите ги пазят »

« Ces Tsiganes se déchaînent contre les Bulgares, ils les frappent, les dépouillent et les tuent, mais on découvre que la police les protège » (traduction libre).

« Това е поредният нагъл цигански обир и нападение на роми над възрастни и безпомощни хора в района на Пловдив и областта »

« Voici le cas d'un autre cambriolage insolent commis par des Tsiganes et d'une attaque romni contre des personnes âgées et sans défenses dans la région de Plovdiv » (traduction libre).

Profiteurs de leur état de « minorité » :

« Много искам да съм циганин. Ще имам само права, без задължения. Ще правя каквото си искам, няма да плащам за ток, вода и парно [...] Оказа се обаче, че да станеш циганин, трябва да връзки. Трябвало мешерето да реши и тогава всичко друго ».

« Je veux vraiment être un Tsigane. Je n'aurais que des droits sans les devoirs. Je ferais ce que je veux, je ne devrais payer ni l'électricité, ni l'eau, ni le chauffage [...]. Il faut dire toutefois que, pour devenir Tsigane, il faut avoir des recommandations. Il faut un conseil des anciens pour décider et plein d'autres choses » (traduction de l'auteure).

« това е голата истина докато ни управляват цигани начело с доган така ще бъде. крайно време е да се вземат крути мерки за всички неспазващи

⁶ [Pour faciliter la recherche et la sélection des articles, nous avons simplement écrit le mot-clé : *Tsigani*]

законите от тъй нареченото малцинство за които има саамо права но не и задължения ».

« C'est la vérité nue que tant que nous serons gouvernés par les Tsiganes avec Dogan, tout restera pareil. L'heure est venue d'adopter des mesures drastiques pour tous ceux qui ne respectent pas les lois de la soi-disant minorité pour laquelle il y a seulement des droits sans les devoirs » (traduction de l'auteure).

Sales, vivants dans les poubelles et porteurs de virus dont ils ignorent (ou nient) l'existence :

« Ромският живот - болен, кален и кратък »

« La vie des Roms – malade, sale et courte » (traduction de l'auteure).⁷

« Лабораторията за циганският вирус се намира в Банкя ! В къщата на Борисов ! Ваксината срещу циганският вирус е машинното гласуване ! »

« Le laboratoire pour le virus tzigane se trouve à Bankya ! Dans la maison de Borisov ! Se protéger contre le virus tzigane, c'est voter en ligne ! » (traduction de l'auteure).

« Никой не може да спре вируса на циганизацията, късно е вече ! »

« Personne ne peut arrêter le virus de la tsiganisation, c'est trop tard ! » (traduction de l'auteure).

« Питат една циганка не вилие страх от ковид тя отговаря тоя празник е ваш българки ние циганите не го празнуваме ».

« Demande à une Tsigane de ne pas avoir peur du Covid-19, elle répondra : c'est votre fête, les Bulgares, nous [les Tsiganes], on ne la fête pas » (traduction de l'auteure).

Jeunes mères:

« В която и болница да идеш се вижда едно нещо-бременни циганки има навсякъде. С тях или майките им с по две-три чавета, или цялата им рода. Повечето от бременните циганки са малолетни. Но на Каскетурата не й е в приоритет ».

« Quel que soit l'hôpital où tu vas, tu verras une seule chose : que des Tsiganes enceintes sont partout. Avec elles [il y a] leurs mères avec deux ou trois

⁷ Nikolay Tsekov, « La vie des Roms - malade, sale et courte », DW, 12 décembre 2011, [en ligne]

[On peut noter dans ce titre une généralisation et une stigmatisation de ce qui est pensé comme constitutif de la manière de vivre *romanès*. Ainsi, même si le but de cet article ne semble pas être de moquer, mais au contraire de dénoncer une situation de marginalisation, son effet tend plutôt à renforcer la stigmatisation.]

personnes ou toute la famille. Dans la plupart des cas, les Tsiganes enceintes sont des mineures. Mais ceci n'est pas une priorité pour le gouvernement... » (traduction de l'auteure).

La « tsiganitude » (Pamporov 2008) est définie selon la typologie (Canut 2019) de l'être tsigane qui se base sur la négation de toutes les caractéristiques de l'humain et de la civilité pour regrouper tout ce qui dans l'imaginaire local est différent, bizarre, irrationnel, sale et dangereux. Ainsi, les « Tsigani » sont « plus foncés », ne savent pas maîtriser le bulgare, mais parlent plutôt une « non-langue » (Canut 2016) comme le *romanès*, mais aussi, ils portent avec eux l'« odeur de poubelles », celle des lieux où ils vivent. De plus, ils sont comparés à un virus, faisant directement allusion à la situation générale d'émergence pandémique qui, de l'intérieur, porte atteinte à la sécurité de la nation et à la vie de la population bulgare.

Par ailleurs – point intéressant dans la perspective de la sociolinguistique et de l'anthropologie linguistique – nous pouvons trouver des commentaires dans lesquels on questionne l'utilisation des exonymes (i.e. noms de peuple assignés par des non-membres du groupe, à mettre en relation avec des « endonymes », noms utilisés par les membres mêmes du groupe). Canut et al. (2018) nous invitent à prêter attention à la fluidité et à la contingence du processus sociolinguistique de nomination. En s'inscrivant dans le cycle nomination/différenciation/identification > catégorisation > hiérarchisation (Canut 2007, 2008), ce processus permet aux sujets parlant de se différencier en faisant référence à des critères supposés fixes et inchangeables (par exemple, l'« ethnie », la « race » et la « langue ») et il justifie, au nom de ces mêmes critères, les relations de pouvoir.

« Айде да спрете да ги наричате РОМИ, те самите, си се наричат ЦИГАНИ, вие ги преименувате, прилича ми на нов възродителен процес. »
 « Arrêtons de les appeler ROMS, eux-mêmes ils s'appellent entre eux TSI-GANES, vous les renommez, cela me semble être un nouveau phénomène de renaissance » (traduction de l'auteure).

« Какво е това «роми» ?? Това са си цигани ! Така се казват и на всички европейски езици : gipsy (english), Zigeuner (deutsch) и т.н. Стига с това слагане на думи в устите на хората ! »

« C'est quoi ces «Roms» ? Ceux-ci sont des Tsiganes ! Ils s'appellent comme ça dans toutes les langues européennes : gipsy (anglais), Zigeuner (allemand), etc. Arrêtez de mettre des mots dans la bouche des gens ! » (traduction de l'auteure).

« Кучето скача според тоягата. През социализма имаше единствено и само учещи и работещи цигани. Сега анархия ромите крадат, бият, убиват, изнасилват и всичко това се приема от държавата най-спокойно.

Ние копираме всичко от САЩ : там било обидно да наречеш негъра, негър и хоп той става афроамериканец. При нас пък циганите станаха роми. Питам един циганин от чистотата : Ти циганин ли си или ром ? Циганин съм бе бате. Вие българите ни прекръстихте на роми ».

« Le chien saute en fonction [de la grandeur] du bâton. Pendant le socialisme, il y avait seulement et exclusivement des Tsiganes qui étudiaient et travaillaient. Maintenant [il y a] de l'anarchie, les Roms volent, frappent, tuent, violent et tout cela est tranquillement accepté par l'État. Nous copions tout sur les États-Unis : là-bas, il était désobligeant d'appeler un nègre «nègre» et tout de suite il est devenu afro-américain. Chez nous, les Tsiganes sont devenus Roms. Je demande à un éboueur tsigane : « tu es un Tsigane ou un Rom ? » « Je suis Tsigane, mon frère. Vous, les Bulgares, vous nous avez rebaptisés en Roms » (traduction de l'auteure).

Enfin, il est intéressant d'observer – toujours par le moyen des commentaires en ligne et de réseaux sociaux – comment les Roms réagissent à ces commentaires. Nous analyserons ici deux exemples qui nous paraissent significatifs de deux types de réactions : le « détournement de stigmates » et la « négation de l'identité » (Goffmann 1969) et, son contraire, la « re-signification » du stigmat (Butler 1997), c'est-à-dire le processus de réappropriation – par les membres du groupe – d'un terme considéré comme offensant pour lui redonner une signification positive en en faisant une expression de solidarité et d'orgueil (Stollznow 2020). Dans le premier cas, nous rappelons ici la réponse d'une femme interviewée en 2019 à Stolipinovo au cours de notre master⁸ qui, interpellée par notre interprète sur le phénomène de l'autoidentification (Brubacker 2001), a répondu : « ние не сме роми. Ние сме чисти турци » (« Nous ne sommes pas des Roms. Nous ne sommes pas de purs Turcs »). De cette manière, elle se fait porte-parole d'une majorité des habitants du quartier qui refuse un nom imposé de l'extérieur (celui de « tsiganin ») avec ses stéréotypes. Dans le deuxième cas, nous pouvons observer comment un jeune qui habite toujours à Stolipinovo mais qui, se reconnaissant comme appartenant aux Roms et plus précisément aux Burgudzhii – un des groupes travaillant comme forgerons – réagit à la discrimination et à l'accusation d'être inculte en postant sur Facebook une vidéo où il récite le poème « Циганин съм » (Je suis un Tsigane) :

⁸ Pour cette recherche, nous avons fait usage d'une caméra qui nous a permis de prendre des enregistrements (toujours avec l'accord des personnes interviewées).

Циганин съм. Детството ми босо Прошумя с катун под нощи хладни. Ала нож във джоба аз не нося И не дебна кон да ти открадна ! Циганин съм. От вулия ядох, Водих мечка, в пек и снежна киша. Но от скръб не пея като дядо – Дом си имам и на книга пиш	Je suis un Tsigane. Mon enfance, Les nuits fraîches, je les ai passées pieds nus dans un katyn. Mais je ne porte pas de couteau dans ma poche et je ne me cache pas pour te voler ton cheval ! Je suis un Tsigane. J'ai mangé dans une ruche, j'ai conduit un ours dans la chaleur et dans la neige... Mais je ne chante pas à cause de la douleur comme un grand-père – J'ai une maison et j'écris dans un livre.
Някога игрите ми отнеха, скитах дрипав – жива живеница... Но погледай как във градски дрехи днес играят двете ми дечица !	Une fois que mes jeux m'ont été enlevés, J'ai flâné en lambeaux – habitation vivante... Mais regarde comment maintenant, avec des vêtements de ville, mes enfants jouent !
Плувах по води, но не с корито, кон крилат веднъж ли ме примами ? Аз видях страни, до днес които и насън не е видял баща ми !	J'ai nagé dans l'eau, mais sans une baignoire, Un cheval ailé ne m'a pas attiré une fois ? J'ai vu des pays que mon père n'avait jamais vus même en songe !
Нека блиска буен дъжд, небето да треци и буря зла да стене. Не главня през нощ, а ток ми свети и света улавям със антена !	Laisse venir la pluie, laisse le ciel s'ouvrir et la tempête du mal arriver. Non seulement pendant la nuit, l'électricité m'illumine et j'attrape la lumière sur une antenne !

Усин Керим

Usin Kerim
(traduction de l'auteure)

Conclusion

Dans la Bulgarie contemporaine, les soi-disant « Tsigani » sont perçus comme un « problème social » pour une série de raisons. Ils sont constamment accusés de vol, de meurtres et d'attaques contre des personnes âgées, de troubles dans les quartiers pauvres, d'infractions aux lois, etc. En général, ils sont perçus comme un danger pour la sécurité de la nation au point que, selon certains, ils devraient être enfermés dans leurs quartiers. Cette solution a d'ailleurs été réellement appliquée à Nadezhda, « quartier tsigane » de Sliven, lors de la première vague pandémique. En outre, l'opinion générale considère qu'ils donnent à l'extérieur une image négative de la Bulgarie – vue comme un *tsiganska darzhava* (État tsigane) – puisque, en raison de leur croissance démographique, ils sont accusés de se « substituer » à la population bulgare. En effet, bien qu'ils en fassent

partie officiellement, ils ne sont pas perçus comme des citoyens (Canut 2016), mais plutôt – tout comme les Turcs et, plus récemment les migrants et les réfugiés – comme des envahisseurs qui devraient être chassés.

Il convient de se demander pourquoi, selon la majorité des Bulgares, auteurs de ces commentaires, les « Tsigani » ne devraient pas avoir accès à ce qu'on appelle « bulgarité » (Canut 2016). L'une des raisons principales est indissociable du fait que les Roms ne sont pas censés maîtriser la langue officielle, qu'ils parlent plutôt un « jargon » (Canut 2016) et que leurs enfants fréquentent des écoles de deuxième catégorie – hérités des « écoles spéciales » de l'époque communiste – qui leur offrent très souvent seulement une éducation rudimentaire. Tous ces caractères indiquent l'absence de *kulturnost*, un mot qui littéralement signifie « culture / civilité », mais qui, dans un sens plus large, est utilisé pour désigner la culture nationale (*narodna*) et ainsi l'appartenance à la nation (*natsiya*). Cette *kulturnost* pourrait ici être vue comme le prérequis nécessaire pour exprimer librement sur l'internet son opinion sur « ces éternels étrangers de l'intérieur » (Roberts 2007) qui depuis des siècles vivent intégrés, mais qui restent toujours de fascinants et menaçants étrangers.

Pour certains anthropologues dont les recherches portent sur les Roms, qui sont clairement plus orientés vers la *tsiganofilia* que vers la *tsiganofobia* (Piasere 2015), se servir de plates-formes en ligne comme outil, mais aussi comme terrain de recherche, permet d'accomplir une démarche épistémologique importante. Adopter la perspective des sujets étudiés permet non seulement de transposer l'expérience à d'autres communautés marginalisées, cela permet aussi de comprendre que, dans sa typologie (Canut 2019), la dite tsiganité n'est pas un ensemble de caractères essentiels dont les Roms auraient l'exclusivité, mais plutôt le résultat d'une dynamique intrasociale. Ainsi, la liberté laissée à chacun de réagir et d'interagir avec l'autre par l'intermédiaire du numérique sur l'*e-terrain* (La Plantine 2012) où la production des discours s'opère par des commentaires, des publications sur Facebook, des photos sur Instagram, etc., permet d'analyser, dans une perspective originale et actuelle, les rapports souvent difficiles entre ceux qui se considèrent comme citoyens à part entière et ceux qui sont considérés comme citoyens de deuxième classe (Canut 2016, Echemeta 1975), en mettant en perspective une notion à la fois centrale et très discutée de « peuple ».

Bibliographie

- Agha A. 2005. Voice, footing, enregisterment. *Journal of Linguistic Anthropology*, 15 (1), 38-59.
- Augé M. 1992. Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité, Le Seuil, Paris.

- Bourdieu P. 1982. *Ce que parler veut dire : l'économie des échanges linguistiques*, Fayard, Paris.
- Butler J. 1997. *Excitable speech. A politics of the performative*, Routledge, New York.
- Canut C. 2019. Tell me that I am not a *ciganin*, damn your mother! The social and political consequences of enregisterment in Bulgaria, *Signs and Society*, 7 (3).
- Canut C., Danos F., Him-Aquilli M., Panis C. 2018. *Le langage, une pratique sociale : éléments d'une sociolinguistique politique*, Presses universitaires de Franche-Comté, Besançon.
- Canut C., Jetchev G., Nikolova S. 2016. *Mise en scène des Roms en Bulgarie. Petites manipulations médiatiques ordinaires*, Pétra, Paris.
- Cohen M. 1956, *Pour une sociologie du langage*, Albin Michel, Paris.
- Ducrot O., Todorov T. 1972. *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*, Le Seuil, Paris.
- Echemeta B. 1975. *Second-class citizens*, Allison and Busby, London.
- Gal S., Irvine J.T. 2019. *Signs of difference. Language ideology in social life*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Geertz C. 1973. *The interpretation of cultures: Selected essays*, Basic Books, New York.
- Goffmann E. 1963. *Stigma: Notes on the management of spoiled identity*, Touchstone, New York.
- Guellouz M. 2017. *La francophonie comme enjeu politique dans les débats à l'assemblée constituante dans la Tunisie post événements révolutionnaires*, Francophonies méditerranéennes XXI^{ème} siècle, Éditions Geuthner, Paris.
- Labov W. 1972. *The reflection of social process in linguistic structures*, in *Readings in the Sociology of Language*, ed. J. Fishman, Mouton, Den Haag, 240-251.
- La Plantine F. 2012. Anthropologie et numérique, *Journal des Anthropologues*, 128-129.
- Lemon A. 2002. «Form» and «function» in Soviet stage Romani: Modeling metapragmatics through performance institutions, *Language in Society*, 31 (1), 29-64.
- Liégeois J.-P. 2007. *Roms en Europe*, Editions du Conseil de l'Europe, Strasbourg.
- Marushiakova E., Popov V. 2004. *Muslim minorities in Bulgaria*, in *Migration and political intervention: Diasporas in transition countries*, ed. J. Blaschke, Parabolis, Berlin, 18-32.
- Pamporov A. 2011. Le voyage de l'identité : Roms ou Tsiganes en Bulgarie, *Hommes et Migrations*, 1275, 76-87.
- Piasere L. 2004. *I Rom d'Europa. Una storia moderna*, Laterza, Rome-Bari.
- Piasere L. 2015. *L'antiziganismo*, Quodlibet Studio, Macerata.
- Ragaru N. 2005. *Ataka : les raisons du succès d'un parti nationaliste radical en Bulgarie*, CNRS, Paris.
- Remotti F. 1990. *Noi primitivi. Lo specchio dell'antropologia*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Roberts C. 2007. *Eternels étrangers de l'intérieur ? Les groupes tsiganes en France*, Desclée De Brouwer, Bruges-Paris.

- Silverstein M. 1998. *The uses and utility of ideology: A commentary in Languages ideologies*, eds. B.B. Schieffelin, P.V. Kroskrity, K.A. Woolard, Oxford University Press, New York, 123-145.
- Stollznou K. 2020. *On the offensive. Prejudice in language past and present*, Cambridge University Press, Cambridge.

Felipe Kaiser Fernandes

EHESS, CNRS, LAP (ancien IIAC), Cefres, F-75006 Paris, LIPHA (Laboratoire interdisciplinaire d'étude du politique Hannah-Arendt, UR 7373, EA/UPE)
ORCID : 0000-0001-8203-9934

La gestation d'un peuple européen nomade : une ethnographie du marché de Sapa à l'ère du numérique

Résumé : L'article étudie le rôle du numérique dans une recherche ethnographique sur l'immigration nord-vietnamienne en République tchèque. Nous nous sommes appuyés sur une enquête de terrain au bazar postsocialiste de Sapa, situé dans la banlieue de Prague afin de saisir les structures marchandes, familiales et religieuses qui régissent ce marché. L'enquête permet ainsi d'examiner comment le numérique façonne les relations sociales au sein de la diaspora vietnamienne.

Abstract: This article analyses the role of the digital in ethnographic research on North Vietnamese immigration to the Czech Republic. We use fieldwork in the post-socialist bazaar of Sapa, located in the suburbs of Prague, to understand the market, family and religious structures that govern this market. The study allows us to understand how digital technology shapes social relations within the Vietnamese diaspora.

Mots-clés : anthropologie numérique, peuple, bazars postsocialistes, diaspora nord-vietnamienne.

Keywords: digital anthropology, people, post-socialist bazaars, North Vietnamese diaspora.

Introduction

Notre étude analyse les contributions et le rôle des technologies numériques dans une recherche ethnographique sur l'immigration nord-vietnamienne en République tchèque. La recherche anthropologique à l'heure du « tournant numérique » (Dacos 2011) interroge nos manières de formuler des hypothèses, d'envisager des questionnements et des réalités anthropologiques ainsi que nos manières de collecter, d'analyser, de théoriser et de produire, puis de partager des connaissances à l'aide d'outils numériques (Boukala, Cerclet 2020). Dans ce contexte, Casilli (2014 : 1) propose une distinction entre « une anthropologie du numérique (c'est-à-dire des pratiques et des représentations qui entourent l'usage des TIC) et d'une anthropologie *par* le numérique (dans laquelle les technologies instrumentent les recherches dans le domaine) ». Dans cette même logique, d'autres auteurs nous incitent même à aller plus loin et à dépasser la dichotomie entre en ligne/hors ligne. Ces études soulignent le rôle de l'internet et des médias sociaux comme dimensions incorporées, incarnées et quotidiennes de la vie sociale (Hine 2015, Horst, Miller 2000).

Ces travaux sont en résonance avec les réflexions sur la culture matérielle conduites par Baudrillard, Bourdieu et Douglas. Le premier nous rappelle que les objets ne peuvent pas être appréhendés comme des outils techniques, mais comme « des processus par lesquels les gens entrent en relation avec eux et la systématique des conduites et des relations humaines qui en résulte » (Baudrillard 1968 : 9). Bourdieu affirme à son tour qu'« il n'est aucune de ces propriétés matérielles, s'agirait-il de la taille et du volume du corps [...] qui ne fonctionne comme des propriétés symboliques » (Bourdieu 1979 : 562). Enfin Douglas (1978) distingue les biens de consommation comme la partie visible de la culture et souligne leur capacité de distinguer ou d'assimiler des individus ou des groupes. Dans ce sens, nous pouvons aussi affirmer que les biens de consommation à l'heure du numérique doivent être considérés comme des médiateurs de normes, de croyances, de relations sociales et non comme des objets passifs (Darras, Belkhamza 2009).

À partir de ce prisme, l'article propose de mettre en lumière le rôle du numérique dans le cadre d'une recherche ethnographique sur le marché¹ de Sapa², situé dans la partie sud de Prague, à Libuš. Ce site attire un grand nombre de

¹ Dans le cadre de cet article, nous avons décidé d'adopter les termes *chợ* Sapa (marché de Sapa, en vietnamien) et TTTM Sapa, acronyme de *Trung Tâm Thương Mại Sapa* (centre commercial Sapa en vietnamien), pour décrire ce territoire, car celui-ci était le terme utilisé par les acteurs eux-mêmes pendant l'enquête de terrain.

² Le nom de Sapa fait référence à une région de montagnes à six heures d'autobus de Hanoï, à la frontière avec la Chine. Ce district est situé au nord du Vietnam, dans une zone qui inclut son plus haut sommet et constitue l'un des sites touristiques les plus visités du pays. Par ailleurs, le marché asiatique de Berlin Est, le Dong Xuan Center, est nommé d'après le plus célèbre marché de gros de Hanoï.

personnes, dont la majorité sont des ressortissants nord-vietnamiens, et son espace marchand constitue un pôle populaire³, concentrant de nombreux commerces avec des fonctions variées. D'autre part, nous analysons le rôle des outils numériques dans les pratiques sociales des immigrants nord-vietnamiens à l'intérieur de ce marché. La méthodologie de l'étude est basée sur un travail alliant des enquêtes, des entretiens semi-directifs, de multiples discussions informelles, l'observation participante et l'analyse de documents. Le travail s'appuie sur des interviews réalisées avec des membres de la communauté vietnamienne en République tchèque, au Vietnam et en France. Cette enquête a été conduite entre 2018 et 2020. Elle repose à la fois sur une expérience d'un an vécue avec une famille composée de trois générations d'immigrants vietnamiens en République tchèque et de cinq mois au marché de Sapa. Ce parcours ethnographique nous a permis aussi de conduire des enquêtes à l'intérieur du temple bouddhiste *Vĩnh Nghiêm* (toujours solennel, en vietnamien), situé à l'intérieur de Sapa. La relation entre le numérique, les technologies de communication (internet, smartphones, ordinateurs, etc.) et les diasporas contemporaines a été analysée ces dernières années dans de nombreuses études (Appadurai 1996, Brignol 2012, Cogo et al. 2012, Diminescu 2010, Hall 2003). Face à ce contexte global-numérique-technologique, nous envisageons d'analyser le cas de l'immigration connectée nord-vietnamienne comme une e-diaspora (Diminescu 2010). Comme le souligne Tarrius (2015 : 9), « ces vastes collectifs transnationaux suggèrent la gestation de peuples européens sans nations, rendant caduque toute assignation à des frontières précises ».

1. Chemin faisant par le numérique

La première partie de l'étude ethnographique *in situ* a été consacrée à une enquête sur plusieurs sites internet, dans des encyclopédies numériques et des réseaux sociaux, afin d'identifier les similitudes et les différences entre les marchés urbains en Europe. Ces espaces marchands font partie du maillage du tissu urbain de nombreuses villes européennes et la façon dont ils se manifestent peut varier d'un pays à l'autre, reflétant les facteurs d'influence et les politiques régissant (ou non) leur fonctionnement. Ces aspects sont fortement liés à la perception par la société de ces marchés urbains. Malgré leur rôle important comme source clé de l'emploi pour la population issue des classes ouvrières, la relation de ces espaces marchands avec l'économie mondiale reste peu étudiée.

³ Deux traits caractérisent les classes populaires : d'une part, une position subalterne dans la division sociale du travail et, d'autre part, des modes de vie et des comportements collectifs qui mettent à distance les classes et les normes dominantes (Schwartz 2012 *apud* Collectif Rosa Bonheur 2019).

Les données collectées sur internet nous ont permis de souligner le caractère répandu de ces espaces marchands, ainsi que leurs singularités et différences. La collection *Informal Market's World*, parue en 2015 et publiée dans le cadre du projet de recherche international *Other Market*, propose des analyses scientifiques sur les marchés urbains à l'échelle mondiale. L'article consacré aux espaces marchands situés dans la région frontalière de la République tchèque (Molterer, Hackl 2015) amène à réfléchir aux migrations des populations nord-vietnamiennes vers l'Europe centrale. De même, ces marchés illustrent des événements qui se sont déroulés après l'effondrement général du monde soviétique (Schlögel 1990) et nous fournissent des sources pour comprendre les processus de transition politique dans les pays de l'Europe centrale (Patzner et al. 2016). En ce sens, ces espaces marchands sont considérés comme des bazars postsocialistes (Hüwelmeier 2015).

Pour compléter ces données, nous avons réalisé des entretiens à l'aide d'outils de communication (réseaux sociaux et *messenger*). Ces rencontres nous ont permis d'examiner les différentes formes d'appropriation et d'utilisation du numérique par les jeunes issus de l'immigration nord-vietnamienne à Sapa, qui y sont très nombreux. Cette population est attirée par l'opportunité de salaire, ainsi que par des rencontres, des animations et des moments de socialisation proposés au préalable via les réseaux sociaux comme Facebook, Zalo (la messagerie la plus populaire au Vietnam) et Viber. Ces rencontres peuvent inclure des rassemblements religieux, des réunions avec des amis ou des membres de la famille, des rencontres de bandes juvéniles délinquantes, des runs et des rodéos sauvages qui prennent place sur les voies de circulation de Sapa.

Lors de ces premiers échanges, nous avons fait usage de l'anglais comme langue véhiculaire et nous avons pu remarquer que l'usage de la langue locale, le tchèque, était chargé de méfiance par les personnes enquêtées. Par ailleurs, cette enquête nous a permis de constater que ces territoires marchands pouvaient être qualifiés de terrains « sensibles » (Bouillon et al. 2005). Certains jeunes nous ont indiqué que les médias locaux et nationaux contribuaient à une stigmatisation de ces espaces marchands, qui pâtissent souvent de représentations sociales négatives, liées à l'économie informelle, au commerce d'articles de contrefaçon, aux jeux de hasard et d'argent, à la pauvreté, à la pollution, aux nuisances olfactives et sonores et, enfin, à la violence. De même, les entretiens ont été également révélateurs de trajectoires familiales sur plusieurs générations à la suite de la guerre du Vietnam.

Caractéristiques d'une certaine forme d'urbanité hermétique, ou de territoires transformés par l'immigration défiant les conventions géographiques et étatiques, les bazars postsocialistes que nous avons étudiés à partir des données récoltées sur l'internet nous ont amené à réfléchir à plusieurs questions. En suivant Abélès (2006 : 72), nous pouvons considérer la déterritorialisation comme un facteur d'enrichissement et d'innovation. Le lien, encore à explorer, entre

les espaces marchands constitués en Europe centrale et orientale et l'insertion des immigrés nord-vietnamiens dans ces pays, semble important. Représente-t-il un facteur d'enrichissement et d'innovation pour ces populations ? Ou, à contrario, montre-t-il la gestation de nouvelles formes d'oppression et d'aliénation sur le travail migrant ?

Poursuivant ces raisonnements, nous nous sommes interrogés, d'une part, sur la manière dont les immigrés vietnamiens ont constitué le marché de Sapa et, d'autre part, sur la place de ce marché comme un exemple de territoires qualifiés d'espaces discrets d'une mondialisation non-hégémonique (Tarrius 2002). C'est pourquoi, il convient de définir les frontières du marché de Sapa et de saisir le dispositif spatial qui rend possible cet espace discret de la mondialisation. Ensuite, il s'agira de présenter la problématique du commerce et de l'échange, dans l'intention de décrire les routes, les réseaux et les lieux d'échanges. Sapa peut être comparé à de nombreux marchés similaires dans d'autres pays d'Europe. Parmi ces exemples, nous pouvons citer le Centre Dong Xuan de Berlin, le Chinatown de Bratislava et le Kínai Piac (marché chinois, en hongrois) de Budapest.

Dans cette anthropologie *par* le numérique (Casilli 2014), les technologies numériques nous permettent d'élaborer une réflexion sur la méthodologie et les stratégies qui façonnent l'exercice de l'enquête ethnographique. Néanmoins, les informations collectées ne rendent pas compte de toutes les dimensions présentes dans ces espaces marchands comme les pratiques religieuses (bouddhisme), les associations et l'État. Il faut également souligner que le rôle des femmes dans l'organisation de cette diaspora n'a pas été suffisamment étudié dans les recherches existantes, malgré quelques travaux importants sur le sujet (Huwelmeier 2013, Strašáková 2016). Recourant à une enquête par observation participante, nous avons cherché à comprendre le rôle du numérique au marché de Sapa et parmi les immigrés nord-vietnamiens en République tchèque.

2. Sur les circuits de la diaspora vietnamienne en République tchèque

À Libuš, quartier excentré de la capitale tchèque, les entrepôts et les bâtiments industriels d'un ancien abattoir et d'une usine de transformation de volailles, fermés en 1990, ont été rachetés par des investisseurs vietnamiens. En 1999, ces bâtiments ont abrité le marché de Sapa. Bien que ce site ne soit pas considéré comme un quartier au sens statistique et officiel du terme, il est couramment désigné comme une ville dans la ville (*město ve městě*, en tchèque) ou comme la « petite Hanoï » (*malá Hanoj*, en tchèque, en contrepoint du « Little Saigon » en Californie).

L'émergence de Sapa s'inscrit dans un processus historique qui peut être divisé en trois périodes (Nožina, Kraus 2020 ; Brouček 2014). La première

période commence à partir des années 1950 dans le cadre des accords bilatéraux sur les migrations de la main-d'œuvre entre l'URSS, la Tchécoslovaquie et la République démocratique du Vietnam. L'immigration nord-vietnamienne s'inscrit aussi comme la suite du déplacement de la population ethnique allemande des Sudètes après la fin de la Deuxième Guerre mondiale (Brouček 2014).

Le régime d'intermittence permettait à des ouvriers nord-vietnamiens de séjourner en Tchécoslovaquie pour une période de cinq ans. Dans le cadre des accords bilatéraux, les gouvernements locaux et l'État vietnamien imposaient des restrictions telles que l'interdiction aux femmes émigrées de tomber enceinte ou de constituer des familles pendant la durée de leur séjour. Dans certains cas, les travailleuses contractuelles enceintes étaient forcées d'avorter ou de rentrer au Vietnam en cas de grossesse en terre d'exil. Cette expérience était différente de celle des *boat people*⁴, pour qui le regroupement familial était plutôt facile, et qui ont migré vers des pays comme les États-Unis ou la France.

Les travailleurs immigrés ont ainsi développé un commerce local de produits qui arrivaient en sol européen grâce à la complicité de leurs ambassades respectives. Ces échanges ont contribué au développement des interactions au sein d'un territoire circulaire eurasiatique. Des logiques marchandes similaires ont été analysées dans les travaux d'Alain Tarrius (2015) et de Michel Péraldi (2001). Avant la réunification du Vietnam en 1975, les migrants étaient pour la plupart originaires du pays sud-asiatique.

La deuxième période, située entre les années 1980 et le début des années 1990, est marquée par la mise en application du *Đổi Mới* au Vietnam (politique de rénovation et de transition économique vers l'ouverture du marché), ainsi que par la chute du Rideau de fer en Europe et la transition politique que cela a entraîné dans les pays de l'ancien bloc soviétique. Aujourd'hui, cette communauté de migrants est traversée par des instincts de répulsion (quitter le pays d'origine) et d'attraction (vers le pays de destination) dont les auteurs Nožina et Kraus (2020) énumèrent les expressions. D'un côté, la hausse de la pauvreté, le chômage et l'économie générée par l'envoi de fonds au Vietnam ont contribué à augmenter le flux migratoire entre les deux pays. De l'autre, les agences de recrutement des travailleurs immigrés fonctionnent comme des vendeurs de rêves opérant à un niveau de promiscuité entre le formel et l'informel, en particulier dans les provinces déshéritées du Vietnam central. Dans la promotion qui en est faite, la République tchèque apparaît comme une *Terre promise* tirant bénéfice de son essor économique et de sa position centrale en Europe (Nožina, Kraus 2020). D'après des données officielles, aujourd'hui environ

⁴ Le terme *boat people* désigne les réfugiés vietnamiens qui ont laissés leur pays, entassés sur des bateaux de fortune, après la fin de la guerre du Vietnam (1975), provenant majoritairement du Sud du Vietnam, alors que les ouvriers contractuels étaient originaires du Nord du Vietnam. Cependant, il est utilisé pour désigner indistinctement l'ensemble des réfugiés du Sud-Est asiatique en fuite, dans des significations à la fois idéologiques, humanitaires et historiques.

80 000 Vietnamiens vivent et travaillent dans ce pays, constituant la troisième plus grande population immigrée de la République tchèque, derrière les Slovaques et les Ukrainiens. Ces facteurs ont contribué au recours à l'économie souterraine et à l'émergence des bazars postsocialistes.

Dans cette logique, Sapa est devenu un grand centre de distribution de produits pour les marchés frontaliers et les commerces de proximité en République tchèque. Ouvert toute la semaine, il attire environ 7 000 personnes par jour, en majorité des Vietnamiens, mais aussi des Tchèques (une famille tchèque est propriétaire de la seule boucherie du marché), des Chinois (dix pour cent des commerces de Sapa appartiennent à des familles d'origine chinoise et les locaux du marché abritent également cinq associations d'entreprises et d'investissement chinoises), des Russes, des Biélorusses, des Turcs, des Indiens et des Pakistanais (ces derniers représentant moins de cinq pour cent des commerçants). S'y adjoignent des baraques, des préfabriqués, des antennes paraboliques, des panneaux publicitaires et de signalisation, ainsi que beaucoup de vendeurs à la sauvette.

L'espace marchand de Sapa s'étend sur un territoire d'environ 350 000 m² composé de *budovy* (bâtiments, en tchèque), d'entrepôts et de places de parking. Ces structures, d'un à trois étages, comportent des cafés, des restaurants (une cinquantaine), des salons de coiffure et d'esthétique (une vingtaine), des salles de sport (deux), un espace éducatif pour enfants comportant des jeux, trois garages automobiles, des bureaux de paris sportifs (Fortuna) et un casino avec des boutiques de toute sorte (produits cosmétiques, robes de mariées et tenues de mariage, cadeaux, matériel de surveillance, services de téléphonie, de photographie, d'internet et meubles de décoration).

Le marché compte aussi des entreprises de fret routier et de voyages, des cliniques de massothérapie, des agences comptables, des services juridiques et un grand nombre de magasins de gros et de détail. Le long des allées de tout le site, nous trouvons de nombreux conteneurs de marchandises vides dont certains sont réaménagés et deviennent magasins, bureaux ou encore dépôts de marchandises. Trois grands entrepôts sont destinés à la vente de vêtements, de chaussures et de produits de décoration. Ils accueillent aussi des bureaux de change et de transfert d'argent. Ces bâtiments sont divisés en plusieurs stands marchands. Les articles sont mis en vrac dans des bacs, présentés sur des mannequins et les rayons de prêt-à-porter présentent manteaux et doudounes, blousons de ski, chaussettes de laine, bottes fourrées et lingerie. D'autres stands offrent des armes blanches, telles que couteaux pliants, coutellerie classique, coffres, parfum et bijouterie.

L'intensité de la vie communautaire et associative du marché de Sapa contribue à la construction d'une mémoire partagée et du sentiment d'appartenance à une communauté diasporique nord-vietnamienne imaginaire (Anderson 1993), également très active au Vietnam. Ces circuits recréent et établissent les liens familiaux et religieux de la diaspora par le biais des technologies

numériques et des plates-formes en ligne qui seront brièvement abordées dans la section suivante.

2.1. Le marché de Sapa et le numérique

Sapa compte un nombre impressionnant d'entreprises dirigées par des familles immigrées dans un contexte de numérisation de l'économie et de l'information. Le numérique nous permet ainsi d'appréhender les logiques visibles et moins visibles qui régissent ce marché, comme le travail des femmes et les logiques familiales. La présence d'immigrées vietnamiennes dans le commerce à Sapa est corroborée par le processus de féminisation de l'immigration vietnamienne et par le développement du regroupement familial en République tchèque après 1989. Ces mécanismes se déploient dans un espace social élargi à divers acteurs, dans un contexte de forte imbrication des logiques de développement socio-économique locales et des dynamiques de migration/circulation à l'échelle internationale. Parmi le grand nombre de commerces à Sapa, il est frappant de constater une énorme quantité d'agences d'envoi de devises et de transfert d'argent (telles que Western Union et Moneygram). Dans le domaine politique, les autorités de l'État, par le biais du concept *Viet Kieu* (Vietnamiens d'outre-mer) tentent de mobiliser des ressources issues de la diaspora dans le sens de la promotion du développement du pays. Il convient ainsi de remarquer que le numérique ne peut pas seulement être associé à la communication à distance. Selon Dana Diminescu (2010), les questions classiques de la sociologie des migrations telles que les regroupements familiaux et le transfert d'argent doivent être réinterprétées dans le nouveau contexte de l'écologie cognitive (Lévy 1993), comme étude de l'adaptation des groupes sociaux aux nouvelles pratiques de la connaissance.

La logique de circulation de l'argent numérique à Sapa est favorisée par le développement des technologies numériques par des entreprises vietnamiennes. La société de télécommunications Viettel, leader au Vietnam, développe l'argent numérique afin de permettre à tous les utilisateurs mobiles de transférer et de recevoir des fonds, ainsi que d'effectuer des paiements grâce à leur compte mobile quel que soit le lieu où ils se trouvent. Ceci doit permettre de réduire les barrières physiques afin de fournir des services financiers numériques simples aux populations situées dans des zones rurales et isolées du Vietnam, qui disposent d'un accès limité aux services financiers traditionnels. Dans certains cas, le maintien des époux et des enfants au pays d'origine est une pratique récurrente. Cela garantit le retour de devises en faisant appel à des injonctions d'ordre moral (aider la famille et les parents proches au pays) et financier (rembourser les prêts avancés par des agences, des institutions et des intermédiaires dans le pays d'origine).

À Sapa, le lien entre les femmes et le commerce repose sur l'identification, si profondément ancrée dans la société vietnamienne, entre l'activité marchande et

les femmes. Au Vietnam, la définition de marchand prend littéralement la forme plurielle et féminine de « marchandes », *các chị em thiếu thương*, qui associe le mot *thiếu thương* (petit commerce) avec le terme de parenté désignant les sœurs – aînées et cadettes – *các chị em* (Leshkowich, 2011). D'un côté, à Sapa, de nombreuses femmes âgées de 35 à 50 ans travaillent dans le commerce et présentent un niveau de scolarisation élevé. Ces immigrées utilisent souvent l'outil de traduction automatique Google pour faciliter les échanges avec des clients et des partenaires d'autres pays. De l'autre côté, les personnes en situation d'illettrisme envoient des messages à leurs proches au Vietnam en utilisant des enregistreurs vocaux, créant ainsi une nouvelle forme de communication digitale et de lien social.

2.2. Lieux de culte à Sapa et médias numériques

La religion bouddhiste de tradition Mahayana est si importante à Sapa qu'elle façonne les interactions entre les commerçants, renforçant la cohésion du groupe. Depuis une dizaine d'années, Sapa est aussi devenu un espace culturel très attractif pour les Vietnamiens. Cette fonction assure une cohésion importante au sein du groupe religieux/marchand, qui explique en partie leur succès commercial. L'adoption du numérique a permis de renforcer la communication durant la recherche de terrain, facilitant la compréhension des logiques de coercition et de contrôle au sein du temple bouddhiste situé à l'intérieur du marché.

Le temple de Sapa fait partie d'un réseau de temples vietnamiens appelé *Vĩnh Nghiêm*. Au Vietnam, Thích Thanh Phong (Thích étant le titre de Bonze supérieur d'une pagode et, dans ce cas, de la pagode *Vĩnh Nghiêm*, à Saïgon) gère les affaires d'une dizaine de temples dans le monde et d'une université bouddhiste, appartenant au système *Vĩnh Nghiêm*. En plus du temple de Prague, d'autres lieux de culte de cette branche se trouvent aux États-Unis, en Allemagne, en Australie, au Japon et à Taïwan. Le bouddhisme vietnamien de tradition Mahayana suivi par ces communautés peut être décrit comme une forme de théâtre où les identités sociales (jeunesse, vieillesse, masculinité, féminité, autorité) sont construites et affichées par le biais de la pratique religieuse (Endres 2015, Soucy 2012).

À Sapa, à partir de rituels et de récitation de soutras bouddhistes (*tụng kinh*, en vietnamien) réalisées dans cette pagode, nous avons analysé les relations entre l'économie de bazar (Geertz 2003) et la religion. Parallèlement, nous avons effectué des observations participantes sur différents aspects du quotidien des fidèles du temple *Vĩnh Nghiêm* (les *Phật tu* ou « enfants de Bouddha » - terme qui désigne les fidèles bouddhistes en vietnamien). Alors que nous plongeons dans cette communauté, nous avons découvert l'extrême diversité de la culture dans laquelle se déploie le bouddhisme vietnamien, ainsi que la façon dont la religion est vécue de manière rituelle et organisationnelle, voire politique.

L'expérience dans le temple *Vĩnh Nghiê*m de Sapa comprend un éventail de croyances et de pratiques distinctes qui regroupent un nombre important de divinités, de rites et de mantras récités en vietnamien. Les questions liées à l'organisation politique de la pagode et, dans un sens plus large, au parti communiste vietnamien y sont considérées comme des tabous (des *non-dits*). Les moines ont refusé de nous fournir ce type d'information et nous ont demandé d'effacer les enregistrements de conversations dès que ces questions étaient évoquées, à voix basse et en toute discrétion.

Les fidèles utilisent le numérique pour organiser des cérémonies et lancer des campagnes de levée de fonds. Les chefs de la communauté religieuse, qui sont aussi les gestionnaires du marché, font usage de la coercition et de la manipulation des fidèles/marchands. Les dirigeants (appelés aussi « hommes respectables ») maintiennent leurs affaires en République tchèque depuis le Vietnam à partir de l'échange de messages à travers les applications de téléphone portable et des groupes de *bộ đội* (soldats ou mercenaires, en vietnamien) travaillant à Sapa.

Il convient aussi de souligner que les fidèles sont majoritairement des femmes vietnamiennes travaillant à Sapa. En effet, pour certaines de ces immigrées, les défis liés à l'exil et au travail au marché ne sont pas atténués mais plutôt renforcés par la pratique religieuse, qui présente un caractère paradoxal. Bien que la pratique religieuse puisse offrir un soutien et un réconfort, elle engendre également une forme de dette ou d'engagement qui ajoute une pression supplémentaire. Tout d'abord, une partie des commerçantes présente un faible niveau de scolarisation et se trouvent « sans-papiers » ou en situation administrative précaire en République tchèque. La situation est rendue encore plus difficile par l'endettement financier auprès du bailleur du marché ou d'agences de voyage et de recrutement, d'individus, d'entreprises ou même d'organisations criminelles. Afin de pouvoir payer ces dettes (loyer des locaux, dettes et factures, dîmes, offrandes...), la plupart des commerçantes travaille sept jours sur sept et d'autres encore partagent leur temps entre le commerce et le travail non-rémunéré au temple de manière à remplir leurs obligations religieuses (cuisiner pour le prêtre et pour la communauté ecclésiastique, entretenir le temple, participer à des rituels, aux messes et aux cérémonies telles que funérailles, mariages, ouvertures de commerces à Prague et dans d'autres villes en République tchèque).

Dans ce contexte, la religion et le numérique nous aident ainsi à comprendre ce théâtre de Sapa où les identités sociales et les façades (Goffman 2009) sont construites et affichées implicitement. L'enquête d'observation participante nous a permis d'éclairer ainsi des logiques visibles ou moins visibles de l'immigration vietnamienne en République tchèque. Il est important de souligner que, d'un côté, quelques établissements sont des entreprises « fictives », il n'y a rien à l'intérieur et ces coquilles vides servent à faciliter le « blanchiment d'argent », de l'autre, certains restaurants sont impliqués dans le trafic de drogue et d'animaux

sauvages. Une partie des marchands participe à l'activité de revente d'objets de contrefaçon, provenant du vol, du recel, de la revente individuelle et des piratages informatiques, ainsi que dans le trafic de stupéfiants (héroïne, cannabis, *crystal meth*, opium, méthamphétamine (MDMA), ecstasy et kétamine), dans le commerce illégal d'espèces animales sauvages, dans la prostitution et dans la traite d'êtres humains. Ces pratiques déviantes expliquent la méfiance des marchands vis-à-vis des autorités locales mais aussi des usagers de Sapa. Cela rend l'enquête de terrain périlleuse et nous invite à réfléchir à la manière dont les outils numériques peuvent contribuer à surmonter ces défis ethnographiques.

Conclusion

L'article a exploré le rôle du numérique dans une recherche ethnographique sur l'immigration nord-vietnamienne en République tchèque. Premièrement, il nous a permis d'élargir et d'initier un nouveau terrain ethnographie au bazar postsocialiste de Sapa, situé dans la banlieue de Prague. De l'autre, les technologies numériques nous ont aidé à révéler des logiques qui permettent aux immigrés nord-vietnamiens de pouvoir maintenir des liens sociaux avec le Vietnam à travers les échanges, le commerce et la circulation de capitaux. Si les études sur l'immigration ont mis en évidence la double absence de l'immigré (Sayad 1999), à l'ère du numérique et de l'écologie cognitive (Lévy 1993), nous sommes en face de ce que Dana Diminescu a appelé la « migration connectée » ou l'« e-diaspora ». Selon Diminescu (2010 : 11), cette immigration connectée « s'inscrit plutôt dans une logique de continuité (et non pas de rupture) qui permet de se trouver ici et là-bas, seul(e) et ensemble en même temps, etc. ».

Cette étude nous a permis de saisir comment les immigrés nord-vietnamiens vivaient et réinstallaient, à travers le numérique, des formes de parenté et de religiosité, à la fois à l'échelle de la famille et du groupe. En effet, sur le terrain étudié, apparaissent des dimensions diverses comme des pratiques religieuses (bouddhisme), des organisations criminelles qui sont toutes imbriquées dans le commerce qui structure cet espace. Il faut également souligner le rôle des femmes dans l'organisation de cette diaspora. Comme l'a démontré Jacqueline Jones (1985) dans son livre *Labor of Love, Labor of Sorrow*, si les femmes sont le « maillon central » de ces « chaînes de migration », ce n'est pas seulement parce qu'elles sont les principaux agents de diffusion de la croyance dans la « terre promise », mais parce que ce sont elles qui poussent les hommes à aller y chercher la fortune et qui, une fois émigrées, convainquent parents et amis de les rejoindre.

Enfin, le numérique, dans le contexte de cette dynamique migratoire spécifique au marché de Sapa, révèle que le capitalisme industriel national fixe les flux de migrants vietnamiens en République tchèque dans une immobilité

résidentielle, les transformant en main d'oeuvre bon marché et disponible, tandis que le capitalisme transnational, avec ses logiques commerciales et financières, déplace sans fin ces nouveaux peuples européens.

Bibliographie

- Abélès M. 2006. *Politique de la survie*, Flammarion, Paris.
- Anderson B. 1993. *Comunidades imaginadas*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Appadurai A. 1996. *Modernity at large. Cultural dimensions of globalization*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Baudrillard J. 1968. *Le système des objets*, Gallimard, Paris.
- Bouillon F., Fresia M., Tallio V., eds. 2005. *Terrains sensibles. Expériences actuelles de l'anthropologie*, CEA/EHESS, Paris.
- Boukala M., Cerclet D. 2020. L'enquête ethnographique face aux enjeux théoriques et méthodologiques du numérique, *Parcours anthropologiques*, 15, 1-25.
- Bourdieu P. 1979. *La distinction : critique sociale du jugement*, Éditions de Minuit, Paris.
- Brignol L. 2012. *Diáspora latino-americana e redes sociais da internet : a vivência de experiências transnacionais* in *Diásporas, migrações, tecnologias da comunicação e identidades transnacionais*, eds. D. Cogo, M. Elhajji, A. Huertas, Institut de la Comunicació Universitat Autònoma de Barcelona, Balaterra, 123-140.
- Brouček S. 2016. *The visible and invisible Vietnamese in the Czech Republic: The problems of adaptation of the modern-day ethnic group in the local environment of the Czech majority*, Institute of Ethnology, Praha.
- Casilli A.A. 2014. Anthropologie et numérique : renouvellement méthodologique ou reconfiguration disciplinaire ? *Anthrovision*, 2.1.
- Collectif Rosa Bonheur. 2019. *La ville vue d'en bas. Travail et production de l'espace populaire*, Editions Amsterdam, Paris.
- CZSO. 2019. *Ministerstvo práce a sociálních věcí, R322 Cizinci evidovaní na úřadech práce podle státního občanství (stav k 31. 12.)* - CELKEM (Ministère du travail et des affaires sociales, nombre total d'étrangers inscrits aux bureaux du travail par nationalité au 31 décembre).
- Dacos M. 2011. Manifeste des digital humanities, *ThatCamp Paris 2010*, 26 mars, <http://tcp.hypotheses.org/318>.
- Darras B., Belkhamza S. 2009. *Objet et communication*, L'Harmattan, Paris.
- Diminescu D., Pasquier, D. 2010. Les migrants connectés, T.I.C., mobilités et migrations, *Réseaux*, 28 (159), 1-278.
- Douglas M., Isherwood B. 1978. *The World of goods*, Penguin, London.
- Endres K.W. 2015. L'oc bestowé by heaven: Fate, fortune, and morality in the Vietnamese marketplace, *The Asia Pacific Journal of Anthropology*, 16 (3), 227-243.

- Geertz C. 2013. *Le Souk de Sefrou : sur l'économie du bazar*, Éditions Bouchène, Paris.
- Goffman E. 2009. *La mise en scène de la vie quotidienne 1. La présentation de soi*, Éditions de Minuit, Paris.
- Hall S. 2003. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*, UFMG, Belo Horizonte.
- Hine C. 2015. *Ethnography for the internet. Embedded, embodied and everyday*, Bloomsbury, London.
- Horst H., Miller D. 2012. *Digital anthropology*, Berg, London.
- Hüwelmeier G. 2015. *Mobile entrepreneurs: Transnational Vietnamese in the Czech Republic*, in *Rethinking ethnography in Central Europe*, eds. H. Cervinkova, M. Buchowski et Z. Uherek, Palgrave Macmillan, New York, 59-73.
- Jones J. 1985. *Labor of love, labor of sorrow: Black women, work and the family, from slavery to the present*, Random House, New York.
- Leshkovich A. M. 2011. Making class and gender: (Market) socialist enframing of traders in Ho Chi Minh City, *American Anthropologist*, 113 (2), 277-290.
- Lévy P. 1993. *Les technologies de l'intelligence*, Le Seuil, Paris.
- Molterer K., Hackl J. 2015. *Vietnamese markets on the Czech border: Informal street trade as a border phenomenon*, in *Informal market worlds – atlas: The architecture of economic pressure*, Nai010 Publisher, Rotterdam.
- Nožina M., Kraus F. 2020. *Vietnamese organized crime in the Czech Republic*, Palgrave MacMillan, New York.
- Patzer H., Góralska M., Winkowska M. 2015. The stadium as a witness: A story of a changing monument, *Journal of Latin American Cultural Studies*, 9, 1-36.
- Peraldi M., ed. 2001. *Cabas et containers: Activités marchandes informelles et réseaux migrants transfrontaliers*, Maisonneuve & Larose, Paris.
- Sayad A. 1999. *La double absence*, Le Seuil, Paris.
- Schlögel K. 2012. *Theses on post-socialist urban transformation*, in *Chasing Warsaw. Socio-Material Dynamics of Urban Change since 1990*, eds. M. Grubbauer, J. Kusiak, Foundation for Polish-German Cooperation, Frankfurt/New York.
- Soucy A.D. 2012. *The Buddha side: Gender, power, and Buddhist practice in Vietnam*, University of Hawai'i Press, Honolulu.
- Tarrius A. 2015. *Étrangers de passage : Poor to poor, peer to peer*, L'Aube, La Tour d'Aigues.
- Tarrius A. 2002. *La mondialisation par le bas : Les nouveaux nomades de l'économie souterraine*, Balland, Paris.

Mélusine Martin

Sorbonne Université, James Cook University

ORCID : 0000-0002-6014-8993

Symbiose identitaire avec la nature : digitalisation et nouvelles dynamiques de l'engagement pour l'environnement

Résumé : Une relation holistique avec la nature englobe à la fois le potentiel de la nature à nous nourrir et notre capacité à cultiver cette connexion en préservant l'environnement. Cependant, le concept occidental d'un dualisme humain-nature, qui postule une séparation entre les êtres humains et la nature, demeure profondément ancré dans le discours écologiste contemporain. Cette perception dualiste, bien que souvent remise en question, continue d'influencer la manière dont les relations entre l'humain et la nature sont conceptualisées, en particulier face aux bouleversements numériques. Cet article s'appuie sur une méthodologie mixte (quantitative et qualitative) et examine comment le lien humain-nature et l'identité en lien à la nature (identité écologique) sont influencés par le numérique, générant de nouvelles dynamiques d'engagement pour la préservation environnementale. Bien que le numérique puisse exacerber la déconnexion entre l'être humain et son environnement naturel, il offre également des opportunités pour renforcer ce lien, notamment à travers des expériences immersives virtuelles de nature et des initiatives d'éco-activisme en ligne. Ainsi, développer une identité écologique repose sur une intégration entre l'humain et son environnement, naturel ou technologique, dépassant le dualisme traditionnel pour encourager la conservation environnementale à la fois en ligne et dans la vie réelle.

Abstract: A holistic relationship with nature encompasses both nature's potential to nurture us and our ability to cultivate this connection by preserving the environment. However, the Western concept of a human-nature dualism, which posits a separation between humans and nature, remains deeply ingrained in contemporary environmental discourse. This dualistic perception, though often challenged, continues to shape how human-nature relationships are conceptualized, particularly in the face of the digital revolution. This article employs a mixed methodology (quantitative and qualitative) to examine how the human-nature connection and nature-related identity (ecological identity) are influenced by digital technology, generating new dynamics of engagement in environmental conservation. While digital technology may exacerbate the disconnection between humans and their natural environment, they also offer opportunities to strengthen their connection, particularly through immersive virtual nature experiences and online eco-activism initiatives. Thus, developing an ecological identity relies on an integration between humans and their environment – be it natural or technological – transcending the traditional dualism to promote environmental conservation both online and in real life.

Mots-clés : identité écologique, technologie numérique, éco-activisme, cyberactivisme, dualisme humain-nature.

Keywords: ecological identity, digital technology, ecoactivism, cyberactivism, human-nature dualism.

Introduction

Au XXI^e siècle, les relations que l'être humain occidental entretient avec la nature révèlent un ensemble de croyances inhérent à la culture occidentale. La crise écologique teinte le discours environnemental d'une forte dose d'émotions (culpabilité, tristesse, colère...). Mais, la reconnexion humain-nature est d'autant plus désirée que nous prenons conscience des barrières qui lui sont apposées, notamment par le biais du dualisme humain-nature. Le concept de dualisme humain-nature est critiqué et remis en question par la recherche (Cronon 1995 ; Callicott, Nelson 1998) qui souhaite comprendre comment l'être humain en est venu à se percevoir comme séparé de son environnement naturel, comme différent, voire opposé. Nous apprenons, en grandissant dans une société occidentale, à séparer la ville de la nature, l'être humain de l'animal, à voir la civilisation en opposition au sauvage, la technologie numérique comme une création artificielle et non naturelle, et l'environnement comme un décor sur lequel se jouent les drames humains plutôt que comme notre maison. Nos recherches ont donc commencé par analyser les racines de ces croyances et le fondement d'un dualisme humain-nature au travers d'études, d'articles et de livres sur le sujet dans les contextes américain et australien.

1. Point bibliographique

La revue des travaux sur le sujet a été réalisée à partir des écrits environnementaux, textes écosophiques, sociologiques et philosophiques d'auteurs américains et australiens des XX^e et XXI^e siècles. Cela a permis d'élaborer trois axes dans la pensée et l'action environnementaliste moderne :

- la culture occidentale, le dualisme humain-nature et l'idéal de nature sauvage (*wilderness*) ;
- l'écologisme et le système capitaliste : leur rôle dans la dichotomie humain-nature ;
- la nature et la technologie numérique : le manque de nature et la séparation corps-esprit.

Plus encore qu'en Europe, le développement de la pensée environnementaliste en Amérique du Nord et en Australie, aux XIX^e et XX^e siècles, s'est opéré en opposition à l'industrialisation en prônant la nécessité de préserver la nature comme un patrimoine (*conservationism*). Axée sur une vision anthropocentrique de la nature, la pensée écologiste contemporaine est fondée sur un dualisme humain-nature et sur les dichotomies inhérentes à la culture occidentale (Cro-non 1995). Ces dichotomies (nature/culture, masculin/féminin, intellect/émotion, individuel/universel, etc.) ont été remises en question par la recherche et le mouvement militant écologiste (Oelschlaeger 1991 ; Callicott, Nelson 1998) et dénoncées comme autant de limitations dans l'engagement pour la protection de la biodiversité. L'analyse littéraire a établi un changement de paradigme en cours dans le lien entre humain et nature, et une reformulation identitaire allant de la séparation à l'union, ou, comme Dickinson (2013) le dit, une évolution du dualisme humain-nature vers une relation *humainature*. Cela conduit à élaborer les questions de recherche suivantes :

- Comment l'identité humaine se définit-elle en lien avec la nature ?
- Dans quelles mesures la technologie numérique impacte-t-elle les relations humain-nature ?
- Le dualisme humain-nature est-il prédominant chez les individus pro-environnementaux ?
- Les comportements pro-environnementaux diffèrent-ils en fonction de leurs origines culturelles ?

Ainsi, le dualisme humain-nature est bien présent et ancré dans la pensée occidentale. L'idéal de nature sauvage, tel que vécu aux États-Unis et en Australie à travers les parcs nationaux, est une forme pratique, physique de ce clivage. Pour rappel, le *Wilderness Act*, ratifié par le Congrès américain en 1964 afin de

légiférer la création des parcs nationaux, offre la définition de nature sauvage (*wilderness*) qui suit : « un endroit où la Terre et sa communauté vivante ne sont pas envahies par l'homme, où l'homme reste un visiteur de passage... Un lieu qui conserve son caractère sauvage, sans amélioration continue ni infrastructure humaine, et qui est protégé et régulé afin de préserver son état naturel ». Le mouvement écologiste moderne, s'il a permis, dans une certaine mesure, la préservation des milieux naturels et de leur biodiversité, s'est également inscrit dans une démarche excluant l'être humain de son environnement. Cela a eu pour conséquence de renforcer le dualisme humain-nature. William Cronon, historien de l'environnement, résume bien cette situation dans un essai intitulé *The trouble with wilderness* : « si nous nous autorisons à croire que la nature, afin d'être vraie, doit être sauvage, alors notre présence en son sein représente sa chute. L'endroit où nous sommes est l'endroit où la nature n'est pas » (Cronon 1995 : 80-81). Ainsi, décrié dans l'approche anthropocentrique, comme la cause première du dérèglement climatique (Moore 2016), l'être humain est à la fois bourreau et victime, il détruit la nature et en paie les conséquences autant sur sa santé mentale que physique. Cette fracture avec l'environnement est d'autant plus cinglante que la majorité de la population vit dans un contexte urbain et numérique. La technologie numérique et l'augmentation croissante du temps d'écran, couplées à la vie en ville, ajoutent à cette déconnexion. On parle de plus en plus de manque de nature – ou syndrome de manque de nature (*nature-deficit disorder*) comme le nomme le journaliste américain Richard Louv (2005) – de la séparation corps-esprit que la charge mentale liée à l'emploi du numérique nourrit et d'un besoin de retourner à la terre. C'est dans ce contexte que nous avons décidé d'interviewer des personnes ayant choisi de retrouver ce lien à la terre dans leurs modes de vie et ayant choisi d'utiliser la technologie numérique et l'internet pour véhiculer un message de protection environnementale.

2. Méthodologie

2.1. Participants et procédure

Basée sur les travaux de Schrauf (2018), l'approche méthodologique combine les caractéristiques des méthodes mixtes (intégration d'approches quantitative et qualitative) et les caractéristiques de l'analyse comparative transculturelle par la collecte et l'analyse des données d'échantillons culturels différents. L'étude s'est faite sur 220 participants (118 Américains et 102 Australiens). Les participants étaient issus d'écovillages, d'organisations écologistes, de fermes urbaines, de jardins communautaires et d'initiatives zéro-déchet. Ils employaient l'internet pour véhiculer un message prônant la protection environnementale et pour partager leurs expériences de modes de vie décroissants. Les participants

appartenaient majoritairement à la génération des *milléniaux* (nés entre 1980 et 2000) avec une moyenne de 70 % de femmes pour 30 % d'hommes. De plus, 68 % des participants avaient fait des études supérieures et possédaient un diplôme universitaire, mais tous les milieux sociaux, d'après le critère du montant des revenus annuels, étaient représentés, depuis les individus gagnants entre 0 et 10 000 dollars américains par an jusqu'à ceux gagnant 200 000 dollars américains et plus. Notons que la démarche de retour à la terre s'exprimant parfois dans la décision de quitter un emploi bien rémunéré en ville pour s'établir dans une ferme à la campagne et vivre de ses cultures ne fait pas de l'argent un critère pertinent illustrant le statut social réel de la personne. On parle alors de décroissance volontaire.

2.2. Collecte et analyse des données

La collecte des données s'est faite en deux phases, parallèlement aux États-Unis et en Australie. La première phase impliqua un sondage en ligne (réalisé de février à juillet 2019) et la deuxième phase des entretiens individuels semi-directifs (réalisés de juillet à octobre 2019). Le sondage en ligne a été effectué auprès de 220 participants (118 Américains et 102 Australiens) sélectionnés pour leurs comportements pro-environnementaux (i.e. tout acte intentionnel destiné à réduire son impact négatif sur l'environnement – Kollmuss, Agyeman 2002) et leur usage confirmé du numérique. Puis, 20 individus (10 Américains et 10 Australiens) ont été sélectionnés pour des entretiens semi-directifs. Ensuite, une analyse thématique, fondée sur les préceptes de Braun et Clarke (2006, 2019), organisant les données qualitatives issues du sondage et des entretiens en thèmes, permirent d'établir les résultats des recherches. L'analyse thématique de Braun et Clarke est une méthode qualitative de recherche en sciences sociales, largement utilisée pour explorer les thèmes émergents à partir de données textuelles. Cette approche comporte plusieurs étapes, notamment la familiarisation avec les données, la génération initiale des codes, la recherche des thèmes, la révision des thèmes, la définition et l'étiquetage des thèmes, et enfin, la rédaction du rapport. Nous présentons dans les résultats ci-dessous les thèmes auxquels cette approche méthodologique nous a permis d'aboutir par l'analyse des termes, idées et concepts récurrents au sein des réponses des participants.

3. Résultats

3.1. La connexion à la nature

En écopsychologie, le lien humain-nature a été redéfini à travers le prisme d'une identité en lien à la nature, notamment par les concepts de connexion à la nature

ou d'identité environnementale. La connexion à la nature (*nature connectedness*) est décrite par Schultz (2002) comme la mesure dans laquelle un individu inclut la nature dans sa propre identité. Cela a trois dimensions : la dimension cognitive qui renvoie à la compréhension intellectuelle de la nature, la dimension affective qui évoque la compassion et l'amour ressentis pour l'environnement, et la dimension comportementale qui inclut les actions entreprises pour protéger la planète. Le concept de connexion à la nature est lié à celui d'identité environnementale (*environmental identity*) développé par Susan Clayton (2003) et à la capacité d'un individu à étendre son sens identitaire à l'environnement naturel. Ce que nous appelons, pour le propos de cet article, l'identité écologique prédominait chez les participants à l'étude, illustrant à quel point ils se percevaient comme une extension de la nature. Les participants exprimaient majoritairement un sentiment d'appartenance à la nature (87 % aux États-Unis et 82 % en Australie). Peu étaient ceux qui ne reconnaissaient pas leur lien au reste du vivant. Ils se voyaient eux-mêmes inscrits au sein d'une chaîne liant toutes les espèces vivantes.

3.2. La nature étrangère

La popularité des concepts comme l'identité écologique montre que l'être humain moderne est prêt à reconnaître son appartenance à la nature. Cependant, cette tendance est encore minoritaire et l'activité humaine reste perçue comme dissociée des autres phénomènes naturels. Majoritairement, les participants, bien qu'ils se perçussent eux-mêmes comme appartenant à la nature, voyaient le reste de l'humanité (et en particulier la civilisation occidentale) comme étrangère à la nature. De même, ils concevaient les créations humaines comme non naturelles ou artificielles. Dans cette perspective, et à l'instar des travaux réalisés par Plumwood (1993) et sa notion de *backgrounding*, la nature est perçue comme le décor (littéralement : l'environnement) au sein duquel l'histoire humaine se déroule. Cependant, la perception d'une nature comme autre, ou étrangère, ne nie pas nécessairement la réalité du lien humain-nature. En effet, de nombreux participants se percevaient à la fois comme faisant partie, par leur identité propre, de la nature et comme en étant exclus étant donné leur mode de vie occidental, délétère pour celle-là. Il faut rappeler que l'établissement du soi et de l'identité dépend de la faculté à voir l'autre comme différent (Hailwood 2000 ; Miller 2008) et, en cela, la nature comme étrangère n'est pas nécessairement une vision négative de l'environnement. L'être humain et la nature sont décrits comme différents mais complémentaires, ainsi la connexion humain-nature peut contenir en elle cette perception de la nature comme étrangère.

3.3. L'éducation environnementale

L'éducation environnementale est le processus selon lequel un individu s'instruit sur les divers environnements naturels et les dynamiques de durabilité entre systèmes humains et écosystèmes. Des études ont montré que plus vaste est l'éducation environnementale que possède un individu, plus il est susceptible d'adopter des comportements pro-environnementaux (Stapp, Cox 1969 ; Hudson 2001). Les résultats de nos recherches ont révélé que l'éducation environnementale des participants passait avant tout par la famille, puis par l'immersion en nature et enfin par les médias. Ainsi, l'éducation ne se fait pas que dans les livres, mais est transmise surtout par l'environnement social et familial qui, dès l'enfance, sensibilise au lien à la nature et cela même en ville (potager sur balcon, observation des oiseaux en parcs urbains, aide au recyclage, etc.). Le temps passé à l'extérieur en contexte naturel (*nature exposure*) est également essentiel. Plus celui-ci débute tôt dans la vie de l'individu et se fait de façon récurrente, plus le lien à la nature est fort. Enfin, les médias (TV, presse, internet) permettent également d'appréhender l'environnement d'un point de vue intellectuel et de susciter l'intérêt pour des activités impliquant une forme d'exposition à la nature, développant ainsi la dimension cognitive de l'identité écologique.

3.4. Les éco-émotions

De nombreuses émotions transparaissaient dans les réponses des participants au sujet de leurs relations à la nature allant de la culpabilité à la colère en passant par la tristesse, l'anxiété et autres. Dans un contexte de sociologie environnementale, on parle d'*eco-guilt*, *eco-grief*, *eco-anxiety* (éco-anxiété), ou encore *solastalgia* (solastalgie) (Albrecht 2019). Le point principal est que le discours écologiste actuel est porteur d'émotions négatives retransmises par les médias et intégrées par les individus. La crise écologique est décrite comme la faute, donc la responsabilité, de l'être humain et ce schéma de pensée culpabilisant est assimilé même par les personnes qui vivent de façon respectueuse de l'environnement. L'avènement de l'internet, et notamment des réseaux sociaux, a amplifié cet effet. Cependant, comme mentionné ci-dessus avec l'éducation environnementale, les informations accessibles par les technologies numériques permettent aussi à l'individu d'étendre sa compréhension des défis environnementaux actuels, de s'instruire sur les problèmes et les solutions liées au dérèglement climatique ou encore d'approfondir ses connaissances sur les meilleurs gestes pro-environnementaux. L'information obtenue en ligne, selon sa nature, peut donc soutenir ou entraver la reconnexion à la nature. La problématique pour les individus qui emploient l'internet dans un but d'éco-activisme est, alors, de trouver un équilibre entre la qualité des médias numériques consommés (choix des sites visités, etc.) et le temps passé en ligne. L'internet est un outil, ni bon ni mauvais,

tout dépend de l'usage que nous en faisons. Le numérique peut être employé pour enrichir le lien humain-nature, mais cela implique une gestion intentionnelle et consciente du temps connecté et de la consommation numérique afin de générer une expérience inspirante, et non anxiogène, pour l'internaute comme pour sa communauté virtuelle.

3.5. Le minimalisme numérique

Le minimalisme numérique, expression inventée par le chercheur américain Cal Newport (2019), décrit un emploi intentionnel, équilibré et modéré du numérique. Il est également l'une des particularités récurrentes des participants à cette étude. Les résultats montrent que plus un individu passe de temps dans la nature, y compris la nature urbaine, plus son usage de la technologie numérique est sain. Les participants utilisaient l'internet à des fins inspirantes, sans excès, ils savaient déconnecter facilement et gardaient toujours un temps, dans la journée ou la semaine, pour se ressourcer dans un espace de nature. Les données collectées n'ont pas permis d'établir clairement un lien de causalité entre l'exposition à la nature et le minimalisme numérique, mais il semblerait que l'importance pour une majorité des participants de passer du temps en extérieur, au contact de la nature, exerce une influence sur les habitudes numériques.

4. Discussion

Comprendre les relations que l'être humain entretient avec la nature au XXI^e siècle implique une définition des concepts premiers, notamment du terme *nature*. De plus, des concepts tels que le dualisme humain-nature, de même que la séparation nature-culture, jouent un rôle important dans la manière dont la nature est perçue par l'esprit occidental. L'une des questions du sondage effectué lors des recherches était : « pouvez-vous donner votre propre définition de *nature* ? ». Les réponses allaient de « la nature, c'est toutes les choses qu'étudie la biologie », « c'est tout sauf l'homme et ses créations », « la nature est partout, l'air, la planète entière est nature, y compris nous » ou alors « ce sont les arbres mais pas ceux des villes ». La nature ne se comprend que par la conscience de celui qui la perçoit. Si elle peut être vue comme une entité physique incluant les espèces végétales, animales, minérales, elle porte également dans sa définition le regard de celui qui la contemple. Ce regard, comme Verhagen (2008) ou Oelschlaeger (1991) l'ont montré, n'a eu de cesse de changer au fil des siècles. En ce sens, la manière dont nous définissons la nature parle aussi de nous-même. Si la nature est une réalité physique, elle est aussi un système relationnel de multiples espèces incluant l'humain. Il est donc difficile de séparer l'humain de la nature, et il est important d'accepter que la nature et

la culture ne soient pas indissociables. Ce n'est pas nature *ou* culture, mais bien, nature *et* culture.

En philosophie environnementale, la nature se définit dans les trois dimensions suivantes : cognitive, normative et expressive (Keulartz, Van der Windt, Swart 2004). La dimension cognitive inclut la manière dont la nature est définie, avec des phénomènes et des expressions physiques ou matérielles qui la constituent. La dimension normative concerne le discours éthique sur les valeurs de la nature et inclut les idées sur la manière dont l'humain doit traiter la nature, ce qu'il est bien ou mal de faire. La dimension expressive renvoie à l'expérience esthétique et émotionnelle de la nature. Chacune de ces dimensions, au-delà de définir une réalité fixe et permanente de ce qu'est la nature, nous renvoie à la relation que nous avons avec elle. La nature est donc un système relationnel. Dans cette optique, le dualisme humain-nature (et nature-culture) n'a pas lieu d'être, car la nature ne peut être expérimentée, donc comprise, qu'au sein d'une culture et d'une époque spécifiques. Nature et culture sont donc intrinsèquement liées. C'est pourquoi Plumwood (2002) remet en question la séparation humain-nature comme faisant partie d'un ensemble de dichotomies inhérentes à la culture occidentale, telles que la séparation homme-femme, émotion-intellect, corps-esprit ou encore individuel-universel. Dépasser le dualisme humain-nature implique d'accepter que la pensée occidentale soit, dans son essence, séparatiste.

La technologie numérique, symbole et outil de la culture occidentale contemporaine, peut ainsi être perçue comme naturelle au lieu d'artificielle. Les matériaux composant les appareils numériques (ordinateur, smartphone, etc.) sont tous dérivés de sources naturelles (par exemple, un smartphone est composé en majorité de plastique issu de ressources fossiles, de cuivre, de cobalt, de lithium...), cependant les techniques de pointe, l'industrie et le raffinement du processus permettant de les créer semblent dénaturer l'origine de ces matériaux dans l'inconscient collectif. Un oiseau réorganisant des branches et brindilles pour faire un nid reste perçu comme naturel, là où un humain réorganisant le métal et le sable pour faire une ville est vu comme non-organique. Cela révèle une autre croyance propre à notre pensée qui est que ce que l'on nomme artificiel est avant tout polluant pour l'environnement. Le concept de *développement durable* devenu partie intégrante du langage courant et le suremploi du terme « durable » (*sustainable*) illustrent la conscience qu'a l'humain de son impact sur l'environnement et la volonté de changer ces actions quand celles-ci sont délétères. Si une vaste majorité des participants à cette étude se reconnaissait, d'un point de vue identitaire, comme faisant partie de la nature, ces mêmes individus considéraient les créations humaines modernes (voiture, plastique, ordinateur, etc.) comme n'en faisant pas partie. Les objets humains étaient décrits comme étant destructeurs, polluants et inscrits dans un cycle d'épuisement, plutôt que de régénération des ressources planétaires.

Donc, le dualisme humain-nature perdure via la technologie numérique qui révèle cette fracture dans notre manière de penser. Ce que nous avons interprété, dans un premier temps, comme un paradoxe dans les réponses des participants, peut aussi être vu comme la marque d'une évolution en cours au niveau de la conscience collective, une évolution qui aurait débuté avec les premiers textes écosophiques et écrits environnementaux lors de la révolution industrielle (Leopold 1949 ; Muir 1911 ; Thoreau 1854). Le temps passant et la crise écologique se faisant plus pressante, l'être humain a peu à peu teinté sa relation à l'environnement naturel d'émotions et de compassion (Milton 2002), ce qui a permis d'étendre son sens identitaire à la nature. Milton explique dans *Loving nature* (2002) que les émotions d'amour et de compassion envers l'environnement sont importantes pour engendrer des actes pro-environnementaux. La dimension affective de l'identité écologique est essentielle. De plus, le concept récent d'identité écologique montre que la science est aujourd'hui prête à reconnaître la portée du lien humain-nature ou comment être humain signifie aussi être la nature. D'ailleurs, Dickinson (2013) parle d'*humainature* (*humanature*) assimilant les deux entités en un seul mot, afin de dépasser le dualisme initial par un changement syntaxique.

Renouer avec le monde naturel dans un contexte urbanisé et numérique passe aussi par l'attention portée au temps de nature. Une majorité des participants prenait soin de conserver dans leur emploi du temps des parenthèses passées à l'extérieur, en milieu naturel. La régularité de cette pratique semble plus importante que la fréquence (selon les participants, cela variait d'une heure par jour à une heure ou plus par semaine, souvent le week-end, et se répétait chaque semaine). L'accès à un lieu de nature n'est pas le même selon où l'on vit. Mais, même en ville, les parcs ou espaces de nature sauvage urbaine (*urban wildness* – Stocker, Suntken, Wissel 2014) ont des bienfaits sur la santé démontrés par la science. La majorité des participants vivaient en ville et les résultats des recherches confirment que la nature urbaine permet de nourrir une connexion avec l'environnement. Les participants profitaient avant tout de la nature la plus proche de chez eux (parc, plage, *bush*...).

Conclusion

En conclusion, les résultats de cette étude mettent en lumière les interactions complexes entre les êtres humains et la nature à l'ère du numérique et montrent comment l'identité écologique peut être influencée par ces interactions, générant de nouvelles dynamiques d'engagement pour la préservation environnementale. L'étude montre qu'il est difficile de séparer nature et culture, tant le concept de nature est lié à l'histoire et à la géographie d'un pays et d'un peuple, et donc à sa culture. L'identité écologique d'un individu est un facteur

déterminant l'ampleur des comportements pro-environnementaux de ce dernier. L'emploi de l'internet, joint à une exposition régulière à la nature, peut jouer un rôle positif dans le développement de cette identité et, potentiellement, favoriser les actes en faveur de la conservation de l'environnement à la fois en ligne et dans la vie réelle.

Malgré les défis posés par le dualisme persistant entre humain et nature, y compris pour des individus ayant un fort intérêt pour l'environnement, les résultats de cette étude montrent qu'il est possible d'avoir une identité écologique tout en percevant, en parallèle, les objets et créations humaines comme non naturels. L'étude souligne également le rôle de la technologie numérique, en particulier de l'internet, à la fois comme obstacle et soutien au lien humain-nature. Une utilisation judicieuse des outils numériques, combinée à une exposition régulière à la nature, pourrait être une solution pour enrichir la relation humain-nature à l'ère du numérique. Percevoir la symbiose potentielle entre technologie et nature pourrait symboliser une réconciliation entre nature et culture, mettant aussi en avant le potentiel du numérique pour se reconnecter à la nature.

De plus, le numérique peut offrir des expériences virtuelles de nature quand celle-ci n'est pas accessible pour diverses raisons (éloignement géographique, problèmes de santé, incapacités motrices, etc.). Au final, cette étude, jetant les bases d'une symbiose identitaire entre l'humain et la nature à l'ère numérique, ouvre la voie à de futures recherches, notamment à l'exploration approfondie des implications psychologiques de l'usage du numérique sur la perception du soi, à l'analyse des modèles de comportement pro-environnementaux émergents en ligne ou encore à la compréhension des mécanismes sous-jacents à la construction d'une identité en lien à la nature dans un monde de plus en plus connecté. Ces recherches futures doivent aussi tenir compte de l'impact environnemental du numérique – un sujet encore peu étudié dans le cadre de l'identité écologique – pour que la reconnexion à la nature qu'offrent les nouvelles technologies ne se fasse pas au détriment de la planète.

Bibliographie

- Albrecht G.A. 2019. *Earth Emotions: New words for a new world*, Cornell University Press, Ithaca.
- Braun V., Clarke V. 2006. Using thematic analysis in psychology, *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2), 77-101.
- Braun V., Clarke V. 2019. *Thematic analysis*, in *Handbook of research methods in health social sciences*, ed. P. Liamputtong, Springer, Hoboken, 843-860.
- Callicott J.B., Nelson M.P., eds. 1998. *The great new wilderness debate*, University of Georgia Press, Athens.

- Clayton S. 2003. *Environmental identity: A conceptual and an operational definition*, in *Identity and the natural environment: The psychological significance of nature*, eds. S. Clayton, S. Opatow, MIT Press, Cambridge, 45-65.
- Cronon W. 1995. *The trouble with wilderness or, getting back to the wrong nature*, in *Uncommon ground: Rethinking the human in nature*, ed. W. Cronon, W. W. Norton, New York, 69-90.
- Dickinson E. 2013. The misdiagnosis: Rethinking 'nature-deficit disorder', *Environmental Communication*, 7 (3), 315-335.
- Hailwood S. A. 2000. The value of nature's otherness, *Environmental Values*, 9 (3), 353-372.
- Hudson S.J. 2001. Challenges for environmental education: Issues and ideas for the 21st century, *BioScience*, 51 (4), 283.
- Keulartz J., Van der Windt H., Swart J. 2004. Concepts of nature as communicative devices: The case of Dutch nature policy, *Environmental Values*, 13 (1), 81-99.
- Kollmuss A., Agyeman J. 2002. Mind the gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behaviour? *Environmental Education Research*, 8 (3), 239-260.
- Leopold A. 1949. *A sand county almanac*, Oxford University Press, Oxford.
- Louv R. 2005. *Last child in the woods: Saving our children from nature-deficit disorder*, Algonquin Books, Chapel Hill.
- Miller J. 2008. Otherness, in *The Sage encyclopedia of qualitative research methods*, Sage, Thousand Oaks, 588-591.
- Milton K. 2002. *Loving nature: Towards an ecology of emotion*, Routledge, London.
- Moore J.W. 2016. *Anthropocene or capitalocene: Nature, history and the crisis of capitalism*, PM Press, Oakland.
- Muir J. 1911. *My first summer in the Sierra*, Houghton Mifflin, Boston.
- Newport C. 2019. *Digital minimalism*, Penguin, New York.
- Oelschlaeger M. 1991. *The idea of wilderness*, Yale University Press, New Haven.
- Plumwood V. 1993. *Feminism and the mastery of nature*, Routledge, London.
- Plumwood V. 2002. *Environmental culture: The ecological crisis of reason*, Routledge, London.
- Schrauf R.W. 2018. Mixed methods designs for making cross-cultural comparisons, *Journal of Mixed Methods Research*, 12 (4), 477-494.
- Schultz P.W. 2002. *Inclusion with nature: The psychology of human-nature relations*, in *Psychology of sustainable development*, eds. P.W. Schmuck, P.W. Schultz, Kluwer Academic, Norwell, 62-78.
- Stapp W.B., Cox D. 1969. The concept of environmental education, *Journal of Environmental Education*, 1 (1), 30-31.
- Stocker U., Suntken S., Wissel S. 2014. *A new relationship between city and wilderness*, Deutsche Umwelthilfe, Berlin.
- Thoreau H.D. 1854. *Walden*, Ticknor & Fields, Boston.
- Verhagen F.C. 2008. Worldviews and metaphors in the human-nature relationship: An ecolinguistic exploration through the ages, *Language & Ecology*, 2 (3), 1-19.

Troisième partie

Prisme pédagogique et artistique du numérique

Anna Clajot

Université de Varsovie

ORCID : 0000-0001-8251-7668

Comment mesurer la compétence sociolinguistique dans la didactique des langues : outils, défis, recommandations

Résumé : L'article analyse les différentes manières de mesurer la compétence sociolinguistique dans la didactique des langues. Le terme de la compétence sociolinguistique, grâce à sa multi-dimensionnalité, peut être considéré, à première vue, comme étant trop vague pour être défini précisément. Dans un premier temps, l'auteure présente la diversité terminologique des domaines de la linguistique et de la didactique. Et, dans un second temps, elle étudie les différentes approches de recherche et examine l'apport dans le contexte de l'apprentissage et de l'enseignement institutionnels des langues étrangères. En conclusion, l'auteure résume les défis et offre des recommandations pour l'activité de recherche en sociolinguistique à l'ère du numérique.

Abstract: The article analyzes numerous ways of measuring sociolinguistic competence in language teaching. The term sociolinguistic competence, due to its multidimensionality, may initially seem too vague to be precisely defined. Initially, the author presents the diversity of terminology from the fields of linguistics and language teaching. Subsequently, the author examines different research approaches and discusses their relevance in the context of institutional learning and teaching of foreign languages. In the conclusion, the author summarizes the challenges and provides recommendations for sociolinguistic research in the digital age.

Mots-clés : compétence sociolinguistique, didactique des langues, approche quantitative, approche qualitative, apprentissage/enseignement des langues étrangères, enseignement institutionnel.

Keywords: sociolinguistic competence, language didactics, quantitative research approach, qualitative research approach, foreign language learning and teaching, institutional teaching.

Introduction

La compétence sociolinguistique est considérée comme un terme « flou », même si elle fait l'objet de recherches en didactique des langues. Elle est principalement associée au contexte de l'évaluation des compétences communicatives langagières (« la pertinence sociolinguistique ») selon les normes du Cadre européen commun de référence pour les langues. En linguistique, le terme a été introduit par Didier Decamp (Decamp 1971) avec le sens de « connaissance idéale de toutes les règles de l'usage de la langue en fonction d'une situation, d'un contexte institutionnel, d'un rôle social et d'une position mutuelle des locuteurs ». Il a été adapté en didactique afin de répondre aux défis contemporains de l'enseignement. Dans cet article, nous montrerons la manière de mesurer la compétence sociolinguistique tout en gardant à l'esprit les problèmes propres à la didactique des langues.

La première partie de notre réflexion porte sur l'analyse du terme « compétence sociolinguistique » et sa comparaison avec les diverses notions issues du même champ thématique. Vu les lacunes et les inexactitudes liées au sens de la compétence sociolinguistique, nous essaierons de proposer une définition plus précise. Pour approfondir le sujet, nous analyserons ensuite les outils et les méthodes de recherche qualitatives et quantitatives. Nous poursuivrons avec la présentation de l'objet de notre recherche doctorale, ses problématiques de recherche et l'échantillon choisi (les apprenants et les enseignants de la langue française dans l'enseignement institutionnel). Nous présenterons les raisons du choix d'une méthode qualitative incluant l'analyse des documents, le questionnaire et le *focus group*. En guise de conclusion, nous esquisserons les principaux défis liés à la recherche à l'heure du numérique. De même, nous formulerons quelques recommandations pour répondre à ce bouleversement dans la collecte de données pour les sciences humaines et sociales.

1. La compétence sociolinguistique comme terme « flou »

La langue est un terme polysémique, défini à la fois d'un point de vue linguistique et sociolinguistique. Les concepts associés au contexte de la linguistique

sont le langage, la langue et les paroles d'après Ferdinand de Saussure (de Saussure 1961), le code, le message, le contact, le contexte, le destinataire et le destinataire d'après Roman Jakobson (Jakobson 1960) et enfin, la compétence et la performance d'après Noam Chomsky (Chomsky 1968). En revanche, en sociolinguistique l'accent est principalement mis sur la relation entre la société, la culture et la langue, qui ont un impact sur le processus cognitif des utilisateurs de cette dernière. Autrement dit, la façon dont nous percevons le monde dépend du langage, socle de l'hypothèse de Sapir-Whorf (Sapir 1921) illustrant le concept de relativisme culturel.

D'après Didier Decamp et Dell Hymes (Hymes 1996), la compétence sociolinguistique en linguistique se définit comme la connaissance parfaite de toutes les règles d'usage de la langue en fonction de la situation, du contexte institutionnel, du rôle social et de la position des interlocuteurs. Contrairement à la compétence linguistique, elle se distingue par la prise de conscience de l'usage des codes culturellement conditionnés. Une notion liée à la compétence sociolinguistique, qui n'est pas un terme linguistique communément reconnu, est la politesse linguistique en tant que phénomène culturel qui permet de comprendre et d'interpréter les interactions. La politesse linguistique est, en quelque sorte, traitée comme une caractéristique individuelle associée au respect des normes de politesse, du tact et de la gentillesse, autrement dit du savoir-vivre. Ce qui pourrait faciliter le respect de la politesse linguistique, c'est la mise en pratique de maximes conversationnelles, soit de recommandations à suivre pour atteindre les objectifs de communication visés. Les maximes concernent la quantité, la qualité, la référence, la méthode (Grice 1977), la politesse (Lakoff 1973) et la coopération (Leech 1983). D'après Bruce Fraser et William Nolen (Fraser, Nolen 1981), les maximes sont négociables, ce qui signifie que les comportements peuvent être qualifiés de polis ou d'impolis selon le contexte institutionnel, historique et situationnel.

La compétence sociolinguistique en didactique des langues étrangères a commencé à être prise en compte au moment des travaux sur les premiers concepts de l'approche communicative de Dell Hymes et des esquisses du Cadre européen commun de référence pour les langues (Conseil de l'Europe 2001) qui favorisait une approche par tâches, autrement dit l'apprentissage de la langue par l'action. Des aspects de nature sociolinguistique apparaissent dans la description des compétences générales de l'apprenant (le savoir, le savoir-faire, le savoir-être et le savoir-apprendre) et des compétences langagières (la compétence linguistique, sociolinguistique et pragmatique). D'après les auteurs du Cadre, travailler sur la compétence sociolinguistique signifie approfondir les connaissances à travers la mise en pratique des règles de politesse, le respect des conventions de politesse, l'application des règles de communication selon l'âge, le sexe et le statut social des interlocuteurs, le respect des rituels de communication, des registres et des styles linguistiques ainsi que la conscience des variétés

sociales et régionales de la langue. Contrairement à la compétence sociolinguistique, la pertinence sociolinguistique est étroitement liée à l'évaluation de cette dernière dans la pratique. Comprise en tant qu'exactitude sociolinguistique, elle apparaît sur l'échelle des indicateurs de compétence linguistique du niveau A1 jusqu'au niveau C2, ce qui facilite aux apprenants et aux enseignants l'évaluation et l'autoévaluation des compétences dans ce domaine.

Si nous analysons le champ thématique de la compétence sociolinguistique, il faut aussi inclure le concept de compétence interculturelle de Michael Byram (1997), qui renvoie aux connaissances, aux compétences et aux attitudes permettant de comprendre et d'apprécier d'autres cultures. Grâce à cette compétence, il est possible de façonner l'attitude d'un locuteur interculturel, qui est un utilisateur de la langue caractérisé par la connaissance de sa propre culture, mais aussi de la culture étrangère. C'est une personne qui brise les stéréotypes et en même temps fait la promotion de sa culture natale. L'éducation et la sensibilisation culturelles aboutissent au renforcement des compétences en communication interculturelle. Celle-ci permet de façonner l'intelligence interculturelle (Mac-kiewicz 2010) et l'intelligence culturelle (Earley, Ang, Mosakowski 2004). L'importance de l'interculturalisme dans l'enseignement trouve encore sa preuve dans l'introduction dans la salle de classe de la notion d'éducation interculturelle (Aleksandrowicz-Pedich 2007). L'éducation interculturelle est le fait de familiariser les étudiants avec les processus sociaux, les conditions et la réflexion sur leur propre culture et sur la culture étrangère. Ainsi, en tenant compte de la diversité des termes liés à la compétence sociolinguistique, nous proposons de la redéfinir comme suit :

La compétence sociolinguistique est la connaissance et l'application des règles de politesse, le respect des conventions de politesse et des règles de communication dans un contexte situationnel donné en fonction de l'âge, du sexe et du statut social des interlocuteurs. C'est l'adhésion aux rituels de communication, aux registres et aux styles de langue, y compris la sensibilité aux variétés linguistiques sociales et régionales. Dans le domaine de la didactique, la compétence sociolinguistique combine notamment la conscience de la connaissance linguistique et la conscience des conditions non linguistiques influençant la communication et les attentes des interlocuteurs liées à la réalisation d'un objectif de communication spécifique.

2. Les méthodes de recherche dans la didactique des langues

L'apprentissage et l'enseignement des langues étrangères appartenant à la fois aux sciences humaines (l'étude des comportements individuels et sociaux) et aux sciences sociales (l'étude de ce qui motive leur organisation), puisant dans la linguistique, la psycholinguistique, la sociolinguistique, les sciences

cognitives, les neurosciences, l'anthropologie et dans bien des autres domaines encore (Chardenet 2010), nécessitent une méthodologie de recherche bien élaborée, mais surtout adaptée au contexte situationnel. Il faut aussi être conscient du fait que les résultats « ne permettent jamais de construire de conclusions universelles ni invariables » (Wilczyńska, Stadnik 2010) et que l'hypothèse créée au début « sous la forme d'une proposition à tester [...] mettant en relation [...] les variables indépendantes ou explicatives et les variables dépendantes » (Albarelo 1999) vérifie la théorie donnée. Ce jeu éternel de double ou même de triple vérification des données a pour but d'objectiver autant que faire se peut les résultats pour pouvoir en tirer les conclusions les plus pertinentes. Dans la méthodologie de recherche en didactique des langues, nous parlons de deux approches générales : quantitative et qualitative.

2.1. Approche quantitative

Les méthodes quantitatives s'appuient sur les outils d'analyse mathématiques et statistiques dans l'intention de rendre les résultats *idéalement* objectifs. Voici quelques éléments caractéristiques de cette approche :

- la recherche est planifiée dans ses moindres détails, y compris pour la sélection d'outils ;
- l'hypothèse constitue un point de départ qui détermine le rapport entre les variables ;
- le phénomène en question est concret, en quelque sorte isolé de la réalité ;
- l'échantillon doit être perçu comme un groupe de personnes ;
- comme la recherche s'appuie sur l'analyse statistique, l'échantillon doit être représentatif et assez nombreux pour objectiver les résultats (Wilczyńska, Stadnik 2010) ;
- pour que l'interprétation des résultats soit exacte, il faut implémenter des critères d'objectivité, de solidité et de justesse (Krüger 2007).

La recherche quantitative a ses propres outils tels que, entre autres, les questionnaires. Il existe aussi des méthodes pour constituer des échantillons de personnes – choisies au hasard ou proportionnellement à la population. Cela permet d'assurer que les résultats de recherche sont représentatifs et généralisables à une population donnée.

2.2. Approche qualitative

Alors que l'approche quantitative vise la collecte d'un grand nombre de données objectives, les méthodes qualitatives accentuent davantage la nature des données, c'est à-dire la profondeur de l'analyse des résultats. Cependant, cela ne

signifie pas que les caractéristiques de cette approche soient floues. Au contraire, on peut citer plusieurs principes, à titre d'exemple :

- le but principal est de saisir l'image complète du phénomène examiné ;
- les données sont complétées de façon ouverte et leur interprétation se forme graduellement ;
- il faut collecter une grande variété de données, cependant, pour ce faire, la personne interrogeant doit saisir la logique des personnes interrogées et leurs façons d'agir pour les analyser d'une manière juste et adéquate (Wilczyńska, Stadnik 2010) ;
- le nombre des personnes interrogées est sciemment réduit pour approfondir davantage l'analyse du matériel consistant à vérifier les hypothèses successives (Krüger 2007) ;
- la recherche peut être perturbée et les résultats peuvent s'avérer loin d'être objectifs à cause de l'effet d'observateur ou à la suite de l'effet d'auréole (Wilczyńska, Stadnik 2010).

Il est possible de collecter les données qualitatives à l'aide de l'interview narrative, de l'interview concentrée sur un problème concret, grâce à l'auto-narration écrite durant l'observation, en enregistrant ou en faisant la transcription de la discussion de groupe ou pendant l'analyse des documents.

3. La compétence sociolinguistique dans l'apprentissage / l'enseignement institutionnel des langues étrangères – comment les mesurer ?

La définition de la compétence sociolinguistique et sa signification pour les utilisateurs des langues et les participants au processus d'apprentissage / enseignement des langues étrangères sont l'objet de recherches à la fois en linguistique et en didactique des langues. Cependant, il convient de savoir que, même si les spécialistes délimitent bien le terme « compétence sociolinguistique », celui-ci est considéré comme polysémique, voire flou, car il peut être interprété différemment par les apprenants et les enseignants des langues, selon les objectifs d'apprentissage, les besoins spécifiques et les conditions de l'enseignement scolaire. C'est la richesse de l'interprétation, ou bien l'ambiguïté du terme « compétence sociolinguistique », qui a été l'une des raisons principales pour lesquelles notre recherche doctorale a été entreprise. Son objectif principal était de déterminer quelles significations (tant au niveau littéral que métaphorique) étaient attribuées à ce terme par les apprenants et les enseignants des langues étrangères. Un autre aspect intéressant a été l'observation de la relation entre la perception du terme « compétence sociolinguistique » et le développement de cette

compétence dans un cadre institutionnel – méthodes et techniques relatives au travail approfondi sur cette compétence, les principales sources de connaissances et le type de tâches proposé lors des unités de cours.

Le principal problème de recherche était le suivant : quelle est la portée de la compréhension du terme « compétence sociolinguistique » chez les apprenants et les enseignants du point de vue de l'apprentissage de la langue étrangère dans les conditions institutionnelles ? Les problèmes de recherche spécifiques ont été également posés :

- Comment le terme « compétence sociolinguistique » est-il compris ?
- Comment la notion « politesse linguistique » est-elle comprise ?
- Comment le terme « compétence sociolinguistique » est-il compris en termes du savoir sur la langue maternelle et la langue étrangère ?
- Quels sont les risques du non-respect des principes de la compétence sociolinguistique ?
- Quels traits de personnalité peut-on attribuer à un locuteur interculturel ?
- Est-ce que la compétence sociolinguistique peut être pleinement développée dans l'apprentissage institutionnel des langues ?
- Quelle est la source des savoirs sur les comportements souhaités et indésirables liés au développement de la compétence sociolinguistique ?
- Quelle est l'importance du développement de la compétence sociolinguistique dans le processus d'apprentissage d'une langue étrangère ?

Le critère de sélection de l'échantillon a été la perspicacité dans le contexte didactique, propice à l'obtention de réponses aux questions de recherche formulées. Voici les principes selon lesquels l'échantillon des répondants a été sélectionné.

Le premier groupe était composé d'étudiants de facultés non philologiques ayant participé à un cours de langue française (niveau B1 minimum). Il a été constaté qu'un niveau inférieur de maîtrise de la langue (A1, A2) pouvait se traduire par une moindre orientation quant au sujet de l'étude, par exemple, dans le cas d'approfondissement de la réflexion sur le sujet de la compétence sociolinguistique et de sa spécificité pendant l'apprentissage d'une langue étrangère. Alors qu'aux niveaux inférieurs les sujets liés au développement de la compétence sociolinguistique reposent principalement sur la mémorisation de formules polies, l'analyse des questions liées au sujet de recherche est approfondie chez les étudiants ayant un niveau d'avancement plus élevé et une plus grande conscience linguistique.

Le groupe suivant comprend des étudiants en philologie en raison de leur expérience tout aussi étendue dans l'apprentissage d'une langue étrangère que dans le groupe précédent. La recherche a été menée auprès d'étudiants en philologie romane qui évaluent leurs compétences linguistiques au niveau B1

minimum. Une question particulièrement intéressante du point de vue de l'ensemble de l'étude était de vérifier si le profil philologique des répondants influençait une perception différente des questions liées à la compétence sociolinguistique par rapport aux domaines de recherche.

Le questionnaire a également été adressé aux professeurs de français donnant des cours aux étudiants. Le critère strict d'enseigner à un niveau d'avancement spécifique (enseignement supérieur) a été abandonné, car la plupart des répondants donnait simultanément des cours à des groupes de différents niveaux d'avancement, du niveau A1 au niveau C1. Il est à noter que certains répondants enseignaient le français en même temps aux étudiants philologues et aux étudiants des facultés non philologiques.

Compte tenu de l'aspect de la réalité examinée, la recherche était statique et constituait un diagnostic transversal, car l'analyse de la situation actuelle dans le processus didactique constituait le principal centre d'attention du chercheur (Komorowska 1982). Vu que l'intention était de connaître les sentiments et les opinions des répondants et non l'état des connaissances sur la terminologie, l'approche qualitative – généralement pratiquée pour explorer les attitudes, les perceptions et les comportements des individus en question – a été utilisée. Ce type de méthode a été sciemment choisi, car il est favorable lorsque l'objectif est de générer des théories (la redéfinition du terme « compétence sociolinguistique »), de développer ou d'améliorer les pratiques éducatives en proposant des conseils comment travailler sur la compétence sociolinguistique dans une salle de classe de langue.

Pour notre étude, nous avons appliqué trois techniques de collecte de données :

- 1) la technique d'analyse de documents nous a servi à explorer le contenu des manuels de français les plus fréquemment utilisés. L'auteure s'est concentrée sur l'analyse des exercices proposés aux étudiants dans la section dite culturelle des manuels. L'analyse des manuels nous a permis d'approfondir le sujet, de mieux délimiter les zones de recherche et de préparer la construction du questionnaire ;
- 2) la collecte de données par le biais d'un questionnaire constituait l'étape suivante de notre étude. Même si par définition le questionnaire est une des techniques utilisées pour mener une étude quantitative, le choix intentionnel de l'auteure de proposer la plupart des questions ouvertes ou semi-ouvertes a donné à cette technique une touche qualitative. Les participants devaient fournir des réponses détaillées, ce qui nécessitait une bonne dose de réflexion et d'autoréflexion, puisque les questions portaient sur les pratiques d'apprentissage de vie quotidienne. Comme tous les outils d'étude devaient être pré-testés pour garantir la validité et la fiabilité des outils de collecte de données, cela a permis de vérifier si les instructions et les questions étaient claires et si le temps nécessaire au remplissage du questionnaire était suffisant. Le pré-test a été réalisé sur

une population comparable à celle de l'étude et comme aucun changement n'a dû être incorporé dans la conception finale de l'outil, les réponses collectées ont été prises en compte lors de l'étape de gestion et d'analyse de données ;

3) la dernière étape de recherche était le *focus group*. C'est une technique d'entretien en groupe qui fait partie des techniques de recherche qualitative, permettant d'évaluer les opinions, les attentes et la satisfaction d'un groupe de personnes. Lors de cette étape, nous avons posé des questions supplémentaires aux participants pour approfondir davantage le sujet étudié. Nous avons la possibilité de faire interagir les participants entre eux et de collecter des avis divergents grâce à une dynamique spécifique qui ne pouvait pas être capturée par un entretien face-à-face. Puisque le *focus group* permet d'accorder un temps de parole plus long à l'interviewé, qui a la possibilité de développer sa pensée après avoir rempli le questionnaire, cela nous a donné la possibilité d'obtenir des témoignages plus complets et novateurs.

Pour la collecte de données, il est préférable d'utiliser plusieurs méthodes. L'obtention d'informations de diverses manières sur les mêmes phénomènes permet au chercheur de trianguler les données, ce qui ajoute de la rigueur à sa recherche. La collecte de données qualitatives est émergente par nature, ce qui permet au chercheur d'étudier les résultats plus en détail à mesure qu'ils apparaissent.

Conclusion

Cette étude menée sur une thématique « floue », autour de laquelle il y a beaucoup de confusion, car le champ thématique qui l'englobe est large, implique l'usage de méthodes de recherche qualitatives. Pour cela, il existe de différentes sources de données comme l'analyse de documents, les entretiens ou les observations. Chacune des techniques de collecte de données citée a ses faiblesses et ses atouts auxquels il faut réfléchir au moment du choix d'une approche qualitative particulière. La richesse des données collectées, la compréhension plus en profondeur du problème étudié, la description et l'explication approfondie du phénomène, ainsi que l'étude menée en milieu naturel (social) plutôt que dans un environnement expérimental ne sont que quelques points forts de la recherche qualitative. En revanche, cela ne signifie pas que les études sur la compétence sociolinguistique devraient être limitées à l'usage des techniques typiques pour la recherche qualitative.

Le questionnaire utilisé dans la deuxième étape du travail doctoral est, par excellence, une technique traditionnellement associée à la recherche quantitative générant des données numériques, ou tout simplement des informations, pouvant être facilement converties en chiffres pour construire des modèles

statistiques. Cependant, si à l'étape de la conception d'un questionnaire, nous choisissons de poser des questions essentiellement ouvertes aux participants, ou des questions fermées à choix multiples, ou de type échelle, mais avec une possibilité de commentaires, la démarche se transforme en technique qualitative. Dans le cadre de notre recherche, le questionnaire a été conçu après l'analyse détaillée des manuels (technique purement qualitative) et son but était de mettre à l'aise les interviewés et de leur redonner confiance pour mieux creuser le sujet pendant le *focus group*. Cette triangulation des méthodes – l'usage croisé de techniques de collecte de données – à condition d'être assumée, permet de dépasser l'application de recettes toutes faites qui, dans le cas de la compétence sociolinguistique, seraient des conseils didactiques prêt-à-porter.

Finalement, il faudrait prendre en considération le contexte de l'enquête – la pandémie – qui a rendu la collecte de données plus difficile et a pu conditionner le choix des techniques de la recherche scientifique. Même si la distribution des questionnaires se fait en un clic, car il est possible de les mettre en ligne en utilisant des sites comme Google formulaires, il est beaucoup plus difficile de motiver les participants à passer quelques minutes à remplir un questionnaire. Comparé aux anciennes méthodes classiques de la distribution des questionnaires déjà imprimés pendant des cours, il faut attendre des mois pour collecter le même nombre des réponses par le biais de l'internet, à condition d'envoyer des messages de relance aux participants. Mesurer la compétence sociolinguistique à l'ère du numérique n'est pas une révolution copernicienne en soi, car la méthodologie stricte reste indispensable pour aboutir aux résultats fiables et représentatifs. Si le numérique peut faciliter la collecte de données et leur catégorisation, l'être humain qui fournit les réponses demeure essentiel.

Bibliographie

- Albarello L. 1999. *Apprendre à chercher : l'acteur social et la recherche scientifique*, De Boeck Université, Bruxelles.
- Aleksandrowicz-Pędich L. 2007. Interkulturowość w kształceniu językowym w Polsce i innych krajach europejskich, *Nauczanie języków obcych – Polska a Europa*, ed. H. Komorowska, SWPS Academica, Warszawa, 39-56.
- Brown P., Levinson S. 1978. *Universals in language usage: Politeness phenomena*, in *Questions and politeness: Strategies in social interaction*, ed. E.N. Goody, Cambridge University Press, Cambridge, 56-311.
- Byram M. 1997. *Teaching and assessing intercultural competence*, Multilingual Matters, Clevedon.
- Chardenet P. 2010. *Faire de la recherche en didactique des langues, un outil global et contextuel au service des systèmes éducatifs*, Université de Franche-Comté, Besançon.

- Chomsky N.A. 1968. *Language and mind*, Harcourt, Brace, and World, New York.
- Clajot A. 2022. Sociolinguistic competence in institutional language learning – redefinitions, challenges, tools, University of Warsaw, Warsaw.
- Conseil de l'Europe. 2001. *Un cadre européen commun de référence pour les langues : apprendre, enseigner, évaluer*, Éditions Didier, Paris.
- Cuq J.-P., Gruca I. 2005. *Cours de didactique du français langue étrangère et seconde*, Presses universitaires de Grenoble, Grenoble.
- Decamp D. 1971. Implicational scales and sociolinguistic linearity, *Linguistics*, 9 (73), 30-43.
- de Saussure F. 1961. *Kurs językoznawstwa ogólnego*. Przekł. Krystyna Kasprzyk, PWN, Warszawa.
- Earley P.C., Ang S. 2003. *Cultural intelligence individual interactions across culture*, Stanford Business Books, Stanford.
- Earley P., Mosakowski E. 2004. Cultural intelligence, *Harvard Business Review*, 82 (10), 139-146..
- Fraser B., Nolen W. 1981. The association of deference with linguistic form, *International Journal of the Sociology of Language*, 1981 (27), 93-110.
- Grice P. 1977. *Logic and conversation*, in *Syntax and semantics*, Vol. 3, *Speech Acts*, eds. P. Cole, J.L. Morgan, Academic Press, New York, 41-58.
- Hymes D.H. 1996. On communicative competence, *Research planning conference on language development among disadvantaged children*, New York.
- Jakobson R. 1960. *Linguistics and poetics*, in *Style in language*, ed. T. Sebeok, M.I.T. Press, Cambridge, 350-377.
- Komorowska H. 1982. *Metody badań empirycznych w glottodydaktyce*, PWN, Warszawa.
- Krüger H. H. 2007. *Metody badań w pedagogice*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk.
- Lakoff R. 1973. *The logic of politeness: Or, minding your p's and q's*, in *Papers from the 9th Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society*, eds. C. Corum, T.C. Smith-Stark, A. Weiser, Linguistic Society, Chicago, 292-305.
- Leech G. N. 1983. *Principles of pragmatics*, Longman, New York.
- Mackiewicz M. 2010. Standardy kulturowe a dydaktyka języków obcych, ed M. Mackiewicz, *Kompetencja interkulturowa w teorii i praktyce edukacyjnej*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań, 137-150.
- Puren C. 1988. *Histoire des méthodologies de l'enseignement des langues*, Nathan, Paris.
- Sapir E. 1921. *Language*, Harcourt, Brace and World, New York.

Luiz do Valle Miranda
Université Charles de Prague
ORCID : 000-0003-1838-5693

Herméneutique, culture numérique et éducation : formation des enseignants à l'ère des technologies numériques

Résumé : Des travaux récents sur l'anthropologie philosophique affirment que les changements liés à la vulgarisation des technologies numériques ont des impacts profonds sur l'auto-compréhension anthropologique de *homo digitalis*. Une façon de conceptualiser de telles transformations consiste à envisager l'émergence d'une culture numérique distinctive. La pertinence pédagogique de la prise en compte de ces différences est liée au besoin croissant de rechercher des solutions pédagogiques en ligne. La recherche et l'expérience dans le domaine de l'éducation interculturelle ont fourni à la fois un avertissement sur la difficulté de l'éducation dans ces contextes et des solutions possibles basées sur la formation des enseignants. Un sous-ensemble de cette littérature s'oriente vers la tradition philosophique de l'herméneutique comme source d'inspiration. Explorer comment ces différentes images de l'être humain numérique sont liées aux pratiques éducatives peut élucider certains concepts, pratiques et relations importantes, ainsi qu'inspirer des recherches futures sur les intersections entre les domaines de l'anthropologie philosophique, de la philosophie de la technologie et de l'éducation.

Abstract: Recent works on philosophical anthropology state that the changes related to the popularization of digital technologies have profound impacts on the anthropological self-understanding of the "homo digitalis." One way of conceptualizing such transformations is considering the emergence of a distinctive digital culture. The educational relevance of taking these differences into consideration is

called into attention given the current increasing need for online educational solutions. Research and experience in the field of intercultural education have provided both a warning about the difficulty of education in these settings and workable solutions based on teacher education. A subset of this literature draws upon the philosophical tradition of hermeneutics as sources of inspiration. The exploration of how these different images of the digital human being relate to educational practices can elucidate important concepts, practices and relations, as well as future research on the intersection between the fields of philosophical anthropology, of the philosophy of technology and education.

Mots-clés : apprentissage en ligne, philosophie de l'éducation, philosophie de la technologie, herméneutique, éducation interculturelle.

Keywords: online learning, philosophy of education, philosophy of technology, hermeneutics, intercultural education.

Introduction

Des travaux récents sur la sociologie et l'anthropologie philosophique visent à comprendre comment l'essor des technologies numériques, de l'internet et de la communication numérique est lié à un ensemble de transformations dans de différents aspects de la vie humaine en le reliant à l'émergence d'une image anthropologique de l'être humain comme « homme numérique » ou *homo digitalis* (Capurro 2017, Stalder 2016). Un sous-ensemble de ces œuvres conceptualise l'ensemble, distinctif mais unifié, des conditions et des relations induites par ces conditions anthropologiques et technologiques comme l'émergence d'une culture numérique (Miller 2011, Reckwitz 2017). Le concept d'une image de l'homme comme *homo digitalis*, et l'idée d'une culture numérique émergeant de l'ensemble des relations de ces humains numériques ne sont pas des concepts et des définitions essentialistes, mais des interprétations qui peuvent aider à élucider la transformation de différents aspects de la vie (Kultaieva 2020). Une personne n'est pas nécessairement numérique ou non, mais il y a une adhésion variable à ces auto-compréhensions sociologiques et anthropologiques qui varient en fonction de facteurs tels que la maîtrise de la technologie ou l'âge (Harley, Morgan, Frith 2018). Un domaine d'activité sociale intrinsèquement constitué par les compréhensions anthropologiques de l'être humain, c'est l'éducation (Pelcova 2014). Certains processus éducatifs ont été fortement affectés par la pandémie de Covid-19. Cela a permis l'évolution de l'enseignement à distance, faisant passer l'éducation par l'intermédiaire des technologies numériques d'une simple possibilité à une réalité universelle. Le besoin actuel de solutions éducatives en ligne attire l'attention sur la pertinence d'études rigoureuses sur les conditions de la culture numérique émergente.

Compte tenu de la différence du degré d'insertion et de représentativité des personnes dans le monde numérique et du fait que cette différence se voit souvent entre les générations, nous explorerons l'implication de ces différences culturelles dans le cadre de la classe. Le domaine de l'éducation interculturelle, qui a traditionnellement abordé les questions des classes sociales, du genre, de la religion et de l'ethnicité (Ladson-Billings 1995, Banks 2019) peut aider à élucider certains points d'apparition de ces différences culturelles médiatisées par l'immersion technologique. La recherche et l'expérience dans ce domaine ont montré, à la fois, la difficulté de l'éducation dans des contextes de cultures différentes et de solutions possibles basées sur la formation des enseignants. Les études contemporaines sur cette question s'inspirent de la tradition philosophique de l'herméneutique (Pickett, York 2011). Développer une disposition herméneutique peut servir de paradigme à la formation des enseignants pour surmonter les différences liées à la technologie et cultiver une ouverture à la différence des autres (Gadamer 1976).

Notre étude est divisée en deux sections. La première propose des réponses aux questions suivantes : (1) De quelle manière pouvons-nous considérer la culture numérique comme quelque chose d'unique ? (2) Comment ces différences sont-elles reproduites et accentuées entre les générations ? Les réponses à ces questions s'appuient principalement sur la sociologie de Reckwitz (2017), sur l'anthropologie philosophique de Capurro (2017) et sur la philosophie de la technologie d'Ihde (2002). La deuxième partie invite à une reformulation de la problématique exposée ci-dessus suivie d'une discussion des questions suivantes : (3) Quelle partie du discours sur l'éducation multiculturelle peut être traduite dans le discours des différences culturelles basé sur la technologie ? (4) Comment l'herméneutique peut-elle servir d'outil de formation des enseignants pour faire face à ces différences ? Les discussions sur l'éducation interculturelle sont principalement présentées à travers les travaux de Ladson-Billings (1995), tandis que l'idée d'herméneutique et son application à la formation des enseignants sont analysées, respectivement, d'après Gadamer (1976) et Pickett et York (2011).

1. Culture numérique et différences intergénérationnelles

Il existe un ensemble d'activités, de routines et de valeurs significatives qui constituent une culture numérique liée à l'importance et à la présence croissante de la technologie numérique dans la société. La technologie numérique renvoie selon la perception de Reckwitz (2017) à une triade : les algorithmes informatiques, la numérisation des formats de médias et le développement d'un réseau de communication mondial (internet). Dans son livre intitulé *Die Gesellschaft der Singularitäten*, Reckwitz (2017) discute certaines caractéristiques de la culture numérique. Nous reprendrons une partie de sa description pour

souligner la validité et la distinction du discours sur la culture numérique. L'argument de son livre est qu'il y a un glissement dans la société moderne tardive de la rationalité du général vers la rationalité du singulier. Les éléments culturels sont de plus en plus valorisés lorsqu'ils sont particuliers. La complexité technologique des ordinateurs, de la numérisation et de l'internet, permet et la fabrication de sujets et y oblige, celle d'objets et de collectifs uniques. Un nouvel ensemble de relations émerge avec cette transformation. L'accumulation et le partage d'informations perdent de leur prestige au profit accru de la production d'images et de narrations à caractère affectif, esthétique et émotionnel. Attirer et maintenir l'attention devient un bien précieux que se disputent les individus et les entreprises. Pour gagner cette attention, les produits nouveaux doivent être lancés en continuité et, comme renchérit Reckwitz, « la culture a acquis un caractère éphémère et est vécue dans l'instant. Les références au passé ou au futur ont diminué, car tout ce qui importe, c'est ce qui est nouveau et actuel dans le moment présent » (Reckwitz 2017 : 242, traduction de l'auteur). Au milieu de ces transformations, l'élaboration de profils numériques uniques, la performance de soi en ligne et l'appartenance à des communautés fondées sur des particularités similaires des membres deviennent les aspects de plus en plus précieux de la vie sociale.

Cependant, cette théorie n'est qu'une des alternatives permettant de concevoir des cultures numériques. Une autre proposition se trouve chez Stalder (2016) qui met en évidence trois éléments clés de cette culture émergente qu'il nomme la « condition numérique » :

- la référentialité, c'est-à-dire l'établissement de nouvelles significations grâce à l'utilisation et à la réutilisation du matériel culturel existant reflétant l'individualité d'une manière performative ;
- la communauté, c'est-à-dire l'importance croissante des formations communautaires en tant que sujet réel de la production culturelle ;
- l'algorithmie, ou le rôle essentiel des algorithmes et des processus automatisés dans la réduction et la présentation d'une grande quantité de données de manière compréhensible, s'incluant dans la prise de décision humaine.

Explorant la culture numérique et l'homme numérique à travers des concepts plus philosophiques et anthropologiques, Capurro (2017) fait à son tour référence à des notions d'ontologie et d'interprétation pour comprendre les individus et les collectifs transformés par les technologies numériques. Il avance la thèse selon laquelle la façon dont nous interprétons le monde et dont nous entrons en relation avec lui est de plus en plus intriquée au processus de numérisation :

Nous vivons dans des cultures numériques. La technologie numérique façonne notre mode de vie dans la vie quotidienne, la façon dont nous enseignons et dont

nous menons les recherches scientifiques, notre politique et notre économie, notre système juridique et administratif, etc. [...] Cela ne signifie pas que tout le monde est déterminé, dans la même mesure et de la même manière, par la technologie numérique. [...] Nous voyons, comprenons, construisons et manipulons tous les phénomènes à l'horizon de la digitalité (Capurro 2017 : 3, traduction de l'auteur).

Ces points de vue reflètent une philosophie de la technologie qui met l'accent sur la co-constitution de corps, de cultures et de technologies. Ces dernières ne sont pas de simples instruments, elles s'intègrent à notre existence corporelle et à notre engagement dans le monde. Par exemple, elles ne nous aident pas seulement à résoudre une tâche, mais changent par leur seule présence la façon dont nous comprenons cette tâche et la ressource technologique elle-même (Ihde 2002). Introna résume cette approche sur la technologie en ces termes :

La technologie et la société se co-constituent dès le départ. Elles sont la condition de la possibilité d'être de l'autre. La technologie n'est pas seulement artéfact, c'est aussi l'attitude ou la disposition technologique qui a fait apparaître l'artéfact comme significatif et nécessaire en premier lieu. Cependant, une fois en existence, les artéfacts et la disposition qui les a rendus significatifs révèlent également le monde au-delà de la simple présence des artéfacts (Introna 2017 : paragraphe 47, traduction de l'auteur).

Prenant en compte ce rôle constitutif de la technologie, il devient plus facile d'explorer la nature des différences générationnelles liées à la culture numérique. Il ne s'agit pas d'examiner la capacité d'une personne à maîtriser efficacement ces technologies, mais plutôt de voir son horizon de possibilités impacté par l'apport qu'offre cette technologie. Un utilisateur plus âgé est peut-être beaucoup moins créatif au sein de la culture numérique qu'un utilisateur plus jeune ayant été exposé aux outils numériques en tant que sources de connaissances culturelles et de construction identitaire. Cette relation peut impliquer toute une gamme de niveaux de compétence et de degrés d'immersion dans le monde numérique. Harley, Morgan et Frith (2018) présentent une étude approfondie de la façon dont les expériences numériques se déroulent à travers les différentes étapes d'une vie. Ils concluent notamment que :

[...] les premières rencontres des enfants avec la technologie numérique se faisaient vraisemblablement à travers des jeux, tandis que les personnes plus âgées étaient susceptibles de les voir comme des outils pragmatiques [...]. Inévitablement, ces différents cadres de référence viennent éclairer les interprétations ultérieures du monde numérique [...]. [Cependant,] dès que l'on passe au-delà de l'adoption initiale des technologies numériques, on voit que d'autres motivations

(ou « orientations de vie ») entrent en jeu. [...] Certaines de ces mêmes motivations générales existent pour tous les groupes d'âge, mais sont susceptibles d'être vécues et exprimées de manière distincte, reflétant les exigences sociales et psychologiques de chaque étape de la vie (Harley, Morgan, Frith 2018 : 227-228, traduction de l'auteur).

Il existe une variété de différences culturelles entre les enseignants et les élèves, allant au-delà de celles mises en avant par le numérique. Les enfants et les adolescents développent des routines et des préoccupations distinctes qui interagissent avec la culture adulte via une démarche de résistance et de reproduction en fonction des artéfacts culturels et matériels dont ils disposent. Ils sont de plus en plus connectés aux médias numériques. Les études sur la culture des paires d'enfants et sur leur relation à l'éducation insistent sur ces transformations (Corsaro 2015).

Lorsque les moyens de communication et les ressources pédagogiques sont envahis par la nécessité soudaine et omniprésente de l'enseignement à distance, les différentes routines, valeurs et préoccupations liées à la culture numérique prennent le pas sur les autres aspects de la tension entre la culture des adultes et celle des paires. Si le médium, au moins dans une certaine mesure, est le message lui-même, alors la forme de ce médium, qui construit de manière différenciée (par génération) l'expérience éducative des participants (étudiants et enseignants), modifie intrinsèquement le contenu présenté dans le processus d'éducation en ligne.

2. Éducation interculturelle, herméneutique et culture numérique

À partir des idées discutées précédemment, nous pouvons résumer l'objet de cette recherche destinée à comprendre comment le fait que l'expérience des étudiants et des enseignants soit différemment constituée par la technologie, à cause de leur écart générationnel, affecte la manière dont se développe l'éducation en ligne. L'analyse de ces différences pourrait améliorer le processus éducatif et la formation des enseignants à utiliser de tels moyens. Comment conceptualiser ces différences de manière à permettre de telles améliorations ?

L'une des approches possibles serait de les considérer comme des différences culturelles. Dans ce sens, s'appuyer sur des études relatives à l'éducation et à la compréhension interculturelles peut donner des indications sur des problèmes spécifiques et sur certaines propositions de solutions.

Le domaine de l'éducation interculturelle (et multiculturelle) s'est beaucoup développé au cours des dernières décennies et a produit une abondante littérature traitant des principales problématiques liées à ce sujet. En particulier, il s'agit de celles se rapportant à la classe sociale, au sexe, à la religion et

à l'ethnicité. Ce sont des questions importantes. Cependant, nous pensons qu'elles ont un rôle mineur dans la discussion actuelle. Ainsi, nous proposons d'examiner deux concepts de l'éducation interculturelle et leur application dans le cas des cultures numériques. Le premier concerne la question de la diversité épistémologique, c'est-à-dire celle des différentes hypothèses sur la production des connaissances. La seconde renvoie à l'arrière-plan culturel qui fait référence aux idées préconçues des étudiants sur le processus éducatif.

Les personnes de cultures différentes ont des idées distinctes sur la manière dont les connaissances sont construites et évaluées. Ces différentes épistémologies, dans une situation éducative, affectent par exemple la terminologie adoptée pour expliquer une notion, le temps nécessaire à l'acquisition des connaissances, le processus de réception par les étudiants des connaissances transmises par l'enseignant, etc. (Aman 2018). Hardy et Tolhurst (2018) présentent une synthèse des recherches dans le domaine de la culture et des croyances épistémologiques, soulignant que ces facteurs peuvent influencer des variables telles que la motivation des étudiants, la persévérance ou encore la capacité à faire face à la recherche de connaissances. Ils affirment que :

[...] ces croyances [épistémologiques] ont un effet médiateur sur les facteurs cognitifs et motivationnels qui sous-tendent les stratégies d'enseignement et d'apprentissage. [...] la structure des environnements d'apprentissage reflète implicitement les croyances d'un enseignant, qu'elles soient soigneusement considérées ou à un niveau subconscient. De plus, des individus issus des milieux ethniques et culturels différents arrivent dans des environnements éducatifs avec des « visions du monde » différentes, ce qui peut également avoir un effet sur les croyances épistémologiques et, par conséquent, sur les comportements d'apprentissage (Hardy, Tolhurst 2018 : 284, traduction de l'auteur).

Comment cela s'applique-t-il à la culture numérique ? Un nombre croissant d'auteurs discutent le rapport de la numérisation à l'épistémologie (Capurro 2017, Lankshear 2003). La recherche sur les épistémologies numériques peut être résumée dans l'effort de réflexion suivant :

Il ne s'agit donc pas de savoir comment se servir du numérique, mais de comprendre le monde que nous construisent nos outils numériques, outils qui le sont autant pour la pensée que pour l'action. Comment pensons-nous, comment agissons-nous dans le monde, comment pouvons-nous le connaître et y agir quand le milieu qui nous permet de nous y rattacher, articuler, opposer ou fusionner est désormais de nature numérique ? [...] Il s'agit de comprendre en quoi le numérique manifeste des configurations de sens nouvelles et redéfinit les modalités d'appréhension sous lesquelles nous abordons des objets de pensée, de perception ou d'imagination inédits (Bachimont 2015 : 387-388).

Certaines des caractéristiques du savoir dans le monde numérique font que, par exemple, les connaissances informatisées gagnent en importance ; un corpus de connaissances qui ne peut pas être traduit en quantités d'informations, de bits, n'est pas considéré comme quelque chose qui mérite d'être compris. La construction de connaissances devient de plus en plus collaborative et distribuée (Stalder 2016) ; et, plus radicalement, comme l'explique le travail de Reckwitz (2017), l'information s'emmêle dans une économie d'attention. La question des arrière-plans culturels ne diffère pas complètement de la question de l'épistémologie numérique. Les deux impliquent des idées préconçues de la part de l'étudiant. L'arrière-plan culturel fait référence aux différences culturelles entre les étudiants dans la façon dont ils s'engagent dans des activités de communication, se comportent dans la classe et construisent leur relation avec l'enseignant, compte tenu du contexte éducatif.

Des recherches sur l'éducation des apprenants de cultures et de langues diverses ont montré qu'être sensible aux arrière-plans du groupe est essentiel pour permettre un apprentissage profond et efficace. Les contextes d'enseignement réceptif sont liés à un large éventail de résultats positifs tels que la réussite scolaire et la persévérance, une meilleure assiduité et un plus grand intérêt pour l'école, entre autres. Les avantages d'un enseignement adapté à la culture sont résumés par Muniz :

[...] les études en sciences du cerveau et en éducation montrent que s'appuyer sur les connaissances de base des apprenants façonne la compréhension ; en effet, tous les apprenants traitent mieux les nouvelles informations quand elles sont liées à ce qu'ils savent déjà. La recherche montre également que le matériel pédagogique, les tâches et les textes qui reflètent les antécédents et les expériences des élèves sont essentiels à l'engagement et à un apprentissage profond et significatif (Muniz 2019 : 10-11, traduction de l'auteur).

Même si cette recherche est principalement liée aux différences raciales, ethniques et économiques, il est possible de l'adapter au sujet de notre étude. De même que les étudiants de cultures différentes de celles de l'enseignant peuvent avoir des compréhensions différentes de la signification de la salle de classe et du processus éducatif (Ladson-Billings 1995) – avec les défis que cela présente (désengagement, manque de persévérance, etc.) – de même, il y a une différence médiatisée par l'immersion technologique. Cette différence est liée à la manière dont les moyens numériques sont utilisés dans l'éducation et aux possibilités du processus éducatif en ligne.

Ceux pour qui la technologie est un moyen de socialiser, de s'exprimer, de développer un profil et une identité en ligne, ou encore de montrer son originalité et d'attirer l'attention d'autrui (Reckwitz 2017, Stalder 2018) auront une expérience différente dans la construction des relations dans le contexte éducatif

numérique de ceux qui voient l'opportunité technologique comme un simple moyen de poursuivre le programme quand le présentiel n'est pas possible. Les salles de classe numériques et la nature des relations virtuelles ont une valeur culturellement différente pour chacune de ces personnes. Ces cultures peuvent varier en fonction des ethnies et des situations économiques et ces disparités peuvent être multipliées par les innombrables façons d'être numériques. Par conséquent, il serait illusoire, et même erroné, de considérer que chaque enseignant devrait acquérir des compétences et des connaissances pour faire face à toutes ces différences. Adapter l'éducation à chaque culture risque de reproduire les relations et les inégalités actuelles et de surcharger l'enseignant dans son processus de formation. L'éducation interculturelle et multiculturelle consiste à cultiver une ouverture sur la diversité, à s'engager dans des dialogues, à accepter nos préjugés, et à les surmonter pour mieux comprendre l'autre. Ce sont des éléments essentiels du champ philosophique de l'herméneutique.

L'herméneutique, ou philosophie de l'interprétation, met l'accent, notamment dans les écrits de Hans-Georg Gadamer (1976), sur l'aspect constitutif des préjugés. Gadamer (1976) soutient que nos préjugés ne sont pas toujours négatifs, ce sont des structures nécessaires, façonnées par un contexte de signification historiquement hérité, qui nous ouvrent à la compréhension. Cette dernière se produit toujours contre un horizon déterminé par notre situation. L'horizon, et donc nos préjugés, sont et doivent toujours être contestés et revus (George 2020). Grâce à la volonté de dialoguer et à l'expérience d'interprétation liée à la compréhension de l'autre, en tenant compte de ses propres préjugés, horizons et perspectives, nous sommes en mesure d'atténuer la rigidité de nos horizons et de réaliser qu'ils appartiennent à un contexte plus large – un processus appelé « fusion d'horizons ». Ces horizons sont construits par notre éducation formelle et nos expériences vécues. Le dialogue, la compréhension et l'élargissement de nos horizons constituent donc une tâche éducative (Gadamer 1976).

L'association de l'herméneutique à l'éducation a été explorée par certains auteurs pour enrichir la seconde avec les perspectives de la première (Flickinger 2014, Nixon 2017). Ces réflexions sont extrêmement utiles, en particulier dans le domaine de la compréhension interculturelle et de l'éducation où la compréhension de l'autre dans sa dualité de familiarité et d'étrangeté devient un point d'inflexion. L'un des apports de l'herméneutique est qu'il faut prêter moins attention à la supposée nécessité de disposer de plus d'informations pour comprendre l'autre et plus aux conditions de notre propre biais. Une application de la réflexion herméneutique à la formation des enseignants dans des contextes multiculturels a été proposée par Pickett et York (2011) dans l'article intitulé « *Multicultural teacher education : developing a hermeneutic disposition* ». Dans ce texte, les auteurs soutiennent que discuter des aspects de la théorie herméneutique peut aider les futurs enseignants à affiner leurs préjugés à travers des réflexions critiques qui les ouvriraient sur des approches

multiculturelles soulignant la nature dialogique des êtres humains et l'importance de la transformation :

Puisque nous ne pouvons pas éviter nos préjugés, ou refuser de les reconnaître, il y a toujours l'espoir que nous puissions engager un dialogue pour les affiner par un engagement et une interprétation critique, ce qui pourrait potentiellement aboutir à une fusion d'horizons. C'est peut-être ainsi que nous devenons multiculturels [...]. [La formation multiculturelle des enseignants] doit faciliter la préparation des enseignants à s'engager en profondeur sur les besoins des élèves de divers horizons et perspectives, non pas en appliquant un modèle prédéterminé d'activités et de diversité en classe, mais en aidant les futurs enseignants à reconnaître leurs propres préjugés et comment aider à déterminer leur compréhension de la diversité dans leurs futures classes. Et, comme nous l'avons souligné dans cet essai, le développement d'une disposition herméneutique chez les enseignants en formation facilite justement une telle reconnaissance, avec l'espoir que l'expérience soit transformatrice (Pickett, York 2011 : 75, traduction de l'auteur).

Dans son article intitulé « *Élargir les perspectives interculturelles des futurs enseignants* », Steinbach (2012) décrit une expérience de mise en place de dispositions herméneutiques pour la formation interculturelle des enseignants au Québec. Dans cette étude, à travers l'expérience avec des étudiants de cultures différentes (les cas échéant des immigrés) et les retours d'expérience d'une perspective théorique herméneutique, les futurs enseignants affirment avoir accompli des progrès en matière d'ouverture à l'autre et de décentrement de leurs horizons antérieurs (Steinbach 2012). Malgré sa taille réduite, cette étude souligne l'importance de la perspective herméneutique comme introduction à la préparation des futurs enseignants pour faire face aux sociétés plurielles.

Conclusion

Notre étude a montré que la formation de futurs enseignants en ligne peut tirer profit d'une réflexion herméneutique. Dans de nombreux cas, il existe un écart entre les apprenants et les enseignants dans leur relation à la technologie numérique et dans la manière dont cela génère leurs routines, valeurs et préoccupations. Ces différences peuvent avoir de graves répercussions sur l'éducation (par exemple, diminution de l'engagement des élèves, de leur assiduité, de leur réussite, de leur persévérance et de leur motivation), lorsque le processus est médiatisé par ces technologies. Les enseignants capables de dépasser leurs préjugés, d'élargir leurs horizons et d'être ouverts au dialogue et à la compréhension de l'autre (altérité de la culture technologiquement constituée) seront les mieux préparés à vivre dans une société numérique en rapide évolution. Il existe un

large éventail d'obstacles et de solutions associées à la diffusion de l'enseignement à distance. Ces défis éducatifs donnent aux enseignants la possibilité de reconnaître leurs limites et leurs horizons afin de les surmonter par le dialogue et l'ouverture à l'expérience des apprenants. Cette situation peut même s'élargir à des situations éducatives en dehors de la salle de classe en ligne. L'exploration des possibilités de l'herméneutique dans les évolutions des procédés éducatifs liées aux difficultés de l'éducation en ligne est un terrain pour de futures recherches. De plus, la définition de *homo digitalis* et de la culture numérique proposée dans cet article reste limitée aux problématiques formulées dans l'introduction. Plusieurs auteurs formulent d'autres interprétations de l'être numérique. Ces études développent des considérations sur les notions d'incarnation, d'intersubjectivité, de matérialité, d'individualité, d'authenticité, etc. Explorer comment ces différentes images de l'être humain numérique se retrouvent dans les pratiques éducatives peut certainement apporter de nouvelles perspectives sur ces concepts et les démarches mises en place. Si notre propos amène à considérer que l'apprentissage de l'herméneutique par les futurs enseignants en ligne résout le problème des différences de culture numérique, c'est que notre travail aura été infructueux. En revanche, si notre recherche permet de faire prendre conscience de certains problèmes philosophiques derrière l'éducation en ligne, d'encourager à poursuivre les recherches sur la question et de réfléchir à l'intersection entre la philosophie de la technologie et la philosophie de l'éducation, alors elle aura atteint son but et participé à la transformation de l'e-learning de manière réfléchie.

Bibliographie

- Aman R. 2017. *Decolonising intercultural education: Colonial differences, the geopolitics of knowledge, and inter-epistemic dialogue*, Routledge, New York.
- Bachimont B. 2015. Le numérique comme milieu : enjeux épistémologiques et phénoménologiques, *Interfaces numériques*, 4 (3), 385-402.
- Banks J., McGee Banks, C. 2019. *Multicultural education: Issues and perspectives*, Wiley & Sons, New York.
- Capurro R. 2017. *Homo digitalis. Beiträge zur Ontologie, Anthropologie und Ethik der digitalen Technik*, Springer, Berlin.
- Corsaro W. A. 2015. *The sociology of childhood*, Sage, New York.
- Flickinger H-G. 2014. *Gadamer e a Educação*, Autêntica, Belo Horizonte.
- Gadamer H-G. 1976. *Vérité et méthode. Les grandes lignes d'une herméneutique philosophique*, Le Seuil, Paris.
- George T. 2020. *Hermeneutics*. Stanford Encyclopedia of Philosophy. <https://plato.stanford.edu/entries/hermeneutics/> ; accès : 6 mars 2021.

- Hardy C., Tolhurst D. 2014. Epistemological beliefs and cultural diversity matters in management education and learning: A critical review and future directions, *Academy of Management Learning & Education*, 13 (2), 265-289.
- Harley D., Morgan J., Frith H. 2018. *Cyberpsychology as everyday digital experience across the lifespan*, Palgrave Macmillan, London.
- Ihde D. 2002. *Bodies in technology*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Introna L. 2017. *Phenomenological approaches to ethics and information technology*. <https://plato.stanford.edu/entries/ethics-it-phenomenology/> ; accès : 5 mai 2021.
- Kultaieva M. 2020. Homo digitalis, digital culture and digital education: Explorations of philosophical anthropology and of philosophy of education, *Philosophy of Education*, 26 (1), 8-36.
- Ladson-Billings G. 1995. Toward a theory of culturally relevant pedagogy, *American Educational Research Journal*, 32 (3), 465-491.
- Lankshear C. 2003. The challenge of digital epistemologies, *Education, Communication & Information*, 3 (2), 167-186.
- Miller V. 2011. *Understanding digital culture*, Sage, New York.
- Muniz J. 2019. *Culturally responsive teaching: A 50-state survey of teaching standards*, New America, USA.
- Nixon J. 2017. *Hans-Georg Gadamer: The hermeneutical imagination*, Springer, New York.
- Pelcova N. 2014. *Człowiek i wychowanie w refleksji fenomenologicznej*, Wydawnictwo UKSW, Warszawa.
- Pickett A., York J. 2011. Multicultural teacher education: Developing a hermeneutic disposition, *Philosophy of Education Yearbook*, 67, 68-77.
- Reckwitz A. 2017. *Die Gesellschaft der Singularitäten: Zum Strukturwandel der Modern*, Suhrkamp, Berlin.
- Stalder F. 2016. *Kultur der Digitalität*, Suhrkamp, Berlin.
- Steinbach M. 2012. Élargir les perspectives interculturelles des futurs enseignants, *McGill Journal of Education*, 47 (2), 153-170.

Carlo de Nuzzo

Sciences Po Paris

ORCID : 0000-0003-4923-0934

La digitalisation, nouveau levier de démocratisation des biens culturels et médiatiques ?

Résumé : La démocratisation générée par les nouveaux médias a changé la façon dont l'art est conçu. Facebook, Instagram, TikTok génèrent plus d'idées sur l'art que Domus ou Beaux-Arts. La digitalisation de l'art a transformé les musées, les artistes, le public et l'oeuvre d'art elle-même. Le style de la digitalisation favorise la brièveté et l'efficacité du message : émergence de contenus à peine plus longs que des slogans, mais d'une rare efficacité communicationnelle. Pas d'exercice dialectique articulé, mais un discours qui émeut le peuple et dépasse la médiation institutionnelle des établissements culturels grand public. Les nouveaux médias artistiques redéfinissent l'arène du débat et la perception du peuple dans l'art que structuraient auparavant les journaux et la télévision. La mutation technologique des langages et de l'esthétique à laquelle nous assistons aujourd'hui est la plus emblématique depuis l'invention de l'imprimerie. Permise par Gutenberg, l'innovation technique que fut la Bible a engendré une multiplication exponentielle du nombre de livres en circulation, consacrant la victoire de la presse à caractères mobiles sur la maîtrise esthétique de la Bible manuscrite, réalisée pour Borso d'Este et souvent considérée comme le plus beau livre du monde. Ce mécanisme d'ouverture sociale, de même que la numérisation de l'art, est un vrai levier de démocratisation des biens culturels et médiatiques.

Abstract: The democratisation generated by new media has changed the way art is conceived. Facebook, Instagram, TikTok will generate more ideas about art than

Domus or Beaux-Arts. The digitalisation of art has transformed museums, artists, the public and the work of art. The style of digitalisation favours the brevity and effectiveness of the message: we notice the emergence of brief contents, hardly longer than slogans, but with a rare communicative effectiveness. No articulated dialectical exercise, but a discourse that moves people and goes beyond the institutional mediation of mainstream cultural institutions. The new artistic media are redefining the arena of debate and the perception of the people in art that newspapers and television previously structured. The technological mutation of languages and aesthetics that we are witnessing today is the most emblematic since the invention of the printing press. The technical innovation that was Gutenberg's ugly Bible allowed an exponential multiplication of the number of books in circulation, consecrating the victory of the movable type of press over the aesthetic mastery of the handwritten Bible made for Borso d'Este and often considered the most beautiful book in the world. This mechanism of social opening, such as the digitisation of art, is a real lever for the democratisation of cultural and media goods.

Mots-clés : digitalisation, démocratisation, art, numérisation, innovation, technologie, message, médias, cinéma.

Keywords: digitization, democratization, art, innovation, technology, message, media, cinema.

Introduction

L'invention de nouvelles technologies numériques et de la communication digitale a entraîné une mutation concernant la conception de l'oeuvre d'art et de l'artiste, mais aussi du spectateur et des biens culturels et médiatiques. Leur influence ne touche pas seulement les dispositifs de création, mais agit aussi au niveau de la réception. La digitalisation et le numérique ne sont que les derniers actes d'un discours qui dure depuis des siècles, où le point de départ, toujours actuel, reste la réflexion de Walter Benjamin (2013). Les deux principaux thèmes que Walter Benjamin (2013) aborde dans son essai *L'oeuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique* sont la jouissance aristocratique-humaniste, qui seule semble garantir la valeur culturelle de l'oeuvre d'art (*Kultwert*) et la valeur expositive, ou d'échange, de la reproductibilité technique. Déjà dans son titre, les deux mots clés apparaissent, *reproductibilité* et *technique*, dénotant un processus typique de modernité et de progrès technique (Benjamin 2013).

Pour Benjamin, l'oeuvre d'art, avant l'avènement de l'ère de sa reproductibilité technique, au tournant des XIX^e et XX^e siècles, bénéficiait du statut d'authenticité et d'unicité. N'étant pas produite en série, l'oeuvre était une pièce unique et originale, essentiellement inaccessible à la plupart des gens. C'est dans cette inaccessibilité et dans ce *hic et nunc* qu'elle a fondé son aura.

Avec la reproduction technique, cette aura se dissipait, la partie mystique ou mythique de l'oeuvre d'art disparaissait, faisant imploser sa valeur iconique. Mais un tel résultat est-il souhaitable ? L'esthétique du XX^e siècle a tourné vers le politique où le caractère historique de l'art est affirmé par l'apport de la philosophie marxiste, notamment avec György Lukács (1968). Le raisonnement de Benjamin (2013) est ambigu. En effet, si la jouissance de l'aura d'une oeuvre d'art est, dans l'ensemble, une prérogative aristocratique-humaniste, c'est-à-dire une expérience esthétique privilégiée, la version reproduite de l'oeuvre d'art se destine aux masses multiples et changeantes par définition. La contradiction dans le texte de Benjamin (2013) se situe précisément ici : si le matérialisme historique se pose comme une libération politique des opprimés, une esthétique marxiste devrait également leur apporter une libération esthétique en applaudissant, et non pas en définissant, un processus de « décadence » correspondant à la mort de l'aura comme forme aristocratique-humaniste de jouissance esthétique. L'auteur ne précise pas clairement dans quelle mesure la perte de l'aura est bonne ou mauvaise pour les masses. Les spécialistes de Benjamin sont divisés entre, d'une part, ceux qui l'accusent d'« anticapitalisme romantique » renvoyant à une catégorie esthétique mobilisée par Marx pour désigner tous ceux qui fuient le processus dialectique naturel du progrès, et, d'autre part, ceux qui récusent cette étiquette (Cases 1966, Lukács 1968, Pullega 1980).

Les recherches de Benjamin visaient à fonder une esthétique du matérialisme historique et, avec Bertolt Brecht, il a salué l'avènement d'un nouveau type d'homme qui ne se laisserait pas modifier par les machines, mais serait celui qui les modifierait. D'emblée, Benjamin adhère à cette utopie d'une socialisation des instruments perceptifs et technologiques partagés entre les années 1920 et 1930 par de nombreux mouvements artistiques et intellectuels tels que Lukács et Brecht. Face à l'idée d'une démocratisation de l'art rendue possible par les médias de masse, l'opposition de l'École de Francfort est ferme et déterminée. La *Kulturindustrie* systématisée par l'École de Francfort générerait et manipulerait la culture de masse. Or, la société de masse n'est pas seulement le produit déformé des Lumières, ni même le produit du seul capitalisme. Elle est plutôt le résultat d'un processus historique séculaire. La masse renvoie ici à un concept du XX^e siècle. Elle désigne les populations rurales et urbaines, pour autant qu'elles soient atteintes par les médias de masse, moyens qui abolissent les distances et les environnements « culturels » jusqu'alors différents depuis des millénaires : *urbanitas* et *rusticitas*. Ces masses médiatisées sont les destinataires des produits culturels d'aujourd'hui (Asor Rosa 1965 : 2015).

L'objectif des politiques culturelles, tant dans les régimes totalitaires que dans les régimes démocratiques, est d'accroître la dotation culturelle des individus qui déterminent le capital culturel d'un pays. D'où la nécessité de démocratiser et de rendre accessible la culture, afin d'élargir le nombre de bénéficiaires. Mais est-ce la numérisation qui crée la démocratisation de l'art ou est-ce l'inverse ?

La numérisation pourrait avoir des résultats inattendus dans notre voûte esthétique, de type « hétérogénéité des fins », à l'image du cinéma populaire italien des années 1970 qui a atteint des sommets de *trash* plus ou moins sublime, ou comme les séries B asiatiques qui ont réussi à alimenter le cinéma de Quentin Tarantino.

1. L'ère numérique au cinéma

Dans le cinéma des années 1990, la révolution numérique a techniquement entraîné le remplacement des images sur pellicule qui, au lieu d'être composées de minuscules grains de nitrate d'argent imprimés sur du celluloïd, sont devenues de courtes chaînes d'informations numériques : des zéros et des uns. Sur le plan artistique, l'ordinateur au cinéma a ouvert des possibilités inimaginables. Les premiers films numériques se sont cependant caractérisés par un effondrement de l'esthétique provoqué par cette révolution technologique. Il est vrai qu'il a été possible de reconstruire artificiellement les combats de gladiateurs dans le Colisée et d'amener la Rome de *Gladiateur* à l'écran. Mais la qualité visuelle de l'image a fait regretter les salles de *Cinecittà* : innovation stylistico-numérique, d'une part, et chute esthétique avec perte de la réalité, d'autre part.

Grâce à la numérisation, le cinéma n'était plus seulement moderne, il était devenu postmoderne, ironique et divertissant, anticipant d'un quart de siècle l'impact du numérique sur les autres arts. Dans une apparente crise d'inspiration artistique, les cinéastes ont commencé à utiliser à outrance des citations de films précédents pour faire du cinéma sur le cinéma, phénomène caractéristique des années 1990 (Cousins 2004). Cette prétendue crise artistique provoquée par la numérisation n'était pas réelle : les dialogues surréalistes de *Pulp fiction* (le bavardage quotidien désormais célèbre sous le nom de *tarantinien*) insufflent une nouvelle vie aux techniques d'écriture de scénarios, arrêtent la narration et ouvrent un discours : à l'instar des réseaux sociaux, le *tarantinisme* implique à la fois une moindre et une plus grande pertinence du bavardage par rapport à la réalité.

Le postmodernisme de Tarantino se manifestait dans son écriture tandis que, visuellement, son oeuvre laissait transparaître un certain traditionalisme. Le postmodernisme se manifeste dans le *remake* (plan pour/par plan) de *Psycho* de Gus Van Sant où l'actrice principale, Anne Heche, ne joue pas un personnage, mais une star de cinéma jouant un personnage. Le classique de Hitchcock était basé sur une histoire vraie, le *remake* de Van Sant est basé sur un film. Même si les plans sont identiques et le jeu des acteurs similaire, on n'a pas le même film, car les intentions et l'esprit du réalisateur sont sensiblement différents, en raison du processus de création, le langage lui-même étant le sens ultime du film. Le cinéma des années 1990, caractérisé par les *blockbusters*, s'adresse à un public toujours plus large avec l'objectif ultime d'atteindre les quatre quadrants (fem-

mes de plus de 25 ans, hommes de plus de 25 ans, femmes de moins de 25 ans, hommes de moins de 25 ans), indépendamment des différences culturelles.

Aujourd'hui, la révolution numérique dans le cinéma n'est pas seulement une question de technique (qui a créé de nouveaux langages), mais concerne surtout l'accès au bien culturel et l'économie de l'usufruit (de la fonctionnalité), toujours plus digitale et plus raffinée. L'accès au cinéma par le streaming, par l'internet, par la VOD a renversé la logique des *blockbusters* des années 1990 avec des films non plus spécialement destinés aux quatre quadrants, mais des productions cinématographiques de genres divers, disponibles immédiatement sur les plates-formes. Cette consommation des contenus mis à disposition à la demande rompt avec l'acte volontaire de se déplacer vers le bien culturel, mais propose dans le même temps une offre multimédia quasi infinie.

2. Les conséquences de l'innovation technologique du médium

« Imaginez un stade avec 77 882 personnes qui regardent la *Fontaine* de Marcel Duchamp, présentée à New York en 1917. Ou imaginez le même nombre de personnes qui regardent la boîte *Merda d'artista* de Piero Manzoni en 1961. Si vous pouvez faire cela, vous avez une assez bonne imagination. Sur YouTube cependant, 77 882 personnes ont vu, en un peu plus d'une heure, une vidéo de quelques secondes montrant une petite fille faisant un pet au visage de son petit chien » (Bonami 2019). Les réseaux sociaux sont, en effet, en train de redéfinir l'arène du débat artistique qu'ont structuré auparavant les médias traditionnels et les institutions artistiques. Les révolutions sociales et technologiques conduisent à un effondrement de l'esthétique et, de cet effondrement, naît une esthétique nouvelle. La mutation des langages et de l'esthétique, due à l'innovation technologique à laquelle nous assistons aujourd'hui, est la plus profonde mutation depuis l'invention de l'imprimerie au XV^e siècle. La première Bible de Gutenberg, imprimée en 1453, ne peut pas être considérée comme « belle » au sens classique de l'esthétique. Au contraire, elle apparaît peu raffinée, voire grossière, surtout en comparaison avec la Bible réalisée entre 1455 et 1461 pour Borso d'Este – seigneur de Ferrare – et souvent considérée comme le plus beau livre du monde (Daverio 2014). Ces deux livres sont contemporains, pourtant l'un est reconnu comme un chef-d'œuvre artistique, l'autre comme un objet esthétiquement laid. Néanmoins, lequel de ces deux modèles a perduré ? En général, le recul esthétique qui suit une révolution technologique n'est que temporaire : cela correspond à un moment de passage, celui de l'élargissement massif de son public, avant que ne s'affirme pleinement une esthétique nouvelle.

L'innovation technique que fut la Bible allemande « laide » a permis une multiplication exponentielle du nombre de livres produits : on estime à 300 000 unités les livres en circulation en Europe pendant la période 1460-1465 (alors édités

de façon manuscrite). Trente ans après, à la suite de l'invention des caractères mobiles, ce nombre se serait élevé à 30 millions d'exemplaires, consacrant la victoire de la presse à caractères mobiles sur la maîtrise esthétique de la Bible d'Este. De la même façon, l'informatique a débouché sur l'obsolescence des grains de nitrate d'argent imprimés sur le celluloïd et du dessin traditionnel en architecture. Ces transformations se produisent également dans le monde contemporain avec par exemple le style concis de la communication sociale contemporaine qui favorise la brièveté et l'efficacité des messages, destinés à toucher un très large public.

Un autre exemple de démocratisation est le passage de la polychromie à la monochromie. La polychromie est vue comme classiste, tandis que la monochromie correspond à l'exaltation démocratique. La couleur nécessite l'élaboration du goût pour être appliquée et donc, l'existence d'un code social précis. Le cours préparatoire c'est l'appartenance de la classe du pouvoir. La monochromie est le choix des sociétés, lorsque celles-ci ont la volonté d'absorber de nouveaux individus et non pas de les distinguer. Du Moyen Âge, où les paysans étaient monochromes dans leurs robes frugales et où les robes des moines étaient de la couleur fournie par les moutons (Huizinga 1989), jusqu'à Henry Ford (tout le monde peut avoir une Ford T de la couleur qu'il souhaite, à condition que ce soit le noir), le passage chromatique de la polychromie à la monochromie correspond à une ouverture transversale et à l'élargissement des bases sociales. Pour ceux qui entrevoient un nouveau monde, le style, avec sa recherche exaspérée de couleurs, apparaît comme une prison. Les phénomènes novateurs et énergiques qui apparaissent dans le monde de l'art sont toujours jugés grossiers et vulgaires (Puglisi 2019).

3. Le médium se fait message

La question à se poser est la suivante : est-ce la numérisation qui a créé la démocratisation de l'art ou le contraire ? La première partie de la question évoque la thèse de Marshall McLuhan selon laquelle le médium est le message : les médias et les réseaux sociaux produisent et véhiculent notre vision de la réalité. Selon cette thèse, de la même façon que l'invention de l'imprimerie a été un vecteur de la pensée moderne (McLuhan 2017), l'internet et les réseaux sociaux sont en train de révolutionner la pensée artistique contemporaine, à moins que ce ne soit déjà fait. L'innovation technologique permet d'élargir l'accès à des connaissances, ou à des compétences, provoquant une révolution culturelle. L'innovation technologique serait donc la cause de l'évolution culturelle (McLuhan 2015). En ce sens, le numérique – nouvelle technologie permettant un accès à une quantité inédite d'informations et de connaissances autrefois réservées

à des cercles restreints – est le catalyseur majeur d’une révolution culturelle globale (McLuhan, Fiore 2008).

À cette théorie, s’oppose la thèse selon laquelle les idées primeront sur la technologie. Donc, la pensée l’emporte sur l’outil : ce sont de nouvelles idées qui créent la digitalisation, les nouveaux médias et les nouveaux styles, et non pas l’inverse. Pour ses tenants, ce n’est pas la digitalisation qui a généré une nouvelle façon de penser, c’est une nouvelle façon de penser qui a généré le numérique. L’être humain construirait seulement les outils dont il a besoin. Malgré l’indéniable effet révolutionnaire de la digitalisation, cette conception soutient que son succès, sa diffusion capillaire, s’explique avant tout par le fait qu’elle répond à des exigences déjà implicitement présentes dans la culture dominante. L’ensemble de ces cultures dominantes choisirait d’adopter la technologie qui les représente au mieux. En renversant l’axiome de McLuhan, la réalité de la digitalisation et des réseaux sociaux ne serait qu’un effet de la domination de certaines cultures et de leur expression (Baricco 2006).

Ces deux positions paraissent toutefois conciliables, si l’on considère ce processus comme auto-générateur : la pensée crée les outils qui lui permettent de se reconfigurer. Dans la sphère sociale, ce que Jürgen Habermas appelle l’« intersubjectif », le langage ne produit pas seulement des sons avec des significations, mais aussi une post-pensée qui n’est pas objective, car elle n’est pas naturelle mais partagée (Habermas 2007). Donc, il faudrait sortir de la logique de l’oeuf et de la poule, en l’occurrence, l’énigme de la numérisation qui crée la démocratisation de l’art ou l’inverse. Affirmer que le médium est le message ne signifie pas nécessairement que le médium a été généré indépendamment de la volonté de communiquer exactement ce message. Par exemple, la caméra était déjà dans la perspective. Le fait que l’invention des réseaux sociaux ait changé la façon de percevoir respectivement la réalité politique et l’art ne signifie pas nécessairement que cette recherche ne constitue pas une aspiration à la pensée : l’esprit de contemporanéité s’exprime dans la technique. Si ce n’est pas l’outil, mais le besoin de l’homme qui impose le changement, nous pouvons résumer que l’effet de la technologie produit le changement de comportement. Dans le même temps, il est vrai que nous produisons le besoin de changement, en identifiant l’outil qui le permet, générant ainsi une transformation accrue. Les médias sont ainsi des instruments conçus, voulus et réalisés par la pensée à un moment historique donné. Toute autre détermination de leur existence est un fait et non une donnée. Reprenons Hegel : il ne peut y avoir d’objet sans pensée. En d’autres termes, sans l’homme, il ne pourrait y avoir de percée numérique, alors que c’est le contraire qui est vrai.

Conclusion

L'époque dans laquelle nous vivons présente une caractéristique particulière : pour la première fois, nous produisons beaucoup plus que nous ne consommons. La quantité de biens qui apparaissent sur les rayons est telle que, pour maintenir la demande et en produire davantage, nous devons les consommer en partie ou pas du tout. Un gaspillage nécessaire pour la logique de faire de la production qui coïncide avec la cause ultime de notre richesse. Même dans le domaine de l'art, grâce à la numérisation, la quantité de matériel artistique produite dépasse notre capacité de consommation. Ce phénomène renverse la signification négative inhérente au concept de consommation, l'accent est déplacé de l'effort de production au plaisir de consommer. La consommation culturelle, traditionnellement considérée comme superflue par les gardiens de la haute culture, est défendue par les théoriciens de l'éphémère en vertu de sa gratuité qui s'oppose à la logique économique sous-jacente au capitalisme et de son hédonisme qui se distingue de l'homologation culturelle du socialisme réel.

Les artistes ont appris le langage de la numérisation. Alors, la digitalisation de l'art n'est pas un obstacle, mais une opportunité. En revanche, le véritable défi de la démocratisation est de remettre en question le rôle actuel des réseaux sociaux comme vecteur privilégié de standardisation esthétique (conformisme esthétique), de standardisation morale et politique (le politiquement correct). Aux mains du capitalisme monopolistique, les médias et les réseaux sociaux sont des outils inquiétants. Sur le plan artistique, le XXI^e siècle est un siècle incroyablement riche, puisque jamais l'offre n'a été aussi abondante dans toutes les régions du monde. C'est aussi un siècle de mondialisation ouverte de la culture qui suit celle de la finance et des marchés, avec pour résultat une très forte poussée vers l'homologation, un sentiment de confusion face à un trop-plein d'informations désorganisées.

Enfin, la numérisation n'a pas permis de s'approprier, sans la structuration « systémique » de l'éducation classique, des fragments esthétiques, ni de se composer une culture propre, individuelle, sorte de patchwork, au contact des algorithmes et des effets pervers de recommandations personnalisées, lesquels ouvrent finalement peu d'horizons au-delà des intérêts déjà affirmés. Aujourd'hui, l'esthétique contemporaine ne rejette rien, digère tout, même les déchets. L'art est mort, mais en même temps il est devenu immortel. Il n'est plus le même et, rompant avec l'exclusivisme, il est désormais partout et accessible à tous.

Bibliographie

- Arendt H. 2014. *Walter Benjamin 1892-1940*, Allia, Paris.
Asor Rosa A. 1965. *Scrittori e popolo*, Samonà e Savelli, Roma.
Asor Rosa A. 2015. *Scrittori e masse*, Einaudi, Torino.

- Baricco A. 2006. *I Barbari. Saggio sulla mutazione*, Fandango, Roma.
- Benjamin W. 2013. *L'oeuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Payot & Rivages, Paris.
- Bonami F. 2019. *Post : L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità sociale*, Feltrinelli, Milano.
- Cousins M. 2004. *The story of film*, Pavilion Books, London.
- Daverio P. 2014. *Il secolo spezzato delle avanguardie. Il museo immaginato*, Rizzoli, Milano.
- Debord G. 1967. *La Société du spectacle*, Buchet-Chastel, Paris.
- Eco U. 1964. *Apocalittici e integrati. Comunicazioni di massa e teorie della cultura di massa*, Bompiani, Milano.
- Habermas J. 2007. *La Condizione intersoggettiva*, Laterza, Roma.
- Huizinga J. 1989. *L'automne du Moyen Age*, Payot, Paris.
- Lukács G. 1968. *Marxismo e politica culturale*, Einaudi, Torino.
- McLuhan M., Fiore Q., 2008. *The medium is the message*, Penguin Books, New York.
- McLuhan M. 2015. *Pour comprendre les médias*, Le Seuil, Paris.
- McLuhan M. 2017. *La Galaxie Gutenberg*, CNRS, Paris.
- Puglisi L.P. 2019. *La Storia dell'Architettura*, Luca Sossella, Bologna.
- Pullega P. 1980. *Commento alle « Tesi di filosofia della storia » di Walter Benjamin*, Cappelli, Bologna.

Quatrième partie

Défis méthodologiques du numérique

Katarzyna Stokłosa

Université de Varsovie

ORCID : 0000-0003-0857-0051

L'utilisation de nouvelles technologies dans l'administration de la preuve en procédures pénales

Résumé : L'article concerne l'utilisation de nouvelles technologies dans le domaine de la preuve et de la possibilité de réaliser les objectifs de la procédure pénale. Actuellement, l'utilisation de nouvelles technologies dans les procédures pénales améliore considérablement ces procédures en augmentant leur rapidité et leur qualité. Cela permet de procéder à des interrogatoires à distance, réduisant par exemple les coûts de procédure liés aux déplacements, et permet de recueillir des preuves électroniques de crimes. Le statut de la preuve électronique n'est pas clair, à la fois en ce qui concerne la reconnaissance de son authenticité et la possibilité de la présenter devant un tribunal. En tenant compte de ces hésitations, l'article analyse d'abord le statut de la preuve électronique (en particulier, la facilitation de l'accès transfrontalier à la preuve électronique) à la lumière des lignes directrices de la Commission européenne et du Conseil européen. Ensuite, il examine le statut de la preuve électronique dans certains pays européens et formule des postulats en vue d'une révision législative.

Abstract: This article concerns the use of modern technologies in the aspect of evidence and the possibility of implementing the aims of criminal proceedings. Nowadays, the use of new technologies in criminal proceedings facilitates these proceedings, affecting their speed and quality. It makes it possible to hold hearings remotely, which e.g. reduces the procedural costs connected with traveling, and allows the collection of electronic traces of a crime. The status of electronic evidence

is still unclear, both in terms of the possibility of recognising its authenticity and the possibility of conducting it in court proceedings. Considering the above doubts, the author will first analyze the status of electronic evidence, particularly the facilitation of cross-border access to electronic evidence, in the light of the guidelines of the European Commission and the European Council. Then the author analyzes the status of electronic evidence in selected European countries and formulates postulates *de lege ferenda*.

Mots-clés : preuve électronique, procédure pénale, preuve, nouvelles technologies, droit européen, Commission européenne, Conseil européen.

Keywords: electronic evidence, criminal procedure, evidence, new technologies, European law, European Commission, European Council.

Introduction

L'intelligence artificielle et les nouvelles technologies constituent un élément important de la transformation numérique. Aujourd'hui, il est difficile d'imaginer la vie sans les nombreuses applications dotées d'intelligence artificielle à l'usage des biens et des services. De plus, de nombreux autres changements connexes sont à venir dans les domaines du travail, des affaires, de la finance, de la santé, de la sécurité, de l'agriculture, etc. La révolution numérique redéfinit diverses sphères de la société, la criminalité n'en fait pas exception. De plus en plus de contrevenants utilisent la technologie pour planifier et commettre leurs crimes. Ainsi, les autorités policières et judiciaires ont de plus en plus souvent recours aux preuves électroniques pour appréhender et condamner les criminels. Parallèlement, les nouvelles technologies se traduisent également par des changements affectant le processus pénal. Elles permettent d'accélérer les procédures grâce à l'utilisation de techniques modernes d'enregistrement des actes de procédure. La pandémie de Covid-19 a contribué à l'informatisation du système judiciaire, y compris dans les affaires pénales (par exemple, en organisant des audiences ou des séances à l'aide de technologies de l'information et de la communication – TIC). Un autre avantage indéniable est la réalisation d'actions probatoires, telles que l'audition de témoins à travers l'utilisation de nouvelles technologies. Cependant, la question de savoir si la forme électronique des actions susmentionnées affecte leur qualité et, par conséquent, le processus de preuve, reste discutable.

La pratique de la conduite des affaires pénales montre que les preuves se présentent de plus en plus souvent sous forme électronique. Elles concernent une variété d'informations binaires, allant des enregistrements de base d'un abonné de service TIC aux métadonnées et au contenu de la transmission, en passant par les journaux enregistrant le moment où un utilisateur, ou une adresse IP,

a accédé au service (« journaux »). L'utilisation de nouvelles technologies peut entraîner de nouveaux problèmes, ne serait-ce que pour la définition et l'utilisation ultérieure des preuves électroniques susmentionnées (Lach 2004 : 1-2). En outre, la procédure d'accès à ce matériel peut être longue et compliquée, en particulier si les données sont enregistrées à l'étranger. Par conséquent, les questions liées à l'obtention et à l'utilisation de preuves électroniques intéressent le Conseil européen, le Conseil de l'Union européenne, la Commission et d'autres organes communautaires qui s'efforcent de faciliter et d'accélérer l'accès aux preuves électroniques pour les autorités concernées. Comme indiqué plus haut, il convient tout d'abord d'examiner la définition de la preuve électronique, ou de la preuve recueillie au moyen de nouvelles technologies.

La preuve électronique est constituée de données numériques utilisées dans le cadre de procédures préalables au procès et de procédures judiciaires. Elle peut renvoyer à des messages électroniques, à des messages textuels ou instantanés, à des contenus audiovisuels ou à des informations du compte internet d'un utilisateur. Ces données peuvent être utilisées pour identifier des personnes ou pour obtenir des informations supplémentaires sur leurs activités. L'Organisation internationale sur les preuves informatiques (IOCE) définit ces preuves comme des informations stockées ou transmises sous forme binaire, qui peuvent être pertinentes dans le cadre de l'enquête ou de la procédure judiciaire (Organisation internationale sur les preuves informatiques, G 8 Proposed Principles for the Procedure Relating to Digital Evidence). Elle précise également que les preuves numériques ce sont toutes les informations ayant une valeur pour une procédure en cours qui sont stockées sous forme de données numériques, c'est-à-dire de séries de 0 et de 1 constituant un enregistrement binaire de tout type de données (Karasek 2016 : 101).

Un problème lié aux preuves numériques concerne la division de ces preuves et leur classement dans une catégorie pertinente. Dans la littérature, il y a eu plusieurs tentatives de catégorisation des preuves numériques en fonction du système juridique en vigueur dans un pays spécifique. La division principale concerne les méthodes d'acquisition des preuves numériques. Par exemple, elles peuvent être obtenues en temps réel par l'utilisation d'écoutes opérationnelles. Dans ce cas, des restrictions procédurales spéciales doivent être observées, souvent plus strictes que lorsque les preuves sont stockées dans un système ou enregistrées sur un support (Berton 1996 : 182). En fonction du système juridique, le statut des preuves illustrées par des courriels est problématique. Dans certaines juridictions, leur transmission peut être traitée comme des appels téléphoniques, tandis que dans d'autres, elle peut être considérée comme du courrier traditionnel.

Un autre problème se pose avec la classification des preuves dans le groupe de preuves matérielles et des documents. Selon le code de procédure pénale polonais, les preuves électroniques ne constituent pas une catégorie distincte

de preuves matérielles. Par conséquent, les preuves numériques peuvent apparaître dans pratiquement tous les types de crimes, non seulement ceux strictement liés à l'informatique, mais aussi dans les cas d'utilisation d'équipements électroniques par des personnes impliquées de quelque manière que ce soit dans un acte criminel (Karasek 2016 : 102). Ce matériel peut être, par exemple, l'historique des recherches sur l'internet ou des notes de l'auteur laissées sous forme d'un document texte.

Notre travail examinera les solutions du Conseil européen et de la Commission européenne sur la preuve électronique ainsi que certaines solutions utilisées dans les pays de l'Union européenne (France et Pologne), ceci du point de vue de l'admissibilité de la preuve électronique. L'objectif sera de formuler des postulats *de lege ferenda* concernant la définition et le statut juridique de la preuve électronique.

1. La preuve électronique dans la législation européenne

La procédure d'accès aux preuves électroniques peut souvent être difficile et complexe, en particulier lorsque les preuves se trouvent à l'étranger. Les preuves électroniques sont souvent collectées et utilisées par des entreprises dont la juridiction se situe dans différents pays de l'Union européenne ou même dans des pays tiers. Dans une telle situation, les demandes d'assistance juridique et de preuves numériques mettent très longtemps à être satisfaites, si tant est qu'une réponse soit reçue. Cela est dû à plusieurs raisons : l'autorité étrangère qui exécute la demande doit obtenir l'autorisation du tribunal ou d'une autre autorité conduisant la procédure, si les informations concernent le contenu de la transmission. Et il peut arriver que l'infrastructure de télécommunication stockant les données soit située dans un autre pays que le siège de la société et de l'État partie qui réalise la demande d'assistance (Opitek 2018 : 65-66). Pour ces raisons, il est extrêmement difficile pour les autorités judiciaires de collecter des preuves électroniques. Pourtant, selon les données de la Commission européenne, les demandes transfrontalières de ce type de preuves concernent plus de 50 % de toutes les procédures préalables au procès, tandis que les données numériques seules sont actuellement utilisées dans 85 % de ces procédures¹.

La Commission européenne, ainsi que le Parlement européen, ont examiné les réglementations existantes pour l'obtention de preuves numériques. En ce qui concerne la coopération intra-communautaire au niveau de l'unification de la coopération dans le cadre des procédures d'obtention de preuves, une étape importante a été franchie avec la directive du Parlement européen et du Conseil n° 2014/41/UE du 3 avril 2014 relative à la décision d'enquête européenne en

¹ <https://www.consilium.europa.eu/pl/policies/e-evidence/>

matière pénale (JO UE. L. de 2014 n° 130 : 1 telle que modifiée). En ce qui concerne les preuves électroniques, deux projets d'actes juridiques ont été mentionnés : d'une part, le Règlement du Parlement européen et du Conseil relatif à la décision européenne d'émettre des preuves électroniques en matière pénale et la décision européenne relative à la conservation des preuves électroniques en matière pénale (ci-après : « Règlement ») et, d'autre part, la directive du Parlement européen et du Conseil établissant des règles harmonisées relatives à la désignation de représentants légaux chargés de recueillir des preuves dans le cadre de procédures pénales (ci-après : « Directive »). Ces deux textes ont été adoptés en juillet 2023.

Du point de vue de l'obtention de preuves électroniques, le Règlement propose un certain nombre de nouveaux instruments, dont le mandat européen d'obtention de preuves, ainsi que le mandat et le certificat européens d'obtention de preuves. Il s'agit, dans les deux cas de figure, de mesures d'enquête qui ne peuvent être prononcées que dans le cadre d'une procédure préliminaire ou d'une procédure pénale concernant des infractions punies dans l'État d'émission. Ces punitions incluent la peine privative de liberté d'une durée maximale de trois ans, comme indiqué dans certains documents spécifiques², en raison, entre autres, de la saisie, de la modification, de la suppression ou de la dissimulation illicites de données informatiques, notamment de données d'identification ou d'atteinte illicite au fonctionnement d'un programme ou d'un système informatique. Ces injonctions sont délivrées exclusivement dans le cadre de procédures pénales, tant au stade de la mise en état qu'à celui du procès. Elles peuvent également être délivrées dans le cadre de procédures relatives à des infractions pour lesquelles une personne morale peut être tenue responsable ou punie dans l'État d'émission.

Le mandat européen d'obtention de preuves permet à une autorité judiciaire d'un pays de l'Union européenne de demander des preuves électroniques directement à un fournisseur établi dans un autre État membre. Il peut être délivré par un juge d'instruction, un procureur dans une affaire de sa compétence, ou par toute autre autorité compétente agissant dans le cadre d'une enquête. Le règlement contient des informations sur l'autorité d'émission et, le cas échéant, sur l'autorité d'autorisation, sur les personnes dont les données sont couvertes par le règlement, sur les catégories de données concernées par le règlement et sur les conditions relatives à la nécessité et à la proportionnalité de la mesure. Un autre instrument offert par le Règlement est la décision de préservation européenne qui permet aux autorités judiciaires d'un État membre d'obliger un prestataire, offrant des services dans l'Union et établi ou représenté dans un autre État membre, à préserver des données spécifiques afin de

² Décision-cadre 2001/413/JAI du Conseil, directive 2011/93/UE du Parlement européen et du Conseil, directive 2013/40/UE du Parlement européen et du Conseil.

permettre à l'autorité chargée de l'enquête de demander ultérieurement les informations préservées dans le cadre de l'entraide judiciaire, d'une décision d'enquête européenne ou d'un mandat européen d'obtention de preuves.

Les injonctions ne s'appliquent qu'à des affaires pénales concernant tous les types de données : noms des abonnés, enregistrements d'accès au réseau, données de caractérisation du trafic (données autres que les données de contenu) et données de contenu. Ces deux injonctions peuvent toucher les fournisseurs d'accès internet (FAI), les administrateurs de plates-formes et de domaines de médias sociaux, les boutiques virtuelles, les fournisseurs d'infrastructures de réseaux ou les sociétés de gestion de numéros IP (Opitek 2018 : 79). Cela diffère de la décision d'enquête européenne susmentionnée en ce sens que, comme le mandat européen d'obtention de preuves et le règlement européen sur la protection des données, cela vise directement les entreprises qui collectent des traces numériques dans le cadre de leurs activités commerciales. Il s'ensuit qu'en règle générale l'État d'origine du prestataire de services ne sera pas impliqué dans la procédure de demande, sauf si la partie obligée à divulguer les informations considère que la demande est illégale et la conteste en justice.

Le fournisseur de services numériques peut s'opposer au mandat s'il estime qu'il entre en conflit avec la juridiction dont relèvent les serveurs. La procédure d'exécution des injonctions prévoit toutes les garanties procédurales des parties à la procédure dans le cadre de la protection des droits fondamentaux et des données personnelles (par exemple, la participation des autorités judiciaires à l'examen des plaintes et la demande d'informations sensibles). Leur délivrance est autorisée, si la même action pour une infraction similaire est prévue dans la juridiction du pays où se trouvent les données numériques. Si l'obtention des données relatives aux abonnés et des enregistrements d'accès au réseau est autorisée dans tous les cas, les données relatives au contenu ne peuvent être collectées que si l'acte faisant l'objet de l'enquête constitue une infraction passible d'au moins trois ans d'emprisonnement ou revêt un caractère terroriste sur le lieu de transmission ou de stockage.

Cependant, en cas d'exécution des demandes, il manque souvent une entité habilitée à exécuter les demandes de preuves numériques. Il est donc difficile d'établir à qui il faut remettre la décision de délivrer, ou de conserver, les données. Face à ces problèmes, la Commission européenne a préparé un projet de directive du Parlement européen et du Conseil relative à la désignation d'un représentant légal aux fins de la collecte de preuves numériques dans le cadre des procédures pénales. Selon les dispositions les plus importantes de la directive, une entreprise est obligée à désigner ce représentant et à indiquer son siège et ses coordonnées. Les compétences du représentant porteront sur l'examen de la légalité et sur l'exécution des ordres de libération, ou de conservation, des preuves numériques signifiés par un État de l'Union. L'efficacité et la transparence des solutions prévues doivent être garanties par l'obligation des différents

pays de notifier les sièges des représentants désignés sur leur territoire et d'organiser leurs propres moyens logistiques (pouvoirs et ressources) pour l'intermédiation dans l'exécution des demandes provenant d'autres pays de l'Union européenne (Opitek 2018 : 80).

2. La situation de la preuve électronique dans certains pays de l'UE

2.1. Les solutions dans le cadre français

Le système juridique français souligne que la preuve électronique est au centre des enjeux fondamentaux pour l'institution judiciaire, car elle détermine la poursuite et la condamnation des criminels (Quémener 2010 : 10). La doctrine juridique et la jurisprudence françaises utilisent la définition proposée par la Commission européenne considérant la preuve numérique comme une information concrétisée par des données numériques. Par preuve électronique, on entend des données de différents types sous format électronique qui sont utiles aux enquêtes et aux poursuites dans le cadre des procédures pénales. Cela inclut les « données de contenu », telles que les courriels, les SMS, les photos et les vidéos souvent stockées sur les serveurs des FAI, ainsi que d'autres catégories de données telles que les données relatives aux abonnés ou encore les informations sur le trafic des comptes internet (Quémener 2019 : 12). En revanche, l'acquisition des preuves numériques est réglementée par le Décret n° 2019-1602 du 31 décembre 2019 qui couvre ce sujet en détail. Par ailleurs, l'acquisition de la preuve électronique elle-même est réglementée dans le cadre du Code de procédure pénale par la loi du 14 mars 2011 d'orientation et de programmation pour la performance de la sécurité intérieure et par la loi du 13 novembre 2014 oeuvrant au renforcement des dispositions relatives à la lutte contre le terrorisme.

La loi actuelle a considérablement étendu la possibilité d'utiliser les données électroniques – y compris l'interception de données – à toutes les enquêtes et investigations, sous réserve de l'approbation du juge à la demande du procureur chargé de l'affaire (Nicoli 2020 : 2). Entre autres, l'article 702-102 du Code de procédure pénale français permet l'enregistrement, le stockage et la récupération de données informatiques en tout lieu sans le consentement des personnes concernées, s'ils ont pour but de détecter les crimes indiqués aux articles 706-73 et 706-73-1 du Code de procédure pénale (tels que les activités en bande organisée ou la traite d'êtres humains) et si les preuves recueillies peuvent contribuer à l'identification et à la détection d'un suspect.

En ce qui concerne l'utilisation des données dans le cadre du processus judiciaire, l'article 706-95-18 du Code de procédure pénale stipule que l'autorité chargée de la mise en état, ou l'avocat agissant en son nom, indique dans

le procès-verbal qui est versé au dossier, les données enregistrées utiles pour établir le déroulement des faits. Aucun élément concernant la vie privée, sans rapport avec les infractions pénales, ne peut être conservé dans les dossiers de la procédure. Il convient également de souligner qu'au-delà de la procédure probatoire, l'utilisation de nouvelles technologies fonctionne également dans le domaine judiciaire. L'article 801-1 du Code de procédure pénale permet la constitution de dossiers de procédure sous forme électronique. L'ensemble du dossier de procédure peut désormais être conservé sous forme numérique, dans des conditions sécurisées, sans support papier. Tous les documents énumérés dans le Code de procédure pénale peuvent donc être créés ou convertis en format numérique. Et ce, qu'il s'agisse d'actes de l'enquête, de l'instruction, de décisions juridictionnelles ou de tout autre élément de la procédure.

Toutefois, cela ne s'applique pas aux dispositions du Code de procédure pénale qui distinguent les documents originaux des copies, aux dispositions qui prévoient l'authentification des copies, ni aux dispositions qui prévoient le scellement (y compris les scellés fermés) des documents, des contenus multimédias ou des données au moment de leur versement au dossier. Si les documents établis sous forme numérique doivent être signés, ils le sont au moyen d'une seule signature numérique, quel que soit le nombre de pages et pour chaque signataire, selon des procédures techniques garantissant que le document ne peut être modifié ultérieurement. Ces documents ne doivent pas nécessairement être scellés.

2.2. Les solutions polonaises

Le droit polonais n'a pas de définition homogène de ce qu'est une preuve électronique. Cependant, il ne fait aucun doute que ces preuves sont admissibles dans un procès pénal. Cela signifie que de telles preuves peuvent être obtenues, sécurisées et ensuite utilisées dans le processus de preuve de l'affaire. Dans un procès pénal, la preuve électronique est admissible et soumise à l'appréciation du tribunal comme toute autre preuve. Elle est évaluée sur la base d'une libre appréciation des preuves (article 7 du Code de procédure pénale). Il est toutefois souligné que, étant donné leur nature, ces preuves sont davantage de nature circonstancielle que des preuves préjugant de la culpabilité de l'auteur. Un autre problème se pose ici, car les nouvelles technologies, notamment les enregistrements de vidéosurveillance, sont souvent plus fiables que la mémoire humaine. En outre, la preuve électronique nous permet de confronter les questions épistémologiques aux questions ontologiques, c'est-à-dire dans un procès pénal, les questions de cognition et les questions de réalité opposant le déroulement réel de l'événement à la connaissance de son déroulement.

Cependant, le législateur polonais et, plus généralement, la jurisprudence des tribunaux polonais restent très prudents à l'égard des preuves électroniques.

Dans le verdict de la Cour suprême du 20 juin 2013, réf. n° III KK 12/13 (LEX n° 1341691), il a été indiqué qu'en raison de la nature spécifique des données électroniques (informatiques) – qui, au même titre que les autres preuves, constituent la base de la condamnation – leur évaluation doit être extrêmement prudente, car statistiquement, ces données sont très souvent sujettes à modification. Selon la cour suprême, les preuves analysées dans un procès pénal, en raison de leurs spécificités et de leurs caractéristiques individuelles, nécessitent une approche diversifiée lors de leur analyse. Certaines catégories de preuves ne sont pas sujettes (du tout ou facilement) à des modifications, tandis que d'autres sont extrêmement sensibles à des interférences, même involontaires, de la part d'un tiers. Pour certaines catégories de preuves, les méthodes de traitement sont précisément élaborées depuis des années, tandis que pour d'autres, elles sont encore en cours de formulation et d'amélioration.

Dans la perspective de la probabilité d'interférence dans la substance de la preuve, les données numériques doivent être analysées avec une extrême prudence, ceci en utilisant les données les plus récentes. Cet argument présente toutefois deux failles très importantes qui, de fait, obligent à le rejeter. D'une part, cela ignore le fait que la preuve électronique n'était pas encore connue à la date des travaux sur la loi de procédure pénale, d'autre part, le simple fait de « nommer » (d'où le concept de « preuve nommée ») une preuve par le législateur ne signifie pas encore qu'elle est admissible (Bojańczyk 2015 : 64). En outre, dans la procédure pénale polonaise, il n'y a pas de disposition décrétant un catalogue fermé de moyens de preuve et il n'y a pas non plus de disposition résolvant clairement un éventuel litige en faveur de l'admissibilité des preuves non nommées.

Conclusion

Le développement de la technologie entraîne un certain nombre de facilités dans le fonctionnement des différents types d'institutions juridiques. La tenue d'audiences à distance et la numérisation des dossiers deviennent une réalité. Mais, le développement de la technologie est lié au développement de nouvelles formes de criminalité. Il arrive souvent que cette criminalité franchisse non seulement les frontières nationales, mais aussi les frontières continentales. Donc, il est très important de développer des solutions juridiques communes tant pour la définition de la preuve électronique que pour son admissibilité. Compte tenu de ce qui précède, l'adoption de la Directive et du Règlement ont constitué une étape particulièrement importante. L'approche de la preuve électronique est d'une importance capitale au sein même de l'Union européenne, tant en termes de fonctionnement du système judiciaire que du statut et de l'admissibilité de la preuve électronique. Il semble également raisonnable de désigner un

représentant légal au niveau national à des fins de collecte des preuves numériques dans le cadre des procédures pénales pour faciliter la demande d'obtention de preuves dans un autre État membre.

En traduisant les solutions juridiques européennes, il semble raisonnable de définir la preuve électronique dans la législation interne des États membres. De même, le statut de la preuve électronique devrait être unifié, car, dans la jurisprudence des tribunaux polonais, la preuve électronique est souvent traitée comme une preuve circonstancielle, plutôt que comme une preuve de culpabilité d'un suspect. De même, il est important de veiller à ce que toutes les garanties procédurales prévues par la Directive et le Règlement soient préservées lors de l'obtention et du traitement des preuves électroniques. Il est nécessaire de remettre en question l'utilisation plus large de nouvelles technologies par les tribunaux à travers la numérisation des dossiers, ainsi que l'exécution de plus en plus répandue des actes de procédure spécifiques à l'aide de technologies modernes, tels que la conduite des audiences par le biais des TIC.

Bibliographie

- Bojańczyk A. 2015. *Postępowanie karne - informatyka jako źródło nowych dowodów w procesie karnym. Glosa do wyroku SN z dnia 20 czerwca 2013 r., III KK 12/13, Orzecznictwo Sądów Polskich*, 6.
- Karasek P. 2016. *Odzyskiwanie usuniętych dowodów cyfrowych w postępowaniu karnym*, Prokuratura i Prawo, 7-8.
- Lach A. 2004. *Dowody cyfrowe w postępowaniu karnym, wybrane zagadnienia praktyczne i teoretyczne*, CBKE e-BIULETYN.
- Nicoli A. 2020. *Investigations judiciaires et captation des preuves numériques*, Lefebvre Dalloz, France.
- Opitek P. 2018. *Wybrane aspekty pozyskiwania dowodów cyfrowych w sprawach karnych*, Prokuratura i Prawo, 7-8.
- Quémener M. 2019. *La preuve numérique pénale à l'épreuve de la loyauté*, Wolters Kluwer, Nederland.
- Rapports statistiques sur la fourniture de preuves électroniques :
- Code de procédure pénale (Mise à jour du 2021-05-01) Décret n° 2019-1602 du 31 décembre 2019.
- Directive 2014/41/UE du Parlement européen et du Conseil du 3 avril 2014 concernant la décision d'enquête européenne en matière pénale JO L 130 du 1.5.2014, 1-36.
- Loi du 14 mars 2011 d'orientation et de programmation pour la performance de la sécurité intérieure.
- Loi du 13 novembre 2014 tendant à oeuvrer au renforcement des dispositions relatives à la lutte contre le terrorisme.

Proposition de Règlement du Parlement européen et du Conseil relatif aux injonctions européennes de production et de conservation de preuves électroniques en matière pénale.

Proposition de Directive du Parlement européen et du Conseil établissant des règles harmonisées concernant la désignation de représentants légaux aux fins de la collecte de preuves en matière pénale.

Loi du 6 juin 1997 Code de procédure pénale (Journal des lois de 2021, point 534).

Arrêt de la Cour suprême du 20 juin 2013, réf. n° III KK 12/13 (LEX n° 1341691).

Jean-Marie Ntahimpera

Université catholique de l'Afrique de l'Ouest

Les usages des blogs au Mali : une analyse du contenu de 35 blogs maliens

Résumé : Cet article explore les caractéristiques socio-démographiques des blogueurs maliens et les usages qu'ils font des technologies numériques de communication. Beaucoup d'études ont été faites sur les usages des blogs aux États-Unis, au Canada, en Europe et dans les pays arabes, mais aucune étude ne concerne, à notre connaissance, le Mali et les autres pays de l'Afrique francophone. Cette étude vise à combler cette lacune. Les données de cette recherche sont basées sur l'analyse du contenu de trente-cinq blogs personnels maliens dont le corpus a été constitué à partir d'articles publiés entre novembre 2020 et janvier 2021. Étant donné que les études sur la blogosphère malienne sont très rares, voire inexistantes, cet article a un caractère principalement exploratoire. Les résultats de notre recherche montrent que les blogueurs maliens sont principalement des étudiants et de jeunes diplômés qui utilisent leurs blogs pour s'exprimer sur les affaires publiques (politique, éducation, droits de l'homme, violences liées au genre, etc.). Enfin, les résultats montrent que la majorité des blogueurs ont un usage limité des blogs. Un blog malien moyen publie un article tous les deux mois ce qui est loin des recommandations de bon usage qui stipulent qu'un blog doit publier le plus régulièrement possible pour avoir un impact.

Abstract: This article explores the socio-demographic characteristics of Malian bloggers and the uses they make of blogs. Many studies have been made on blogs in the United States, Canada, Europe and Arabian countries, but no study has been

done to our knowledge on the uses of blogs in Mali and in other French-speaking African countries. This study aims to fill this gap. The data of this research is based on the content analysis of thirty-five Malian individual blogs, the corpus of which was constituted from articles published in November 2020, December 2020 and January 2021. Given that the studies on the blogosphere Malian are exceedingly rare, or even non-existent, this article is principally exploratory. The results of our research show that Malian bloggers are students and young graduates, who use their blogs to express themselves on public affairs (politics, education, human rights, gender-based violence, etc.). Finally, the results show that most bloggers have a limited use of blogging. The average Malian blog posts an article every two months, which falls short of the best practice guidelines that a blog should post as regularly as possible to have an impact.

Mots-clés : blogs, blogosphere, usages, analyse de contenu, communication numérique, Mali.

Keywords: blogs, blogosphere, content analysis, digital communication, Mali.

Introduction

Les blogs – journaux personnels publiés en ligne – sont devenus un moyen de communication très populaire depuis le début des années 2000. Cette popularité est due au fait que chaque personne ayant accès à l'internet peut créer son propre médium (blog) et s'adresser à son public sans demander l'aval d'un rédacteur en chef ou d'un directeur de publication (Sullivan 2008). Olivier Ertzscheid (2008) divise l'histoire des blogs en trois périodes : le temps des pionniers (1995-1997), le temps des *early adopters* (1997-2000) et le temps pour tous qui s'étend de l'année 2000 à nos jours.

Parmi les pionniers, on retrouve Tim Berners Lee qui alimente, dès 1992, la rubrique « What's new » sur son site personnel. Certains le considèrent comme le tout premier blogueur. En avril 1997, Dave Winer crée son blog qui est toujours actif et qui est considéré comme le blog qui a la plus longue durée de vie sans interruption. En décembre 1997, John Barger utilise pour la première fois le terme « weblog » dans son journal en ligne. Le mot anglais *weblog* était fabriqué autour de deux termes : *web* (la toile) et *log* (journal). Un *weblog* était donc compris comme un journal personnel publié sur l'internet. En 1999, Peter Merholz a condensé le mot *weblog* en *blog* qui est depuis entré dans le langage populaire pour désigner ce nouveau médium (McCullagh, Broache 2007).

D'après Rebecca Blood qui a créé son blog en 1999, les premiers blogueurs étaient des informaticiens qui savaient créer des sites internet ou des « enthousiastes du web » qui avaient appris à manipuler le code HTML pour s'amuser, et qui passaient beaucoup de temps en ligne (Blood 2000). Depuis 1999,

plusieurs services de publication automatique de blogs ont été créés. *LiveJournal* est lancé en mars 1999 par Brad Fitzpatrick. *Blogger* est lancé le 23 août 1999 par la société *PyraLabs* et a été racheté par le géant de l'internet Google en 2003. En 2003, *Wordpress* est créé à son tour. Grâce à ces services et à d'autres permettant à n'importe qui de créer son blog sans devoir maîtriser les codes informatiques, l'usage des blogs a pu se démocratiser (Ertzscheid 2008).

1. Comprendre les blogs au Mali

Plusieurs définitions de « blog » ont été établies. À notre avis, Marie Neihouser est celle qui a donné la définition la plus complète : « un blog est un site constitué d'articles – appelés billets – publiés sur une thématique donnée et à intervalles réguliers, par le/les propriétaires du blog ou son/ses webmaster/s. Ces billets sont en général présentés dans un sens antéchronologique, c'est-à-dire du plus récent au plus ancien, et permettent à leur auteur d'exprimer une opinion subjective. Les lecteurs ont la plupart du temps la possibilité de donner leur avis sur les billets publiés, dans la rubrique « commentaires » (Neihouser 2018 : 36). Certains auteurs ont considéré le blog comme un outil « révolutionnaire » (Sullivan 2008). La nouveauté avec les blogs c'est la capacité de publier sans passer par le filtre et la censure des rédacteurs en chef et autres directeurs de publication. De plus, les lecteurs peuvent communiquer directement avec l'auteur à travers les commentaires, ce qui permet à l'auteur et au lecteur d'être sur un pied d'égalité.

En Afrique, dans le monde arabe et au Mali particulièrement, les blogueurs ont commencé à exercer une grande influence en 2011 grâce au rôle décisif qu'ils ont joué dans les événements politiques connus sous le nom de printemps arabe, notamment en Égypte et en Tunisie (Dubruel 2011). Au Mali, le premier blogueur connu est Boukary Konaté, professeur d'anglais dans une école de la capitale, Bamako, qui a créé son blog *Fasokan* (« la langue est ma patrie » en langue bambara) en avril 2009. Boukary blogue en français et en bambara, la langue la plus parlée au Mali. Avec son blog, il a pour objectif de réaliser un projet ambitieux intitulé « Quand le village se réveille ». Il s'agit d'un « projet de collecte et de diffusion de la culture malienne via les nouvelles technologies de l'information » (Attino 2017). Cette passion pour la culture a été payante, puisque son blog a reçu en 2012 le Prix spécial Éducation et Culture du concours Bobs (Best of the blogs) du médium allemand *Deutsche Welle* (Konaté 2012). Boukary Konaté a été aussi le tout premier blogueur malien à créer un blog sur la plate-forme Mondoblog initiée en 2010 par Radio France internationale (RFI) dans le but de « susciter la création d'une jeune blogosphère francophone dynamique » (Maalouf 2010). Mondoblog a l'avantage de proposer un encadrement éditorial et technique, ce qui mène à la professionnalisation des blogueurs rejoignant cette communauté.

Mondoblog a joué un grand rôle dans le développement de la blogosphère malienne, puisque c'est grâce à elle que Boukary Konaté et trois autres blogueurs maliens se sont rencontrés pour la première fois en 2013 à Dakar pour une formation organisée par la plate-forme RFI. À leur retour au Mali, ces pionniers créent la Communauté des blogueurs du Mali, ultérieurement baptisée Doniblog (« connaître le blog » en langue bambara), qui est l'une des deux associations de blogueurs au Mali ayant entre autres objectifs celui de former de nouveaux blogueurs (Diallo 2016).

Tableau 1. Quelques dates clés de l'évolution de la blogosphère malienne

Année	Activité
2009	Création du blog <i>Fasokan</i> par Boukary Konaté
2010	Création de <i>Mondoblog</i> par RFI
2013-2014	Création de <i>Doniblog</i> et de l'Association des Blogueurs du Mali (ABM)
2018	Création par Doniblog du prix Boukary Konaté qui récompense de nouveaux blogueurs
2018	Création de <i>Benbere</i> , une plate-forme de blogueurs maliens.

2. Objectifs de recherche

Cet article vise à explorer comment les blogueurs du Mali se servent de cet outil de communication, notamment à partir de leurs stratégies de présentation personnelle, de leur fréquence de publication et de la nature de leurs contenus. Plusieurs études ont été faites sur les usages des blogs aux États-Unis, au Canada ou en France (Giasson, Darisse, Raynauld 2008, Herring et al. 2007, Herring, Scheldt 2004, Kjellberg 2014, Miller, Shepherd 2004, Neihouser 2016, Heihouser 2018, Papacharissi 2006, Trammell, Keshelashvili 2004, Trammell et al. 2006). La grande partie de ces travaux montre que les blogueurs les plus en vue sont des hommes blancs appartenant à une classe privilégiée qui utilisent leurs blogs pour influencer la vie politique et sociale. Certaines études aux États-Unis montrent aussi que les blogueurs afros et latinos utilisent leurs blogs pour encourager les minorités ethniques à s'engager dans des activités politiques (Pole 2007a, 2007b). Des études sur les blogueurs arabes montrent que les blogs, dans cette partie du monde, ont permis à leurs usagers de trouver d'autres moyens de s'exprimer de façon créative malgré la censure (Pepe 2019) et d'expliquer la politique locale à une audience internationale (Sacco 2015). Notre travail a pour objectif d'étendre ces analyses aux blogs de l'Afrique francophone dans l'objectif à terme de permettre une comparaison entre les situations des différents pays.

3. Méthodologie de la recherche

3.1. Collecte de données

Cette étude est basée sur une analyse du contenu de 35 blogs individuels maliens. La constitution du corpus s'est déroulée à travers plusieurs étapes. D'abord, nous avons fait une recherche générale sur Google avec les mots « Blog Mali ». Ensuite nous avons consulté les pages Facebook des deux associations de blogueurs du Mali, ABM et Doniblog. ABM publie régulièrement sur sa page les nouveaux articles de ses membres. De son côté, à l'occasion de la « Journée mondiale du blog », le 31 août 2020, Doniblog a publié sur sa page des portraits de plus de cinquante blogueurs avec les liens vers leurs blogs. Ensuite, nous avons approché une dizaine de blogueurs de notre propre réseau qui nous ont indiqué les blogs maliens qu'ils connaissaient. En tout, nous avons pu répertorier 85 blogs, dont plus de la moitié n'étaient plus actifs¹.



Capture d'écran 1. Exemple d'un blog malien

Nous avons choisi de garder dans notre corpus les blogs personnels, c'est-à-dire animés par une seule personne, qui ont publié au moins un billet au cours des trois mois précédant le début de notre enquête (novembre 2020 – janvier 2021). Nous n'avons pas inclus dans notre analyse les blogs collectifs et les blogs institutionnels. Nous avons aussi exclu les blogs ayant un seul article, parce que notre expérience nous a montré que beaucoup de blogs étaient créés, par exemple, au cours des formations et ne publiaient plus rien après le premier article.

¹ Certains spécialistes considèrent un blog comme inactif, quand il n'a pas publié d'article pendant les six derniers mois.

Donc, ils ne peuvent être considérés comme des blogs actifs. En tout, nous avons conservé 35 blogs, dont 25 tenus par des hommes et 10 par des femmes. Même si notre corpus ne correspond pas à la totalité des blogs actifs au Mali, il reste représentatif, étant donné que tous les blogs des membres des deux associations de blogueurs du Mali qui remplissent les critères cités ci-dessus ont été inclus dans le corpus.

3.2. Démarche

Pour étudier notre corpus, nous avons utilisé la méthode de l'analyse du contenu des communications. D'après Bernard Berelson, « l'analyse de contenu est une technique de recherche servant à la description objective, systématique et quantitative du contenu manifeste des communications » (Berelson 1971 : 18). Pour Christian Leray, « l'analyse de contenu permet de retracer, de quantifier, voire d'évaluer, les idées ou les sujets présents dans un ensemble de documents : le corpus » (Leray 2008 : 5). Cette méthode nous permet d'analyser avec objectivité les stratégies de présentation de soi mises en place par les blogueurs, mais aussi la structure et le contenu des blogs. Elle a été utilisée notamment par Trammell et Keshelashvili pour étudier les stratégies d'autoprésentation mises en place par les « A-List Blogs », les blogs les plus en vue dans le monde anglophone (Trammell, Keshelashvili 2005). Ils en concluent que ces supers blogueurs révélaient beaucoup d'informations personnelles sur leurs pages. S'inspirant de cette démarche, nous nous sommes posé les questions suivantes :

- Jusqu'à quel point les blogueurs maliens se révèlent sur leurs blogs ?
- Quelles sont les caractéristiques socio-démographiques des blogueurs ?
- Quelles stratégies mettent-ils en place pour séduire leur lectorat ?

Nous avons émis les hypothèses suivantes :

- Les blogueurs maliens sont en majorité des hommes (étudiants ou diplômés).
 - La majorité des blogs porte sur la politique
 - Les blogueuses s'intéressent plus aux sujets relatifs aux droits des femmes.
- Donc, nous avons établi des typologies pour les éléments suivants :

- Les caractéristiques des auteurs de blogs tels qu'ils apparaissent sur ces blogs/pages.
- Les objectifs que s'assignent les blogueurs et les blogueuses.
- La structure des blogs.
- La fréquence de publication des blogs.

4. Analyse des résultats

Les résultats de cette analyse de contenu corroborent en partie les autres recherches faites sur les blogs, mais divergent sur certains points. Dans cette section, nous présentons un rapport quantitatif des résultats de nos recherches. Dans la partie suivante, nous interprétons qualitativement ces résultats et les comparons avec les recherches faites sur d'autres terrains.

Les résultats de notre étude montrent que les auteurs de blogs maliens ont des caractéristiques particulières. Ils sont en majorité de jeunes hommes, étudiants ou diplômés. En effet, 25 blogs de notre corpus sont tenus par des hommes, ce qui représente 71 % du corpus. Ces résultats confirment un fait observé dans d'autres recherches : la majorité des blogueurs sont de sexe masculin. Une large majorité des blogueurs (à savoir plus de 85 %) vivent à Bamako. Seulement cinq blogueurs (14,2 %) du corpus sont basés dans d'autres régions : deux à Tombouctou, un à Koutiala, un à Mopti et un à Koulikoro. 14,2 % se présentent comme journalistes ou communicants. 5,7 % se présentent comme professeurs, sans préciser s'ils sont professeurs dans l'enseignement primaire ou secondaire, à temps plein ou à temps partiel. Un blogueur (2,8 %) se présente comme magistrat et un autre (2,8 %) se présente comme activiste. Plus de 70 % ne précisent pas leur profession sur leur blog. 57,1 % des blogueurs révèlent leur nom complet, tandis que le reste se contente de mettre un seul nom ou un pseudonyme. Seulement trois blogueurs (8,5 %) précisent les associations de blogueurs dont ils sont membres.

Tableau 2. Les caractéristiques des auteurs de blogs

Caractéristiques	Fréquence	Pourcentage
Masculin	25	71,4
Étudiant	2	5,7
Basé à Bamako	30	85,7
Nom sur la première page (autre qu'un pseudonyme)	20	57,1
Autre information personnelle sur la première page	13	37,1
Photo de l'auteur sur la première page	12	34,2
Courriel sur la première page	2	5,7
Numéro de téléphone sur la première page	1	2,8
Membre de Doniblog	2	5,7
Membre de l'ABM	1	2,8

Caractéristiques	Fréquence	Pourcentage
Journaliste/Communicant	5	14,2
Professeur	2	5,7
Magistrat	1	2,8
Activiste	1	2,8

La plupart des blogs poursuivent un objectif précis. Le tableau 3 résume les types de blogs en fonction de ces objectifs. 26 blogs (74,2 %) sont des blogs d'information ou de commentaires sur les affaires publiques (la politique, la culture, l'éducation, etc.). Parmi ceux-là, quatre blogs (11,4 %) sont exclusivement des blogs d'information au sens journalistique du terme. De plus, 21 blogs (60 %) sont des blogs de commentaires. Seulement deux blogs (5,7 %) sont des blogs personnels dans le sens où ils expriment les sentiments et les éléments de vie de leurs auteurs. Sept blogs (20 %) sont mixtes, c'est-à-dire que leurs auteurs mélangent les commentaires sur la vie publique et les témoignages sur leur vie personnelle.

Tableau 3. Type de blog d'après son objectif

Type	Fréquence	Pourcentage
Journal personnel	2	5,7
Affaires publiques	26	74,2
Blog mixte	7	20

Il y a aussi des différences de genre considérables entre les objectifs des hommes et des femmes sur leurs blogs. Si les hommes s'intéressent plus à la politique et à la culture, les femmes s'intéressent plus aux sujets relatifs à la condition féminine comme l'amour, le mariage et les violences basées sur le genre.

La fréquence des publications est l'une des caractéristiques des blogs. Blood (2000) considère qu'un blog sérieux doit donner aux lecteurs du nouveau contenu chaque jour. En se basant sur cette assertion, nous avons voulu examiner la fréquence de publication des blogs maliens. Pour ce faire, nous avons calculé la différence entre la date de publication de l'article le plus récent et la date de publication de l'article qui l'a précédé pour chaque blog. Ensuite, nous avons calculé la moyenne pour les 35 blogueurs de notre corpus. Les résultats montrent qu'un blogueur malien publie en moyenne un article tous les 65 jours sur son blog, ce qui veut dire une fois tous les deux mois.

blog77146441.wordpress.com/2021/01/09/accouchement-quand-les-sagesfemmes-font-peur-que-la-douleur/



Concevoir un site comme celui-ci avec WordPress.com

Commencer

Accouchement : quand les sagesfemmes font peur que la douleur



Insulter une personne dans la douleur, frapper une personne dans la douleur, voilà le quotidien des sages femmes maliennes. Aujourd'hui, lorsque tu arrives dans les salles d'accouchement à Bamako, c'est la déception totale.

Capture d'écran 2. Exemple d'un blog féminin

La moyenne pour les blogs masculins seulement est de 60,5 jours. Pour les blogs féminins, la fréquence diminue, avec un article tous les 84 jours. Quant à la durée moyenne des blogs, elle est de 812,3 jours, ce qui équivaut à 27 mois ou 2,2 ans. 23 blogs (40 %) de notre corpus ont moins d'un an, tandis que 28 blogs (80 %) ont moins de trois ans. Un seul blog de notre corpus a plus de dix ans.

Tableau 4. La fréquence des publications

Mesure	Jours
Différence moyenne entre les deux dernières dates de publication	65
Durée moyenne des blogs	812,3

La structure des blogs maliens représente une autre curiosité. Ainsi, l'unité de codage est la première page et le premier article du blog. Le tableau 5 résume la présence, ou non, d'éléments structurels sur les blogs de notre corpus. Normalement, les logiciels de blogs présentent tous ces éléments, mais c'est le blogueur qui décide de les utiliser ou non. Les logiciels de blogs permettent notamment de mettre des éléments multimédia (textes, photos, vidéos). Les blogs de

notre corpus sont tous textuels. Dix d'entre eux (28,5 %) présentent la fonction « Archives » qui permet de remonter et de consulter les articles les plus anciens, classés selon le mois et l'année de publication. Trente blogs (85,7 %) accompagnent leurs textes de photos, mais seul un blog de notre corpus (2,8 %) contient des vidéos. Les commentaires sont permis sur 27 blogs (77,1 %) et la fonction « partager » qui mène aux réseaux sociaux est présente sur 25 blogs (71,4 %). La publicité et le calendrier y sont très rares : on les trouve sur un seul blog.

Tableau 5. Caractéristiques structurelles

Feature	Fréquence	Pourcentage
Archives	10	28,5
Photos	30	85,7
Vidéos	1	2,8
Lien vers l'email du blogueur	1	2,8
Fonction recherche	13	36,1
Calendrier	1	2,8
Publicité	1	2,8
S'abonner	4	2,8
Lien vers les réseaux sociaux du blogueur	2	5,7
Commentaires permis	27	77,1
Partager	25	71,4

Les blogueurs maliens ont une préférence pour le logiciel Wordpress, utilisé dans 21 blogs de notre corpus (60 %). Le logiciel Mondoblog de RFI vient en deuxième position avec cinq blogs (14,2 %) et Blogspot se situe en troisième position avec quatre blogs (11,4 %). Les autres logiciels se partagent les blogs restants (14,2 %).

Tableau 6 : Logiciel de blog utilisé

Nom du logiciel	Fréquence	Pourcentage
Wordpress	21	60
Blogpost	4	11,4

Nom du logiciel	Fréquence	Pourcentage
Mondoblog	5	14,2
Autres	5	14,2

Les hyperliens font partie de l'identité des blogs. D'après Sullivan (2008), les hyperliens permettent au blogueur d'être connecté avec ses pairs et de « multiplier de façon continue les références et les sources ». Dans quelle mesure les blogueurs maliens sont-ils liés les uns aux autres grâce aux hyperliens ? En analysant la page d'accueil et les trois derniers articles de chaque blog, nous avons comptabilisé l'occurrence des hyperliens. Le tableau 5 résume la présence des hyperliens sur les blogs de notre corpus. Ces résultats montrent que les blogueurs maliens utilisent très peu les hyperliens. Ainsi, 23 blogs de notre corpus (65 %) n'ont aucun hyperlien. Parmi ceux qui ont des hyperliens, cinq en occurrence (14,2 %) mènent vers Benbere, une plate-forme de blogueurs maliens. Un seul blog a un hyperlien vers un autre blog malien. Et seulement deux blogs ont des hyperliens internes. Ce qui est plus étonnant, c'est qu'aucun blog de notre corpus n'a de blogroll (une liste de blogs que le blogueur lit régulièrement).

Tableau 7. La présence des hyperliens sur les blogs

Destination	Fréquence	Pourcentage
Vers les sites institutionnels	2	5,7
Vers d'autres blogs	1	2,8
Vers les sites d'informations	Jeune Afrique : 2 Sites maliens : 1 Autres : 2	14,2
Vers les sites de l'auteur	5 (Benbere)	14,2
Blogroll	0	0
Liens internes	2	5,7
Lien vers les réseaux sociaux des autres	Facebook : 2 Youtube : 1	8,5
Liens vers ses propres réseaux sociaux	1	2,8
Blogs sans aucun lien	23	65,7

Les commentaires sont l'un des indicateurs de la popularité des blogs. Ici, nous avons analysé les commentaires sur le dernier article de chaque blog de notre corpus. Sur les 25 articles que nous avons examinés, nous n'avons trouvé que 37 commentaires valides répartis sur cinq blogs. C'est-à-dire que 30 blogs (85,7 %) n'ont aucun commentaire. Si nous répartissons les 37 commentaires sur tout le corpus, nous pouvons conclure qu'un blog a en moyenne un seul commentaire par article. Ce qui est curieux, c'est que quatre des cinq blogs ayant des commentaires sont des blogs de femmes. Le blog le mieux loti compte 18 commentaires.

5. Discussion des résultats

5.1. Un usage limité de blogs

Le constat qui se dégage de cette étude est que l'usage de blogs est limité à quelques dizaines de personnes au Mali, quelques centaines tout au plus. La blogosphère malienne est très réduite. Marie Neihouser, qui a collecté un corpus exhaustif des blogs politiques en France en 2012, a pu répertorier 3 509 sites (Neihouser 2018 : 45). En utilisant la même méthode dix ans plus tard, nous avons répertorié moins de 100 blogs au Mali, toutes catégories confondues (blogs politiques, culturels, féministes, etc.). Par ailleurs, parmi les blogs que nous avons trouvés, plus de la moitié étaient inactifs. Un blog au Mali publie en moyenne un article tous les deux mois, ce qui est loin des bonnes pratiques qui recommandent de publier un nouveau contenu chaque jour ou, au moins, chaque semaine pour avoir suffisamment d'impact sur son lectorat (Blood 2000).

La première explication de cet usage limité des blogs est sans doute liée aux inégalités numériques. En 2019, l'Union internationale des télécommunications (UIT 2020 : 6) indiquait qu'en Afrique la moyenne des ménages possédant un ordinateur et ayant accès à l'internet à la maison était de 28 % dans les villes et de 6 % dans les zones rurales. En Europe, elle est de 88 % et 78 % respectivement. Pour ceux qui utilisent l'internet sur leur téléphone portable, le même rapport de l'UIT dit qu'en Afrique 44,3 % des usagers ont accès à la 4G contre 97,2 % en Europe (UIT2020 : 4). Même si nous ne connaissons pas exactement le nombre d'internautes au Mali, il est évident que l'accès à l'internet dans ce pays du Sahel ne dépasse pas la moyenne africaine. Donc, si la majorité des Maliens, et notamment ceux des zones rurales, n'a pas accès à une connexion de qualité, il est compréhensible que l'usage des outils numériques de communication, y compris les blogs, soit le fait de rares privilégiés (en majorité des jeunes citadins). Cette inégalité numérique explique en partie la sous-représentation des femmes dans la blogosphère malienne. Comme nous l'avons vu, sur 35 blogueurs de notre corpus, seulement dix sont des femmes, soit 28,5 %. Le rapport

de l'UIT cité plus haut montre qu'en Afrique 20% des femmes ont accès à l'internet contre 37 % des hommes, alors que ces chiffres sont respectivement de 80 % et 85 % en Europe (UIT 2020 : 8).

Toutefois, l'accès à l'internet n'explique pas à lui seul l'usage limité de blogs. D'autres facteurs sociaux ou culturels, notamment l'éducation et la langue, entrent en jeu. En effet, tous les blogs de notre corpus sont en français. Nous avons choisi d'étudier les blogs francophones pour des raisons pratiques, ne maîtrisant pas les langues locales parlées au Mali comme le bambara, le peul ou le songhaï. Néanmoins, d'après quelques entretiens informels que nous avons menés, il n'existe pas de blogueur connu dans ces langues locales. Le seul blogueur connu en bambara, la langue la plus parlée du Mali, est Boukary Konaté, ce pionnier de la blogosphère malienne qui est mort d'un cancer en 2017. Il est très probable que beaucoup évitent de bloguer en français, langue qu'ils ne maîtrisent pas suffisamment. De plus, tous les usagers des blogs que nous avons pu identifier possèdent un diplôme universitaire ou sont étudiants. Or, presque toutes les universités maliennes sont concentrées dans la capitale à Bamako, expliquant que la majorité des « intellectuels » maliens, y compris les blogueurs, reste concentrée sur cette ville (Ntahimpera 2019). Ceci est aussi dû au fait que l'insécurité règne dans une grande partie du nord et du centre du Mali, entraînant la fermeture de centaines d'écoles dans certaines zones (ONU Info 2018).

On peut donc conclure à trois niveaux d'usages des blogs de notre corpus : un usage intensif des blogs avec deux à plusieurs articles par semaine, un usage intermédiaire avec deux à plusieurs articles par mois et un usage limité avec moins de deux articles par mois.

Tableau 8. Niveau des usages de blogs

Niveau d'usage	Fréquence	Pourcentage
1. Usage intensif	1	2,8
2. Usage intermédiaire	7	20
3. Usage limité	27	77,1

Comme le montre le Tableau 6, un seul blog de notre corpus possède un usage intensif avec 28 articles publiés au cours des trois mois de notre enquête (novembre 2020 – janvier 2021). En plus de publier plusieurs articles par semaine, le blogueur en question est un passionné de politique nationale et internationale. Sept blogs du corpus (20 %) possèdent un usage intermédiaire. Ils publient en moyenne quatre articles par mois et semblent avoir en commun le fait d'être relativement bien écrits. La moitié d'entre eux semble avoir un projet ou un objectif explicite. L'un des auteurs, passionné de littérature et

de voyages, a révélé dans l'un de ses articles avoir, depuis son enfance, « envie d'être président de la république ». Un autre est un blog ouvertement féministe. Deux autres sont des blogs offrant des informations régionales. Au final, les blogs à usage limité sont largement majoritaires (77,1 %). Outre le fait qu'ils publient très peu d'articles, ils ont aussi en commun de ne pas avoir de projet durable pour les guider. Les blogs maliens de notre corpus étant en majorité à usage limité, nous admettons aussi que leur influence est également réduite. Pour qu'une blogosphère soit stable, nous supposons que la majorité de ses blogs doit être à usage intermédiaire, de la même façon que les sociétés les plus stables sont celles où la classe moyenne est importante.

5.2. Absence de politiciens dans le blogage

Nous avons remarqué que les blogs de notre corpus sont dominés par quelques thématiques variées, notamment la politique, la culture, l'éducation et les droits des femmes. La politique est donc bien présente parmi les sujets discutés dans la blogosphère. En revanche, il y manque de gens ayant des responsabilités politiques, à savoir ministres, maires, députés, etc. Ceux qui animent des blogs politiques au Mali, ce sont des journalistes ou des activistes de la société civile qui n'exercent aucune fonction politique. À l'opposé, l'étude de Marie Neihouser sur les blogs politiques en France démontre que 18 % des blogueurs politiques sont des élus locaux (maires de petites villes), tandis que 16 % sont des parlementaires ou des hommes politiques de niveau national. Cela montre qu'une partie importante des hommes politiques français intègre le blog dans leur stratégie de communication, faisant dire à Marie Neihouser que « l'activité de blogage politique constitue une activité politique à part entière » (Neihouser 2018 : 45). Une telle pratique ne s'observe pas au Mali. L'absence de responsables politiques dans la blogosphère malienne montre que les acteurs politiques se méfient des blogueurs qu'ils perçoivent comme des voix critiques, voire comme des ennemis du pouvoir. Cette perception ressort des propos qu'a tenu, en 2017, le vice-président de l'Assemblée nationale, qualifiant les blogueurs et les activistes des réseaux sociaux de « drogués qui [étaient] derrière les réseaux sociaux, qui [vilipendaient] matin-midi-soir les dirigeants de ce pays ». Il y a lieu de penser que la classe politique malienne partage cette aversion pour les blogs et les réseaux sociaux.

Conclusion

Notre étude a montré que le Mali est marqué par une pratique limitée du blogage, circonscrite à quelques dizaines ou quelques centaines de jeunes gens. Pour autant, plusieurs questions restent encore sans réponse : qui sont les lecteurs des

blogs maliens ? Que gagnent les blogueurs en se lançant dans ce « métier » ? À quoi servent les associations de blogueurs ? Ces questions doivent faire l'objet d'études ultérieures, notamment à l'aide d'interviews semi-directives avec les blogueurs et leur lectorat.

Bibliographie

- Attino G. 2017. Hommage à Boukary Konaté, l'homme qui voulait réveiller le village. <http://hamadar.com/boukary-konate-voulait-reveiller-village/> ; accès : 25 février 2021.
- Berelson B. 1971. *Content analysis in communication research*, Hafner, New York.
- Blood R. 2000. Weblogs: A history and perspective. *Rebecca's Pocket*. http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html ; accès : 10 avril 2021.
- Dubruelh C. 2011. Printemps arabe : le rôle des blogueurs débattu à Tunis. <https://www.jeuneafrique.com/179132/societe/printemps-arabe-le-r-le-des-blogueurs-debattu-tunis/> ; accès : 25 février 2021.
- Ertzscheid O. 2008. *Créer, trouver et exploiter les blogs*, Association des professionnels de l'information et de la documentation, Paris.
- Farrell H., Drezner D.W. 2008. The power and politics of blogs, *Public Choice*, 134, 15-30.
- Giasson T., Darisse C., Raynauld V. 2008. Cartographie de la blogosphère politique québécoise : utilisateurs, messages et intentions. Communication présentée à la préconférence *Communication et changement social : les sphères théoriques, technologiques, médiatiques et francophones*, 58e Conférence Annuelle de l'Association Internationale de Communication.
- Gross E., Lussato C. 2011. Plongée dans la fachosphère, *Le Nouvel Obs*, <https://www.nouvelobs.com/politique/20110726.OBS7663/plongee-dans-la-fachosphere.html> ; accès : 28 décembre 2020.
- Herring S., Scheidt L. 2004. Bridging the gap: A genre analysis of weblogs. *Proceedings of the Thirty-seventh Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-37)*, IEEE Press, Los Alamitos.
- Herring S.C., Scheidt L.A., Kouper I., Wright E. 2007. *A longitudinal content analysis of weblogs: 2003-2004*, in *Blogging, Citizenship and the Future of Media*, ed. M. Tremayne, Routledge, London, 1-18.
- Hopkins K. 2009. *Blogs, political discussion and the 2005 New Zealand general election*, Thesis, Massey University.
- Kjellberg S. 2015. Researchers' blogging practices in two epistemic cultures: The scholarly blog as a situated genre, *HUMAN IT*, 12 (3), 36-77.
- Konaté B. 2012. Fasokan remporte le prix spécial Education et Culture des BOBs 2012. <https://fasokan.wordpress.com/2012/05/04/fasokan-remporte-le-prix-special-education-et-culture-des-bobs-2012/> ; accès : 25 février 2021.

- Leray C. 2008. *L'analyse de contenu : De la théorie à la pratique - la méthode Morin-Chartier*, Presses de l'Université du Québec, Québec.
- Maalouf Z. 2010. Émission 133-2 : le concours Mondoblog est lancé. <http://atelier.rfi.fr/profiles/blogs/emission-1332-le-concours?context=tag-concours> ; accès : 22 février 2021.
- McCullagh D., Broache A. 2007. Blogs turn 10 – Who is the father? <https://web.archive.org/web/20070328171608> ; accès : 28 octobre 2020.
- McKenna L, Pole A. 2007. *What do bloggers do ? : An average day on an average political blog*, Springer, New York.
- Miller C.R., Shepherd D. 2004. Blogging as social action: A genre analysis of the weblog. <https://conservancy.umn.edu/items/6065cb61-5392-4cee-8d2a-11199-caeba6e> ; accès : 10 avril 2021.
- Neihouser M. 2016. *Un nouvel espace médiatique ? Sociologie de la blogosphère politique française*, Université de Montpellier.
- Neihouser M. 2018. Etudier les blogueurs politiques en France : Enjeux, méthodes et résultats, *Bulletin de Méthodologie Sociologique*, 139, 34-58.
- Ntahimpera J-M. 2019. Au Mali, la déconcentration des universités est au point mort, *Benbere*. <https://benbere.org/terre-dopportunités/deconcentration-universités-mali-point-mort/> ; accès : 14 avril 2021.
- ONU Info. 2018. Mali : 750 écoles fermées et plus d'un million d'enfants toujours privés d'école selon l'UNICEF. <https://news.un.org/fr/story/2018/06/1016041> ; accès: 27 février 2021.
- Papacharissi Z. 2009. *The virtual sphere 2.0: The internet, the public sphere and beyond*, in *Routledge handbook of internet politics*, eds A. Chadwick, P. Howard, Routledge, New York.
- Pepe T. 2019. *Blogging from Egypt: Digital literature 2005-2016*, Edinburgh University Press, Edinburgh.
- Pledel I. 2007. *Les nouvelles logiques d'expression : blogs et journalisme participatif, vers une e-démocratie ?* In : *La Démocratie à l'épreuve de la Société numérique*, eds A. Dahmani, J. Do-Nascimento, J.-M. Lédjou, J.-J. Gabas, Editions Karthala, Paris, 209-225.
- Pole A. 2007a. Black bloggers and the blogosphere, *The International Journal of Technology Knowledge and Society*, 2 (6), 1-20.
- Pole A. 2007b. *Hispanic bloggers in the blogosphere: Politics and participation*, The 2007 Annual Meeting of the American Political Science Association, Chicago, USA.
- Rodriguez S. 2013. *S'engager à l'ère du Web. Attitudes, perceptions et sens de l'engagement chez la « génération de l'information » (20-35 ans)*, Thèse de doctorat, Université de Montréal, Montréal.
- Sacco K. 2015. Blogging, nationhood, and the Egyptian revolution: Rethinking bridgeblogging, *Journal of Islamic and Middle Eastern Multidisciplinary Studies: Mathal*, 4 (1), 1-26.

-
- Sullivan A. 2008. Why I blog, *The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/11/why-i-blog/307060/> ; accès : 28 décembre 2020.
- Tomaszeski S.M. 2006. *A baseline examination of political bloggers: Who they are, their views on the blogosphere and their influence in agenda-setting via the two-step flow hypothesis*, Mémoire de Master, Florida State University, USA.

Angela-Gabriela Pop

Université Babeş-Bolyai de Cluj-Napoca

ORCID : 0009-0004-3847-0355

Facettes de la présentation de soi et construction d'une identité discursive sur le blog

Résumé : Notre recherche se déroule dans le cadre de la linguistique textuelle et de l'analyse du discours. Nous y aborderons la problématique du discours numérique sur le blog et sa spécificité par rapport aux supports textuels non connectés. L'étude de la construction de l'identité numérique est réalisée à partir de trois exemples de page « À propos » (ou « Qui suis-je ? ») – élément textuel quasi-obligatoire dans le cadre du blog. Celui qui s'y exprime est toujours « un être de discours » (Ducrot 1984), bien différent de l'être empirique qui se manifeste dans la vie réelle. Le blog propose un nouveau type de lecture, « kaléidoscopique », favorisée par l'exploitation des caractéristiques textuelles et techniques de ce discours, produite et consommée en ligne. Le blogueur se manifeste souvent comme un journaliste, exploitant comme lui le genre de chronique. La construction de son discours dépend du « lecteur modèle » (Eco 1979) auquel il s'adresse.

Abstract: Our research is an integrated part of linguistics, more exactly in discourse analysis (the French school of discourse analysis). We discuss the issue and characteristics of digital discourse in blogs in comparison to non-online texts. We are looking into the identity of the bloggers on the “About us” or “Who we are” pages of a blog. This is always an “entity of the discourse” (Ducrot 1984) different from the empirical being of real life. A new (“kaleidoscopic”) type of reading is present on blogs, encouraged by the digital formats where the bloggers express themselves. The blogger's discourse is made and employed online solely. The blogger

acts mostly as a journalist. The journalistic chronicle is then frequently used. The “model reader” (Eco 1979) influences the way the blogger composes the presentation discourse on the “About” page.

Mots-clés : blog, identité numérique, locuteur, discours, lecture kaléidoscopique, chronique.

Keywords: blog, digital identity, entity of the discourse, kaleidoscopic reading, chronicle.

Introduction

Afin d'étudier les stratégies de communication qui se manifestent en ligne, nous avons mené une recherche doctorale en philologie à la Faculté des Lettres de l'Université Babeş-Bolyai de Cluj-Napoca, en Roumanie, achevée en septembre 2022. C'est à partir d'un corpus de blogs en français et en roumain que nous y observons comment se construisent et s'articulent les facettes du discours numérique natif.

Le « discours numérique natif » est défini par M. A. Paveau comme « l'ensemble des productions verbales élaborées en ligne, quels que soient les appareils, les interfaces, les plateformes ou les outils d'écriture » (Paveau 2017 : 8). Le « Cadre européen commun de références pour les langues » n'offre pas encore de paramètres complets pour la construction d'un tel type de discours. Néanmoins, les méthodes de français langue étrangère (FLE), qui proposent aux apprenants des tâches à accomplir à partir de la compréhension ou de la publication de textes sur les blogs, sont de plus en plus nombreuses. Les éditions Hachette le faisaient déjà en 2010 avec le guide pédagogique *Alter Ego*, ainsi que la collection Didier FLE, en 2016, pour n'en citer que quelques-uns. Également présent dans les sujets du DELF et du DALF, le recours au blog est loin d'être un phénomène isolé.

Notre approche est moins quantitative que qualitative, puisque la méthode sur laquelle nous travaillons vise à rendre compte des spécificités rencontrées sur le blog. Nos instruments de recherche tentent d'allier l'analyse du discours d'avant l'internet, telle que pratiquée par Dominique Maingueneau et Patrick Charaudeau (2002), à une « analyse du discours numérique » (Paveau 2017 : 145). Nous partons du constat que « dans les univers discursifs numériques le fil du discours est modifié par l'environnement techno discursif » (Paveau 2017 : 145). C'est à l'aide du geste de l'internaute que se construisent les actes de l'écriture et de la lecture en ligne. Le récepteur décide – par ses clics – quelle partie textuelle sera abordée et de quelle manière. Il pourra même y ajouter du texte, laissant une trace discursive de sa présence sur la Toile. C'est ainsi qu'il peut

reconfigurer des éléments du discours numérique à la manière des pièces situées à l'intérieur d'un kaléidoscope. Il peut y « voyager » d'un hyperlien à un autre, rester dans le cadre du blog ou le quitter pour aller, au besoin, sur un autre site à la recherche de telle ou telle information. Un nouveau type de lecture, kaléidoscopique¹, se dessine ainsi à la faveur des cadres discursifs du net. Il s'agit d'une lecture construite entièrement au gré des intérêts du lecteur. Paveau parle d'« écritecture », terme qui « désigne la fusion des deux activités de lecture et d'écriture impliquée par le dispositif technique reposant sur l'usage de l'hyperlien » (Paveau 2017 : 218). C'est ainsi que la problématique de l'identité discursive se pose de manière très complexe sur le blog, car elle ne se résume pas à la seule voix du blogueur. Le discours des lecteurs qui commentent le blog est lui aussi significatif, si nous voulons répondre à la question : qui parle sur le blog ? Donc, dans cet article, nous allons examiner qui s'exprime sur les blogs et de quelle manière.

1. Définition du terme *blog* (*blogue*)

Pour définir le blog, certains dictionnaires font référence à son caractère de « chronique personnelle » (Larousse en ligne²) ou de « journal personnel, chronique d'humeur sur l'internet » (dictionnaire Le Robert en ligne 2021³), alors que d'autres se résument à des formulations moins détaillées comme : « type de site internet permettant à une personne d'exprimer son avis et ses impressions »⁴. Selon certaines références numériques, les définitions du blog « souvent publié en ordre chronologique inversé et ouvert aux commentaires pour les utilisateurs »⁵, sont construites à partir de ses particularités formelles. Le dictionnaire terminologique publié par l'office québécois de la langue française apporte quelques nuances :

*Blogue : Site Web personnel tenu par un ou plusieurs blogueurs qui s'expriment librement et selon une certaine périodicité, sous la forme de billets ou d'articles, informatifs ou intimistes, datés, à la manière d'un journal de bord, signés et classés par ordre antéchronologique parfois enrichis d'hyperliens, d'images ou de sons, et pouvant faire l'objet de commentaires laissés par les lecteurs*⁶.

¹ (Pop 2022 : 287)

² <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/blog/10910049>, consulté le 25/05/2021.

³ <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/blog>, consulté le 25/05/2021.

⁴ <http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/blog>, consulté le 25/05/2021.

⁵ <http://www.netpublic.fr/2015/09/dico-du-numerique-plus-de-100-mots-et-expressions-du-monde-numerique>, consulté le 20/09/2021.

⁶ http://www.granddictionnaire.com/btml/fra/r_motclef/index800_1.asp, consulté le 6 janvier 2021.

Il y a donc une voix principale qui s'y exprime, celle du blogueur, qui publie ses chroniques ou son journal personnel, et les voix des lecteurs. L'élément constitutif du blog est donc le « billet », plusieurs billets publiés la plupart du temps par ordre chronologique inversé composent le discours du blog. La perception du fil chronologique sur un blog est différente de ce qu'elle était avant l'apparition de l'internet, le dernier article livré apparaissant en premier sur la page (ordre antéchronologique).

2. La page du blog, espace de manifestation d'une lecture kaléidoscopique

Dans l'espace virtuel, la notion de « page » ne coïncide plus avec celle connue avant l'internet. Chaque billet peut avoir un caractère multimodal. Il est construit pour contenir à la fois des textes, des images, des séquences filmées, etc., que le regard du lecteur découvre à l'aide du curseur qui défile, permettant d'accéder ainsi à un espace discursif bien plus grand que celui offert par le format papier usuel.

En consultant les différents dictionnaires durant ces dernières années, nous avons remarqué que les sens du nom féminin « page » ont été récemment enrichis. Le mot « page » enregistrait, dans le *Dictionnaire Larousse* 2016, six acceptions, dont la dernière concernait le domaine de l'informatique⁷. Celle-ci comportait à son tour deux sens, chacun en rapport avec les caractéristiques techniques de la « mémoire » d'un ordinateur. Aucun ne se référait cependant à l'espace visuel que le lecteur d'un blog découvre progressivement en faisant glisser le curseur ou en passant le doigt sur l'écran du smartphone (« scrolling » en anglais). En effet, les interfaces sur lesquelles le blog peut aujourd'hui être lu sont diverses. À présent, dans le même dictionnaire, on trouve deux autres définitions du terme, associées au domaine de l'informatique. L'un renvoie à la page web, document multimédia au format HTML, contenant des liens vers d'autres documents (accessible sur un serveur web, grâce à une adresse unique [URL], et pouvant être affichée depuis un navigateur). L'autre renvoie à la page d'accueil, première page d'un site web qui s'affiche lors d'une connexion, fournissant une présentation générale du site et donnant accès à l'ensemble des rubriques qu'il contient.⁸

⁷ Chacun des deux côtés (recto et verso) d'un feuillet de papier ; le feuillet lui-même, sa surface ; texte inscrit sur une feuille ; fragment d'une oeuvre, littéraire ou musicale, considéré du point de vue de son style ; période, moment de la vie ou de l'histoire de quelqu'un, d'un groupe, d'un peuple. Informatique : unité de découpage de la mémoire centrale d'un ordinateur, de l'ordre de quelques centaines ou milliers d'octets ; unité de découpage d'un programme, égale à la longueur de la page de la mémoire centrale de l'ordinateur sur lequel il est exécuté.

⁸ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/page/57231>, accès : 16/03/21.

L'espace visuel créé par les pages des blogs est plus grand que celui d'une page classique en format papier. Il contient des énoncés parsemés d'hyperliens accessibles à tout moment avec des conséquences sur le type de lecture, kaléidoscopique, qui va y être effectuée. Alexandra Saemmer, citée par Paveau, définit l'hyperlien comme un « élément textuel 'hyperlié' à lire et à manipuler, qui est inséré dans un texte (appelé «texte géniteur») et qui renvoie vers un texte généralement encore invisible (appelé «texte lié») » (Paveau 2017 : 215). Elle affirme s'inspirer de « la définition d'hyperlien comme *signe passeur* qui met en relation les dimensions de *signe lu*, de *signe interprété* et d'outil *manipulable* » (Jeanneret, Souchier 1998). « L'hyperlien en ce sens large est omniprésent dans le texte numérique : dans les résultats proposés par les moteurs de recherche, les journaux en ligne, les portails d'information et les sites commerciaux, les réseaux sociaux, la littérature numérique et le jeu vidéo » (Jeanneret, Souchier 1998). Si le premier contact avec le blog a effectivement lieu par l'intermédiaire de la « page d'accueil », telle que définie plus haut, les informations concernant l'identité de l'auteur du contenu seront livrées sur la page « à propos » ou « qui suis-je ? » – éléments du discours présents sur la grande majorité des blogs consultés.

3. La page « à propos » ou « qui suis-je ? » et l'identité sur les blogs

Qui parle sur les blogs ? Qui en est « l'auteur » ? Pour répondre à ces questions, nous allons examiner trois exemples de page « à propos » et essayer de montrer que les voix qui s'expriment sur le blog sont des « êtres de discours » (Ducrot 1984 : 223) et qu'elles se manifestent de manière polyphonique (Ducrot 1984 : 196). La distinction entre le « locuteur (être de discours) » et le « sujet parlant (être empirique) » nous semble aujourd'hui très pertinente, même si Ducrot (1984) la proposait bien avant l'apparition des cadres numériques de l'internet. Il distinguait aussi « le locuteur en tant que tel (L) » et « le locuteur en tant qu'être du monde (λ) ». Le premier (L) étant le « responsable de l'énonciation », alors que le second (λ) une « personne complète » qui « possède, entre autres propriétés, celle d'être à l'origine de l'énoncé » : L et λ sont tous les deux des « êtres de discours » et leur statut est différent de celui du « sujet parlant » (Ducrot 1984 : 199-200).

Prenons l'exemple de Corinne Bourbeillon, la voix du blog « Petites Bulles d'Ailleurs » qui se présente sur sa page « à propos ». Elle y dévoile son identité, à la suite d'une question qui s'affiche à l'écran, inscrite sur une photo représentant une jeune femme en train de faire de la plongée sous-marine. Mais qui est derrière ce blog ? C'est le locuteur « en tant qu'être du monde » qui se présente ainsi, l'adverbe « derrière » permettant d'opérer la distinction entre « le locuteur en tant qu'être du monde » (λ) et le « locuteur en tant que tel » (L).

Je suis Corinne Bourbeillon et vous êtes sur mon blog personnel intitulé Petites Bulles d'Ailleurs. Je publie ici mes photos et vidéos sous-marines, mes récits de voyages et de plongée. Mon but ? Partager l'émerveillement que je ressens face à l'océan⁹.

Le blog « Petites bulles d'ailleurs » est une interface qui expose le monde virtuel créé par les récits d'expériences de plongée sous-marine de l'« être du monde » Corinne Bourbeillon, racontées de la manière la plus vraisemblable à l'aide de textes, de photos ou de vidéos. Tous ces éléments discursifs permettent de construire l'image du « locuteur en tant que tel », qui se présente comme un être passionné de plongée et de voyages. C'est le blogueur qui choisit d'avoir sur le blog une identité homonyme à celle de « l'être du monde » Corinne Bourbeillon, journaliste à Ouest-France « dans la vie réelle ». Même si elle dévoile aussi sa profession, ce n'est toujours pas l'être empirique qui s'y exprime, car son identité se construit sur le blog *dans* le discours et *par* le discours. Ce sont toujours des photos ou des vidéos qui la représentent. Elle livre ainsi une image construite d'elle-même. Elle a toujours l'air souriante, elle ne vieillit pas, malgré le passage des années, elle adopte certaines routines textuelles et discursives afin de livrer son message sur son blog, défini d'ailleurs de manière très suggestive comme « un petit lopin de web que je cultive pour le plaisir, en toute indépendance » :

Petites Bulles d'Ailleurs est mon blog personnel, un petit lopin de web (n.s.) que je cultive pour le plaisir, en toute indépendance. Ce que je publie ici n'a donc le plus souvent rien à voir avec le journal qui ne m'emploie ni ma « vraie vie » de tous les jours. Notez d'ailleurs que j'ai toujours bien meilleure mine dans l'eau qu'au bureau...

En se référant à la « vraie vie » de tous les jours, qui ne constitue pas l'objet de ses récits, elle opère la distinction entre le locuteur-blogueur et l'être empirique Corinne Bourbeillon.

La plupart des blogueurs construisent leur identité discursive à plusieurs reprises, selon l'évolution technique des instruments digitaux qui leur permettent de s'exprimer. Ils se montrent préoccupés par l'image qu'ils offrent d'eux-mêmes et affichent un « éthos discursif » (Amossy 2014). Au fil du temps, leur discours de présentation se modifie. Il y a des blogs qui se transforment, tel que le blog *La Lettrine* qui était d'abord rédigé en français et qui est devenu un site écrit entièrement en anglais (<https://www.lettrine.com/>). Vu le caractère achevé du blog en français, sur lequel son auteur n'intervient plus en 2021, il nous semble intéressant d'observer l'identité construite en ligne là-dessus au moment de la création du blog.

⁹ <https://petitesbullesdailleurs.fr/corinne-bourbeillon/>, consulté le 25 mai 2021.

Le titre complet du blog, « La lettrine, littérature, cinéma et autres plaisirs culturels », dont nous avons réalisé une première capture d'écran en septembre 2014, dévoile la problématique abordée par son auteure. En 2006, celle-ci se présente comme locutrice ayant une identité existante dans la réalité et sous le même nom : Anne Sophie Demonchy, légitimée par une adresse électronique, un compte sur un réseau social et un CV, accessible par un hyperlien.



Figure 1. Capture d'écran réalisée en septembre 2014
Fragment du blog <http://laletterine.over-blog.com/>

Il n'y a pas de page « à propos », spécialement conçue à cette fin dans la structure de ce blog, le discours de présentation se retrouvant sur un billet, très court, publié le 21 août 2006. Toutefois, la réception de la totalité du message passe par le besoin de lire entièrement la page à dérouler afin d'en découvrir tout le contenu qui n'est pas accessible d'un seul regard. Deux autres modules discursifs situés à gauche et à droite de l'écran, contiennent des documents vidéo dont le caractère multimodal a des conséquences sur la réception de type kaléidoscopique.

Nos premières questions étaient tributaires de nos habitudes antérieures de lecture sur papier : comment lire cette page ? Dans quel sens ? Selon les pratiques communément connues d'écriture/lecture européennes (de gauche à droite) ? En effet, c'est sur le module de gauche que figurent quelques données personnelles de la blogueuse, livrées par l'intermédiaire d'un lien donnant accès à son CV, ainsi qu'un vidéoclip qui, une fois ouvert, complète la compréhension du profil du locuteur qui s'exprime sur cette page. Au centre de la page à dérouler se trouve un texte exposant la politique de la blogueuse, ses intentions discursives et actionnelles :

Bonjour et bienvenue sur mon blog entièrement consacré à l'actualité littéraire. L'objectif ? Parler sans langue de bois de littérature. Régulièrement, je dénonce la façon dont les médias encensent des fausses valeurs ou montent en épingle un épiphénomène. Je décrypte sans concession la presse comme les émissions.

Et à droite se trouve le module où *agit* discursivement le lecteur-utilisateur de cette page qui peut s'y inscrire à la *newsletter*. Dans ce cadre formel, le regard de l'interlocuteur – attendu par la blogueuse – peut survoler l'espace proposé, simultanément, de gauche à droite et de droite à gauche, mais aussi du haut en bas, voire de bas en haut, se retrouvant interpellé, appelé à *agir*, car on lui demande (à droite) de s'inscrire à la « newsletter » ou à « rechercher » quelque chose.

Si le lecteur-utilisateur dirige son attention tout d'abord vers la partie centrale de la page où la formule de salutation et le mot d'accueil « bienvenue » accrochent le regard, il découvre le syntagme « *mon blog* », contenant un déictique qui l'oblige à aller chercher, à gauche de la page, l'identité de celle qui tient les rênes du projet. C'est au centre de la page à dérouler que la voix énonciatrice se présente par rapport à un interlocuteur (allocutaire) présumé, le lecteur, avec lequel elle se trouve dans un dialogue imaginaire et dont elle transcrit, elliptiquement, la question : [quel en est] l'objectif ? La réponse vise à présenter sa démarche, plutôt que l'identité du locuteur en tant qu'« être du monde ». C'est son projet et ses intentions d'agir dans l'espace discursif du blog qui sont mises en avant (« blog entièrement consacré à l'actualité littéraire »). Ses actions, exprimées par des verbes : « je dénonce », « je décrypte » et prenant, grâce à l'adverbe « régulièrement » une valeur itérative, commencent à construire, par quelques touches significatives, l'identité discursive du « locuteur en tant que tel », c'est-à-dire celle de la blogueuse.

On peut comprendre que la voix qui s'y exprime (« le locuteur en tant que tel ») est totalement au service du domaine de préoccupation évoqué (littéraire) appartenant à l'espace social d'où émane cette voix. Elle se propose d'agir de manière distincte, « sans langue de bois », mais assumant pleinement l'identité construite en ligne et ne se définissant qu'accessoirement par le biais des faits de la réalité vécue par « le locuteur en tant qu'être du monde ». Elle prend position tel un journaliste : « je dénonce », « je décrypte *sans concession* (nous soulignons) la presse et les émissions » et elle vise à mettre en discussion l'échelle de valeurs établie par les médias qui « encensent des fausses valeurs ». La présence des rubriques « s'abonner » et « recherche », à droite, dans la page à dérouler, sollicite la participation potentielle du lecteur qui peut devenir un « utilisateur » du blog, en interaction avec la voix émettrice du discours.

Le troisième exemple est celui d'un blog intitulé *Journal d'un avocat : instantanés de la justice et du droit*. Le « locuteur en tant que tel », appelé « Maître Eolas », y reste lui aussi un « être de discours ». Le titre du blog dévoile la thématique et le caractère fragmentaire des publications qui s'y retrouvent.



Figure 2. Capture d'écran réalisée en 2014
Fragment du blog <https://www.maitre-eolas.fr/>

Le même problème lié à la lecture kaléidoscopique se pose pour cette page à dérouler, disposant elle aussi de plusieurs rubriques et permettant maintes directions dans la réception. Le module-textuel de présentation, à gauche, permet d'afficher l'affirmation des droits de propriété sur tout le discours dont jouit l'auteur du blog. Celui-ci commence par un adjectif possessif, « mes (logiciels/clients) », qui engage le lecteur à rechercher l'identité de la voix principale du blog, c'est-à-dire celle du « maître de ces lieux ». Mais celui qui parle reste dissimulé sous les déictiques de la première personne : « je », « mon » (métier, emploi du temps), « ma » (démarche), etc., même si le récepteur est ouvertement dirigé vers le plan de la réalité vécue, (celle du monde des avocats), que le blogueur ne quittera pas en générant son message virtuel placé sur le module textuel situé au milieu de la page. Ce module comporte un titre et dix paragraphes.

Quelques mots sur ce blog :

Je suis entré dans le vif du sujet sans même me présenter et expliquer ma démarche. Ne croyez pas que je sois distrait, mais la création de ce blog ne me paraît pas un événement tel qu'il justifie que je le marque d'un discours sur ma démarche, mes envies, mes idées et opinions. Mais un petit mode d'emploi m'est apparu nécessaire à la réflexion, en guise de mise au point.

En quelques mots :

Je suis avocat au barreau de Paris, passionné par mon métier et aimant flâner sur le web. J'ai souvent constaté un intérêt poussé pour la justice et le droit de manière générale, intérêt laissé insatisfait par l'opacité de la matière et la difficulté

d'appréhender, pour un esprit non formé – à moins que ce ne soit déformé ? – au droit. Alors j'ai décidé d'y ajouter ma petite pierre numérique.

Chaque jour, si mon emploi du temps m'en laisse le temps, je narrerai ici des choses vues et entendues aux audiences auxquelles j'ai assisté, je raconterai un peu l'envers du décor du Palais et donnerai à qui voudra bien me lire quelques clefs pour comprendre un débat juridique ou un fait divers dont on parle dans la presse sans hélas d'approche pédagogique. Tout ce qui sera raconté ici sera absolument authentique comme constaté par moi-même, sauf indication contraire.

Ce que ce blog n'est pas : Ce blog n'est pas un site de cabinet d'avocat. Je ne révélerai pas mon identité [...]

Ce n'est pas non plus un site de consultations juridiques. [...]

L'énonciation est polyphonique, marquée par le besoin de dialoguer et par la présence de l'interlocuteur avec lequel le blogueur se sent complice et dont il semble anticiper les réactions : « ne croyez pas que je sois distrait, mais... ». L'identité de celui qui écrit ne se dévoile que très brièvement, dans la partie centrale de la page à dérouler, se voulant construite de manière objective, neutre, par le biais de l'attribut qui désigne la profession réelle de la personne : « je suis avocat ». Le blogueur situe même le lieu de son activité « au barreau de Paris », tout en y ajoutant d'autres compléments sémantiquement suggestifs quant à son caractère : « passionné de mon métier et aimant à flâner sur le web ». L'organisateur narratif « alors » introduit la conséquence des éléments évoqués plus haut (« alors j'ai décidé d'y ajouter ma petite pierre numérique ») comme pour confirmer le fait que le locuteur/énonciateur du blog est bien un « être de discours » (Ducrot 1984 : 223), car construit par le texte/discours, disposant d'une réalité ancrée dans la matérialité textuelle du genre « numérique ». Les objectifs et la conduite discursive du locuteur sont exposés à travers des verbes d'action caractéristiques plutôt pour la conduite et le rôle d'un journaliste : « narrer », « critiquer », « dévoiler » une certaine réalité, autrement inaccessible, tout en la réinterprétant pour ceux qui ont besoin de mieux la comprendre. Le blogueur fait la distinction entre sa conduite en tant qu'« être du monde » appartenant à la catégorie d'avocats au barreau de Paris et celle de locuteur « en tant que tel » qui ne donnera jamais de consultation juridique sur le blog.

Aucun des trois blogs mentionnés ne met en avant l'être empirique possédant une identité réelle, mais uniquement des locuteurs se présentant et se construisant par le biais de leur discours virtuel. Maître Eolas avoue qu'il ne dévoilera pas son identité réelle, même s'il se porte garant de l'authenticité des événements narrés ou commentés sur le blog. Il refuse de créer en ligne « un site de cabinet d'avocat » et de donner des « consultations juridiques ». C'est ainsi qu'il s'éloigne d'une possible assimilation de son existence sur le blog aux actions d'un être empirique quelconque ayant la profession d'avocat et l'exerçant à des fins mercantiles.

Les exemples présentés ne sont pas les seuls examinés dans le cadre de notre recherche, mais ils en sont représentatifs. Ils démontrent en fin de compte que « l'identité se négocie constamment en communication, tant explicitement en devenant le thème principal du message qu'implicitement dans la couche des sous-entendus » (Burger 2013 : 2). À la suite de l'observation de centaines de billets publiés sur une dizaine de blogs, thématiquement variés, suivis depuis plus de trois ans, nous constatons que, dans le cadre de l'outil de communication en ligne qu'est le blog, le discours se construit de manière kaléidoscopique et polyphonique. Les interactions avec les lecteurs potentiels rythment et influencent les interventions de la voix principale. Il peut y avoir des lecteurs passifs – qui survolent le discours du blog de leur regard et suivent les chemins tracés par les hyperliens, sans inscrire des énoncés sur les pages qu'ils consultent – ou actifs, c'est-à-dire ceux qui laissent des commentaires. L'accès au contenu de tous les blogs passe par le geste, ne serait-ce que pour faire dérouler la page consultée. La réception n'est plus linéaire comme avant l'internet, mais kaléidoscopique, car imprévisible, guidée par les hyperliens et par la structure multimodale des éléments figurant sur la page.

Conclusion

Les blogs présentés abritent un genre de discours numérique qui suppose un locuteur en tant qu'« être du monde », déjà identifié par une profession (journaliste à Ouest-France dans le premier exemple ou avocat dans le dernier) ou un CV. Ce locuteur tient à faire part au lecteur d'une ou de plusieurs expériences (en matière de plongée et de voyages, de lecture littéraire ou d'exercice de la profession d'avocat) qui sont à même de trancher avec certaines idées ou images véhiculées dans l'espace public. L'intention de remettre en question les hiérarchies littéraires consacrées par les médias (presse ou télévision) ou celle de dévoiler au public certains aspects des débats juridiques, tronqués ou déformés par les médias, représentent des objectifs par lesquels les blogs « La lettrine » et « Maître Eolas » se légitiment parfaitement en tant que genres inscrits dans « l'interaction sociale » (Goffman 1973 : 23). Ce sont aussi des objectifs par lesquels le blogueur y participe comme défenseur et promoteur de certaines valeurs, comme relais de certaines croyances et convictions (artistiques, littéraires, politiques, etc.), comme sujet d'expériences dignes d'être racontées. C'est à partir de tout cela que le blogueur se construit une identité discursive.

Outre le fait que deux des blogueurs présentés prennent ouvertement position sur les idées véhiculées par les médias, on peut remarquer qu'ils adoptent certains genres de discours médiatique. Les écrits évoqués semblent présenter des traits ou des éléments textuels qui les apparentent aux genres journalistiques.

Une lettrine est une sorte de « chronique journalistique » (notion définie par Grevisse dans *Écritures journalistiques* et en roumain par Florea dans *Gen, text și discurs jurnalistic*). On y revendique dès le départ sa place et sa position critique au sein de l'inter-discours médiatique. Le blog de Maître Eolas se propose de livrer au lecteur « quelques clés pour comprendre un débat juridique ou un fait divers » inséré dans la presse. Il semble contenir aussi des « chroniques judiciaires » (Masseron 1997) plutôt non conventionnelles, car destinées, elles aussi, à un public des plus communs. La volonté de faire comprendre au lecteur le vrai sens d'un fait divers fait penser à un genre de commentaire appelé *décryptage*, présent dans les quotidiens français, *Le Monde* ou *Libération*, par exemple, version papier et en ligne.

Le blogueur, tout comme le journaliste, tend à se constituer un groupe de lecteurs fidèles et il va recourir à de divers moyens afin de construire une relation et des rapports de connivence avec ce groupe en vue de créer une « communauté discursive » (Charaudeau, Maingueneau 2002 : 105). Finalement, la construction du « lecteur modèle » (Eco 1985 : 61) et de la relation interpersonnelle va de pair avec la construction de l'identité discursive du blogueur lui-même.

Bibliographie

- Amossy R. 2014. « L'ethos et ses doubles contemporains. Perspectives disciplinaires », *Langage et Société*, 3 (149), 13-30.
- Burger M. 2013. « Vers une analyse de la construction des identités dans le discours de communication publique », *Cahiers de l'Institut de Linguistique et des Sciences du Langage*, 34, 101-122.
- Cadre européen commun de référence pour les langues : apprendre, enseigner, évaluer, Unité des Politiques linguistiques, Strasbourg. <https://rm.coe.int/16802fc3a8> ; accès : 20 /05/2021.
- Cadre européen commun de référence pour les langues. Le volume complémentaire avec de nouveaux descripteurs. 2018. <https://www.coe.int/fr/web/common-european-framework-reference-languages> ; accès : 30 /05/2021.
- Charaudeau P., Maingueneau D. 2002. *Dictionnaire d'analyse du discours*, Le Seuil, Paris.
- Ducrot O. 1984. *Le dire et le dit*, Editions de Minuit, Paris.
- Eco U. 2018. *Lector in Fabula. Le rôle du lecteur ou la coopération interprétative dans les textes narratifs*, Grasset, Paris.
- Florea L.S., ed. 2011. *Gen, text și discurs jurnalistic*, Tritonic, Bucarest.
- Goffman E. 1973. *La mise en scène de la vie quotidienne, Tome 1 : La présentation de soi*, Editions de Minuit, Paris.
- Grevisse B. 2008. *Écritures journalistiques. Stratégies rédactionnelles, multimédia et journalisme narratif*, De Boeck, Bruxelles.

- Maingueneau D. 2014. *Discours et analyse du discours : Introduction*, Armand Colin, Paris.
- Masseron C. 1997. « L'argumentation : situations, participants et enjeux dans une chronique judiciaire », *Pratiques*, 94, 87-100.
- Paveau M-A. 2017. *L'analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*, Hermann, Paris.
- Pop A.G. 2024. *Discours et lecture kaléidoscopique en ligne. Construction d'une identité discursive dans le cadre du blog*, Casa Cărții de Știință, Cluj.
- Pop A.G. 2022. *La lecture kaléidoscopique en ligne*, *Studia UBB Philologia*, LXVII, 3, 325-340.

Liste des auteurs

Thaïs Barbosa de Almeida est docteure en sciences de l'information et de la communication et en sciences politiques de l'Université de Limoges et de l'Université fédérale du Paraná (Brésil). Ses recherches portent sur la médiation du discours politique avec des investigations sur des corpus de presse et de réseaux socio-numériques.

Idriss Miskine Buitchoho est chercheur au Centre Maurice Hauriou de recherche en droit public et sciences politiques (URP 1515) de l'Université Paris Cité et membre du Groupe de recherche Internet, IA et Société du CNRS. Il est par ailleurs chargé d'enseignement à l'Université Sorbonne Nouvelle Paris 3 et directeur du Master en Cybersécurité et Management à Paris School of Business.

Anna Clajot est titulaire d'un doctorat de l'Université de Varsovie consacré à la compétence sociolinguistique dans l'apprentissage et l'enseignement institutionnel des langues étrangères, ses redéfinitions, défis et outils (2022). Ses recherches portent notamment sur la compétence sociolinguistique, la compétence socioculturelle et la politesse linguistique. Basant également sur sa compétence dans le domaine du management dans une entreprise multinationale, son expertise marie la diversité des théories glottodidactiques, sociolinguistiques et la pratique professionnelle.

Michał Górnik est doctorant en cotutelle à l'Université de Varsovie et l'Université d'Anvers, spécialisé en interprétariat (polonais, anglais, français) et diplômé en linguistique appliquée en 2019. Il exerce également en tant que chercheur, enseignant universitaire, traducteur et interprète, avec un intérêt particulier pour la traduction audiovisuelle, le *respeaking* interlingue et l'accessibilité.

Felipe Kaiser Fernandes est doctorant en anthropologie et ethnologie sociale au Laboratoire d'anthropologie politique de l'École des hautes études en sciences

sociales (EHESS) à Paris, sous la direction de Sophie Wahnich (CNRS) et Jean-Bernard Ouédraogo (LAP-EHESS). Il est également enseignant à la Faculté d'administration et d'échanges internationaux de l'Université Paris-Est Créteil (AEI-UPEC). Au cours de son doctorat, il a bénéficié de financements des Aires culturelles EHESS, de l'AMI de la région Île-de-France, de deux aides financières du CEFRES, ainsi que d'une bourse de trois mois dans le cadre du programme franco-tchèque Barrande. Il est également affilié au Laboratoire interdisciplinaire d'études politiques Hannah Arendt de Paris-Est (LIPHA) – EA 7373.

Mélusine Martin est diplômée de Sorbonne Université et chercheuse en sociologie environnementale à James Cook University en Australie. Ses travaux explorent les liens physiques, psychologiques et émotionnels entre l'être humain et la nature à l'ère numérique. Elle a été post-doctorante au Rachel Carson Center à l'Université Ludwig Maximilian de Munich (Allemagne) et a été assistante de recherche pour le Reef Restoration and Adaptation Program (Australie). Son premier livre *Reconnectez-vous à la nature* est paru chez Larousse en 2024.

Jean-Marie Ntahimpera est doctorant en sciences de l'information et de la communication à l'Université catholique de l'Afrique de l'Ouest. Il est également journaliste et analyste politique, et collabore aux différentes publications au Burundi, au Mali et en République démocratique du Congo. Il est par ailleurs diplômé en sciences politiques de l'Université fédérale du Sud à Rostov-sur-le-Don (Russie) et en droit international et européen de l'Université de Nantes.

Carlo de Nuzzo est chercheur postdoctoral au Cevipol (Université libre de Bruxelles) et chercheur associé au Cevipof (Sciences Po), où il enseigne le cours intitulé « L'extrême droite en Europe ». Il a travaillé précédemment comme assistant de recherche et d'enseignement à Sciences Po Paris et à l'Université de Lille. Il est titulaire d'un doctorat en sciences politiques de Sciences Po Paris ainsi que d'un master d'histoire à l'Université de Milan. Ses domaines de recherches incluent la violence politique et le radicalisme, l'extrême droite et le néofascisme, le terrorisme politique dans l'Europe d'après-guerre, l'histoire des idéologies extrémistes, les mouvements sociaux et l'histoire de la citoyenneté.

Patrycja Pichnicka-Trivedi est doctorante à l'Université de Varsovie et titulaire d'un master en études culturelles. Elle a publié dans *Journal of Graphic Novels and Comics*, *Studia Slavica*, *Praktyka teoretyczna*, et *Polish Journal of Political Science*. Elle a été finaliste du concours Scientific Debut 2019 du professeur Jerzy Buzek et titulaire d'une bourse de la Fondation Laura Bassi. Sa thèse de doctorat préparée à l'Institut de culture polonaise porte sur les représentations de l'altérité dans les récits occidentaux et de l'Europe de l'Est.

Angela-Gabriela Pop est professeure de français langue étrangère à Cluj-Napoca, en Roumanie, et titulaire d'un doctorat en philologie à la Faculté des Lettres de l'Université « Babeș-Bolyai » de Cluj-Napoca. Elle enseigne au Collège national « Gheorghe Șincai » et à l'Université des sciences agricoles et de médecine vétérinaire de Cluj-Napoca. Elle a publié le livre *Discours et lecture kaléidoscopique en ligne. Construction de l'identité dans le cadre du blog*, Cluj-Napoca, éd. Casa Cărții de Știință, 2024.

Camilla Salvatore est doctorante en cotutelle en science du langage à l'Université Paris Cité (CERLIS – UMR 8070) et en anthropologie générale à l'Université Charles de Prague. Ses recherches analysent comment les habitants roms de Kotel se positionnent via leurs pratiques langagières et artistiques face au discours officiel présentant la ville comme un modèle de l'intégration des Roms.

Katarzyna Stokłosa est diplômée de la Faculté de droit et d'administration de l'Université de Varsovie. Avocate de formation, elle est doctorante à l'École doctorale interdisciplinaire. Ses recherches portent sur le droit de la preuve et la philosophie du droit, domaines dans lesquels elle a publié des travaux tant au niveau national qu'international.

Luiz do Valle Miranda est doctorant en philosophie à l'Université Charles de Prague (2024). Il est diplômé en sciences cognitives de l'Université catholique Jean-Paul II de Lublin (2018) et titulaire d'un master en philosophie de l'Université d'Anvers (2020). Ses travaux se situent à l'intersection des systèmes d'IA et de la pensée philosophique.

Face aux mutations rapides des sociétés contemporaines, les sciences humaines et sociales s'adaptent aux nouveaux cadres produits par la place croissante du numérique dans notre environnement quotidien. Au coeur de cette évolution se trouve une question de fond : comment se définit le peuple à l'ère du numérique ? L'ouvrage explore cette interrogation sous divers angles à travers une analyse approfondie et multidisciplinaire structurée autour de la lexicologie numérique du peuple, des dynamiques sociales de *homo numericus*, du prisme pédagogique et artistique du numérique et des défis méthodologiques du numérique. Dans les différents chapitres, les auteurs examinent les dynamiques du populisme en ligne, les nouvelles formes émergentes de l'engagement citoyen et les défis philosophiques de la « société numérique ». Ils déconstruisent les idées reçues et mettent en lumière les transformations contemporaines qui modifient notre compréhension du peuple. Les dynamiques sociales de *homo numericus* sont également explorées. Des études de cas révèlent notamment l'impact des réseaux sociaux sur la parole politique au Brésil, la marginalisation des Roms en Bulgarie et l'émergence d'une identité européenne nomade, offrant une perspective originale sur les interactions entre individus et technologies numériques. De plus, les dimensions pédagogique et artistique du numérique mettent en évidence le rôle de ces innovations dans l'éducation linguistique, la formation des enseignants ou l'accès aux biens culturels. Enfin, ces éclairages proposent une analyse des défis méthodologiques de l'utilisation de nouvelles technologies dans la recherche, en lien avec une vision plus globale des faits sociaux contemporains. Fruit d'une collaboration internationale, cet ouvrage offre une étude minutieuse des questions d'appartenance, de communication et de rapports sociaux dans un monde mouvant et interconnecté.