

Études de communication

63



Dossier

L'Œuvre et son image numérisée : représentation,
fabrication, documentation

*The Artwork and Its Digitized Image: Representation,
Production, Documentation*

63 | 2024

L'Œuvre et son image numérisée : représentation, fabrication, documentation

The Artwork and Its Digitized Image: Representation, Production, Documentation

Nicolas Navarro et Lise Renaud (dir.)



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/edc/17181>

DOI : 10.4000/12uyp

ISSN : 2101-0366

Éditeur

Université de Lille

Édition imprimée

Date de publication : 11 décembre 2024

ISBN : 978-2-91756-232-1

ISSN : 1270-6841

Référence électronique

Nicolas Navarro et Lise Renaud (dir.), *Études de communication*, 63 | 2024, « L'Œuvre et son image numérisée : représentation, fabrication, documentation » [En ligne], mis en ligne le 02 janvier 2026, consulté le 07 janvier 2026. URL : <https://journals.openedition.org/edc/17181> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/12uyp>

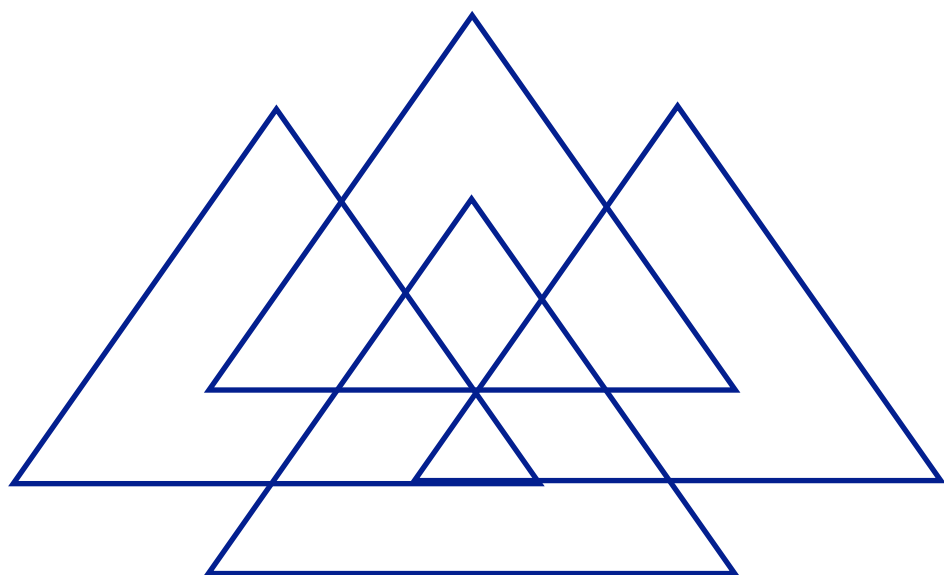
INTRODUCTION DE LA PUBLICATION

Le développement de la numérisation conduit à une multiplication d'images numérisées d'objets, d'œuvres, voire d'individus. Des avatars de jeux vidéo aux « jumeaux numériques », la prétention à dupliquer le monde, à le reproduire numériquement envahit de nombreuses sphères sociales. En raison d'une double tradition de fabrication d'images pour la recherche (reconstitution archéologique, radiographie, observatoire photographique, etc.) et de circulation d'imageries médiatisées (carte postale, film documentaire, produit dérivé, livre d'art, etc.), le champ de l'art et du patrimoine est fortement concerné et constitue le terreau d'une forme d'appétence pour ces représentations numériques.

L'objet du prochain dossier d'*Études de communication* sera d'analyser l'ambivalence des relations entre une œuvre et sa représentation numérique. Il ne s'agira pas de discuter de la spécificité d'œuvres nativement numériques mais d'interroger celles qui proposent un rapport de représentation d'une œuvre originale avec une reproduction numérique. Ces « œuvres » seront ainsi envisagées dans un sens large en tant qu'objet à l'opérativité sociale et symbolique singulière, caractérisée par une unicité qui en construit l'authenticité. En ce sens, le dossier s'intéressera à la diversité des formes artistiques, des objets patrimoniaux, tant qu'ils convoquent le processus numérique de représentation (la représentation théâtrale et sa captation, l'original et son double, le monument et sa numérisation dans un jeu vidéo, etc.). Il s'agira de questionner ces modalités de représentations et leurs implications.

Études de communication

63

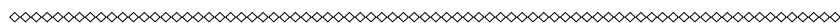


Dossier

L'Œuvre et son image numérisée :
représentation, fabrication, documentation

*The Artwork and Its Digitized Image:
Representation, Production, Documentation*

Table des matières



Dossier

L'Œuvre et son image numérisée :
représentation, fabrication, documentation

*The Artwork and Its Digitized Image:
Representation, Production, Documentation*

Coordination : Nicolas Navarro et Lise Renaud

- 9 L'Œuvre et son image numérisée : représentation, fabrication,
documentation
Nicolas Navarro et Lise Renaud
- 27 Concevoir un dispositif numérique à 360° pour une expérience
augmentée des œuvres au musée
Julien Thiburge, Sofiane Doulfaquar et Justine Lascar
- 51 L'art contemporain en ligne : éditorialisation de la documentation,
triple médiation des images et hyper-œuvre
Stéphane Bellin
- 73 L'application numérique *Sésame* : une fabrication inédite de l'image
du patrimoine rural religieux ?
Marianne Cailloux
- 95 L'image numérique en archéologie : de l'adjuvant de recherche
à la production d'imaginaires touristiques
Camille Bernetière
- 113 Les images de la « Forêt » de Notre-Dame de Paris
Kévin Jacquot
- 133 Rentrer dans le tableau : étude des productions en réalité virtuelle
de la collection *ARTE Trips*
*Amanda Rueda, Mélanie Le Forestier, Aurélie Mandin-Charrier
et Claire Chatelet*

Varias

Coordination : Marion Dalibert et Florence Rio

- 155 L'engagement des artistes hip-hop à l'ère des réseaux socio-numériques et de Black Lives Matter

Keivan Djavadzadeh

- 183 Quelles pratiques de Facebook par les candidat·es lors de la campagne présidentielle française de 2017 ?

Stéphanie Wojcik

Notes de lecture

Coordination : Joachim Schöpfel

- 215 Jean Davallon, *Des traces patrimoniales en devenir. Une analyse communicationnelle des modes de patrimonialisation*

Recension de Fadoua Boulakal

- 221 Alexander Frame, *Des cultures à l'interculturalisation. Penser le changement culturel médiatisé à l'ère de la mondialisation*

Recension d'Anastasia Fetnan

- 227 Véronique Guèvremont et Colette Brin (dir.), *Intelligence artificielle, culture et média*

Camille Laville

- 231 Aurélie Laborde, *Violences numériques et résistances au travail*

Salma El Bourkadi

- 235 Nicolas Sarzeaud, *Les Suaires du Christ en Occident*

Marianne Cailloux

Comités de lecture de ce numéro

Dossier

L'Œuvre et son image numérisée : représentation, fabrication, documentation
The Artwork and Its Digitized Image: Representation, Production, Documentation
Coordination : Nicolas Navarro et Lise Renaud

Roxane Coche (University of Florida – USA)
Béatrice Damian-Gaillard (Université de Rennes – France)
Nicolas Delorme (Université de Bordeaux – France)
Jean-François Diana (Université de Lorraine – France)
Nicolas Kaciaf (Université de Lille – France)
Florence Le Cam (Université libre de Bruxelles – Belgique)
Fabien Ohl (Université de Lausanne – Suisse)
Françoise Papa (Université Grenoble Alpes – France)
Alessandro Porrovecchio (Université du Littoral – France)
Marilou Saint-Pierre (Université d'Ottawa – Canada)
Eugénie Saitta (Université de Rennes – France)
Olivier Standaert Université catholique de Louvain – Belgique)
Mickael Terrien (Université de Lausanne – Suisse)

Varias

Coordination : Marion Dalibert et Florence Rio

Carine Aillerie (Laboratoire Techné, Université de Poitiers – France)
Camille Alloing (Labfluens, LabCMO, Université du Québec à Montréal – Canada)
Stéphane Amato (IMSIC, Université de Toulon – France)
Anca Boboc (SENSE, Orange Labs – France)
Chérifa Boukacem-Zeghmouri (Elico, Université Lyon 1 – France)
Delphine Chedaleux (COSTECH, Université de technologie de Compiègne – France)
Isabelle Comtet (Laboratoire Magellan, Université Lyon 3 – France)
Françoise Daucé (CERCEC, EHESS – France)
Franck Debos (SIC.Lab Méditerranée, Université Côte d'Azur – France)
François Debruyne (GERiiCO, Université de Lille – France)
Thierry Devars (GRIPIC, Celsa - Sorbonne Université – France)
Vanessa Frangville (EASt, Université Libre de Bruxelles – Belgique)
Thomas Heller (GERiiCO, Université de Lille – France)
Estelle Lebel (Groupe de recherche sur le genre et la communication, Université Laval – Canada)
Stéphanie Marty (LERASS-Ceric, Université Montpellier 3 – France)
Nathalie Pignard-Cheynel (CREM, Université de Neuchâtel – Suisse)
Nelly Quemener (GRIPIC, Celsa - Sorbonne Université – France)
Lise Renaud (ComSanté, ISS, Université du Québec à Montréal – Canada)
Joachim Schöpfel (GERiiCO, Université de Lille – France)
Yeny Serrano (Lisec, Université de Strasbourg – France)
Geneviève Vidal (LabSIC, Université Sorbonne Paris Nord – France)

Coordination :
Nicolas Navarro
et Lise Renaud

DOSSIER

L'Œuvre et son image numérisée : représentation, fabrication, documentation

*The Artwork and Its Digitized Image: Representation,
Production, Documentation*

Nicolas Navarro

Département des sciences historiques, Service de muséologie, Université de Liège
nicolas.navarro@uliege.be

Lise Renaud

*Centre Norbert Elias, Département Sciences de l'Information
et de la Communication, Université d'Avignon*
lise.renaud@univ-avignon.fr

Ces usages linguistiques rendent plus globalement compte d'un processus de « numérisation de la société » (Miège, 2020) qui envahirait l'ensemble des sphères sociales. De nombreux dossiers de revue en SIC se sont intéressés ces dernières années à la question de ce lien avec le champ de la culture, à titre d'exemple, en se centrant sur les relations entre musées, patrimoines et numérique : Tardy et Renaud (2015 ; 2016) ; Badulescu et de La Ville (2019) ; Andreacola et Doueihy (2020) ; Badulescu et de Bideran (2023). L'attention des travaux contemporains dans ce domaine a, en parallèle, principalement porté sur les processus d'ajustement des professionnels (Sandri, 2020) ou sur la réception de ces technologies (Vidal, 2018). Parmi les questionnements récents ont également été évoqués le développement des logiques de plateformes (Bigot *et al.*, 2021) et le rôle de la pandémie de la COVID-19 en 2019-2020 (Alexis et Chambat-Houillon, 2023 ; Appiotti et Renaud, 2024) dans la diffusion et la circulation en ligne des contenus culturels.

1. — Par exemple, dans la « stratégie numérique culturelle » du ministère de la Culture (<https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/innovation-numerique/une-strategie-numerique-culturelle-responsable-et-durable>).

Il cherche également à rendre compte d'un processus tenu comme plus invisible dans les approches en SIC mais que l'on retrouve plus fréquemment dans d'autres champs disciplinaires (histoire de l'art, études visuelles, esthétique) : celui des relations qui s'inscrivent entre une œuvre originale (artistique ou patrimoniale) et sa reproduction numérisée.

1. Au fondement de l'œuvre

Un préalable s'avère dès lors nécessaire : celui de la circonscription de l'objet d'étude envisagé dans ce dossier. Le choix du terme « œuvre », volontairement singularisé par la majuscule proposée en titre, dépasse une acception première qui serait réduite à l'unique prise en compte de l'œuvre artistique. Il s'agit en effet d'opérer un décalage par rapport à la notion d'art et aux instances légitimantes contribuant à sa reconnaissance, de la même manière qu'un glissement peut être effectué entre une sociologie de l'art et une sociologie des œuvres (Esquenazi, 2007). Ainsi, pour envisager ce qui fait « œuvre » dans une « Œuvre », sont tour à tour prises en compte dans une logique « interne », une pensée plastique de la trace, c'est-à-dire la matérialité des objets même dans leurs dimensions numériques, et dans une logique « externe », une pensée pragmatique des actions et activités conduisant à leur fabrication et leur interprétation. Les articles du dossier proposent ainsi tour à tour de mettre à l'épreuve : la documentation de la production d'artistes contemporains (S. Bellin), la médiation de peintures exposées dans des musées des beaux-arts (J. Thiburce *et al.*), la fabrication d'une imagerie territoriale par le patrimoine antique (C. Bernetière-Lebeaux), la médiation de monuments religieux par l'intermédiaire d'une application mobile (M. Cailloux), la production d'images de la charpente de Notre-Dame de Paris (K. Jacquot) et la médiatisation audiovisuelle de tableaux de maîtres (A. Rueda *et al.*).

Tous ces exemples mettent au jour des processus d'attribution de valeurs à des œuvres. La valeur esthétique est ici considérée comme une valeur parmi d'autres, telles que la valeur patrimoniale, la valeur économique, la valeur documentaire, etc. En d'autres termes, les articles réunis dans ce dossier interrogent les usages sociaux et politiques de certaines « œuvres », sujets et objets d'un processus de numérisation. Ce que, reprenant Louis Marin, Jean Davallon considère comme l'opérativité sociale et symbolique qui :

« fait de l'organisation même de l'objet culturel (tableau ou texte) l'objet de l'étude : c'est dans cet objet, à travers la régulation de la relation monde réel ou imaginaire (la référence) et des positions du producteur et du

récepteur de l'objet (l'énonciation) qu'il faut chercher comment s'opère la production de la signification » (Davallon, 2007, 131).

Nous considérons ainsi que la singularité de l'opérativité sociale et symbolique s'exprime dans ce cadre selon deux dimensions, en émettant l'hypothèse que celles-ci sont réinterrogées et reconfigurées par le processus de numérisation. La première est celle de l'articulation entre l'unicité de l'œuvre et son authenticité. La seconde est celle du rapport au réel construit par l'œuvre.

Walter Benjamin propose en effet comme fondement de l'œuvre d'art, son « *hic et nunc* », soit « l'unicité de son existence au lieu où elle se trouve » (Benjamin, 1935/2013, 18). Nathalie Heinich évoque de son côté la logique de l'*unicum* comme principe de qualification de l'objet patrimonial et en particulier du monument historique (Heinich, 2009, 20²). La reconnaissance de cette unicité contribue à l'édification de l'authenticité de l'objet. Celle-ci se retrouve au cœur de l'axiologie du patrimoine proposée par la sociologue, mais également des gestes de la patrimonialisation décrits par Jean Davallon par la certification de l'origine de l'objet et la confirmation de l'existence de son monde d'origine (Davallon, 2006, 122). Ce processus d'authentification permet ainsi de distinguer l'original de la copie comme en atteste le « certificat d'authenticité » d'une œuvre. Le premier est ainsi caractérisé par son « aura » : « un étrange tissu d'espace et de temps : l'apparition unique d'un lointain, aussi proche soit-il » (Benjamin, 1931/2019, 40). Mais ce processus s'avère remis en question dès lors que l'œuvre originale est soumise à un processus de reproduction. Cette « reproductibilité technique », telle que l'évoquait déjà Benjamin dans les années 1930, trouve ainsi potentiellement un nouveau contexte d'expression avec le développement de processus de numérisation.

Un second fondement de la notion d'œuvre semble également mis à l'épreuve, celui du rapport entre celle-ci et le réel. Jean Davallon rappelle ainsi qu'un enjeu capital du processus de patrimonialisation est la reconnaissance à travers l'objet patrimonial d'un monde d'origine (Davallon, 2006). La célèbre formule d'Horace « *ut pictura poesis* » (« la poésie est comme la peinture ») a ouvert une tradition de réflexion esthétique portant sur la capacité, de l'une comme de l'autre, à représenter, à reproduire le réel, la nature. Pensons ainsi au duel entre Zeuxis et Parrhasios chez Pline l'Ancien³ ou aux discussions sur les moyens ou outils développés

2. — La sociologue poursuit en proposant une seconde logique, le *typicum*, qui viserait, elle, à reconnaître un objet patrimonial non plus en raison de son unicité mais en raison de sa typicité.

3. — L'histoire de Zeuxis et Parrhasios, dans *Histoires naturelles* de Pline l'Ancien met en scène l'affrontement de deux peintres. Le premier, Zeuxis, peint un enfant portant une grappe

par les différentes formes artistiques, entre peinture, sculpture et poésie (Lessing, 1766/2011). Si cette logique de la « *mimesis* » fut au fondement de recherches artistiques pendant des siècles, elle a été remise en question par les artistes eux-mêmes mais aussi par le développement de techniques présentées comme plus à même de répondre efficacement à cet enjeu, au premier plan desquelles la photographie. Le « ça-a-été » barthésien témoigne de cette capacité accordée à celle-ci (Barthes, 1980). Mais qu'en est-il lorsque l'œuvre elle-même est l'objet d'un processus de reproduction ? Le réel retranscrit à travers elle est-il lui-même reproduit ?

2. L'image dans le champ des arts et du patrimoine : une histoire ancienne

En s'intéressant aux images numérisées d'œuvres et à leurs processus de fabrication, on peut postuler que leur caractéristique commune est d'être en quelque sorte des « représentations au carré », soit une représentation (numérisée) de la représentation (« œuvre »). Mais il est important de garder à l'esprit que ces représentations de l'art et du patrimoine n'ont pas attendu le développement des techniques numériques pour exister. Bien au contraire, on peut à l'inverse avancer que ces champs sont depuis longtemps fortement impactés par une double tradition de fabrication d'images.

2.1. La traduction scientifique de production d'images d'œuvres

La première tradition est celle de la production d'images pour la recherche. Monique Sicard affirme : « la connaissance se construit dans une large mesure par les images ; nombreux sont les objets, les processus, les phénomènes, les lieux, les visages auxquels, seules, elles permettent l'accès » (Sicard, 1998, 9). Les champs de l'art et du patrimoine, en tant qu'espaces de production de connaissances, n'échappent pas à ce constat. En archéologie et en architecture, la fabrication d'images est au cœur du travail de recherche. Pensons ainsi aux nombreuses illustrations du *Dictionnaire raisonné de l'architecture française* d'Eugène Emmanuel Viollet-le-Duc redonnant leur forme achevée aux édifices médiévaux ou aux dessins de restitutions de villes antiques faits par Jean-Claude

de raisin dont la ressemblance parfaite trompe des oiseaux qui tentent d'en attraper les grains. Satisfait de lui, il se retourne vers le second, Parrhasios, et lui demande ce qui se cache derrière le voile couvrant sa toile. Celui-ci lui rétorque que ce n'est pas un voile mais la peinture d'un voile. La victoire est donc à celui qui a su tromper l'homme averti plus que l'œil des oiseaux.

Golvin depuis la fin des années 1980⁴. Dès ses débuts, les potentiels de la photographie sont mobilisés pour la documentation des monuments historiques à travers l'exemple de la commande publique aujourd'hui appelée « Mission héliographique » afin de réaliser des prises de vue d'édifices en vue de leur potentielle restauration (de Mondenard, 1997). Cette première commande donnera naissance, bien des décennies après, aux observatoires photographiques du paysage reprenant encore aujourd'hui des objectifs similaires (Bonaccorsi et Jarrigeon, 2013). L'imagerie radiographique (infra-rouge, rayon X, etc.) mobilisée dans les processus de restauration offre aussi de nouvelles représentations des œuvres d'art et « abandonne les ressemblances formelles pour la visualisation de propriétés spécifiques » (Sicard, 1998, 271). Ces quelques exemples illustrent le fait que toute image scientifique prolonge la relation développée entre l'objet premier et le réel et travaille à souligner ou passer sous silence son énonciation (selon qu'il s'agit d'une reproduction dite « à l'identique », d'une restitution, d'une interprétation), et met ainsi au jour, notamment, des processus de documentation et d'éditorialisation.

2.2. L'industrialisation de la circulation des images des œuvres

La seconde tradition est celle de la circulation d'imageries médiatisées. Les images des œuvres d'art et de patrimoine sont en effet diffusées également dans d'autres champs que scientifiques. Leurs médiatisations et leurs prises et reprises par les industries, notamment culturelles, conduisent à leur circulation au-delà des seuls lieux de savoir. Plusieurs exemples, là aussi antérieurs aux technologies numériques, en rendent compte. Dès le ^{xix}^e siècle, certains musées mettent en place des politiques de reproduction d'œuvres issues de leur collection dans un objectif pédagogique de mise à disposition des ateliers ou d'école, en particulier pour les arts décoratifs, mais également de développement de nouvelles ressources financières (Possémé, 1994⁵). L'objet carte postale propose au tournant du ^{xix}^e siècle une « construction symbolique du territoire qui met en jeu l'imaginaire » (Maurie, 2001, 76) passant par la reproduction de paysages, de monuments et d'œuvres d'art selon une dimension esthétique et documentaire. Le développement des médias de masse, et en particulier

4. — Monique Sicard précise à propos du dessin d'archéologie : « Trace de traces, ce dessin utilise simultanément des codes généraux (jouant le rôle de passeurs, d'échangeurs) et de codes personnels, définis par le dessinateur » (1998, 229).

5. — Évelyne Possémé pointe ainsi qu'il « paraît intéressant de souligner la conception toute différente de la nôtre qu'avaient ces hommes du XIX^e siècle du musée, où pouvaient se côtoyer des œuvres originales et des reproductions, sans pour autant que leur besoin ou leur goût de l'authenticité en ait, semble-t-il, souffert » (1994, 81).

de la télévision, contribue également à cette circulation : les émissions consacrées aux arts (Hamery, 2014) ou aux patrimoines (Le Hégarat, 2018) proposent des prises de vue des œuvres concernées parfois agrémentées de représentations de type documentaire (archives, dessins préparatoires, moulages, maquettes, etc.).

3. De l'image à l'image numérisée : une archéologie des représentations

Cette double tradition constitue dès lors un contexte favorable à la fabrication d'images du patrimoine et de l'art au format numérique. En effet, celui-ci semble renforcer les capacités de circulation des images : l'image numérique se caractériserait ainsi par sa facilité de partage (Gunthert, 2015).

Réfléchir à la notion d'œuvre dans ce contexte invite à opérer un glissement vers le terme d'image, concept-clé dans les théories des *visual studies* où il décrit un large spectre d'opérations autant représentations graphiques ou optiques que représentations mentales ou verbales. Dans cette tentative de compréhension du terme, la distinction en langue anglaise entre *picture* et *image* devient éclairante : « La *picture* est un objet matériel, une chose que vous pouvez brûler ou abîmer. L'*image* est ce qui apparaît dans une *picture* et qui survit à sa destruction – dans la mémoire, dans le récit, dans des copies et des traces au sein d'autres médias » (Mitchell, 1986/2009, 21). Cette persistance de l'image invite ainsi à l'appréhender, au-delà de la matérialité, à travers les processus qui permettent d'y donner accès. En s'intéressant à la diversité des images produites autour des œuvres, cela conduit à porter attention au développement d'un champ lexico-sémantique dense pour désigner les processus de fabrique ou d'apparition des images.

La première d'entre elles, d'apparence la plus ouverte ou générale, est la notion de *représentation*. Louis Marin précise ainsi d'emblée : « Qu'est-ce donc que représenter sinon porter en présence un objet absent, le porter en présence comme absent, maîtriser sa perte, sa mort par et dans sa représentation » (Marin, 1994, 305). La notion de représentation possède ainsi la capacité d'évoquer, dans cette dialectique présence/absence, le rapport entre image et réel constitué en « forme spécifique de fonctionnement des objets culturels » (Davallon, 2007). L'interprétation consiste alors à activer ses potentialités. Ainsi Charles Sanders Pierce opère une distinction qui permet de saisir ce processus d'activation. La représentation est selon lui un signe-action au sens d'une *semiosis*, comprise comme l'opération d'un signe, sa relation à l'objet pour

l'interprète, par opposition au *representamen* qui désigne le signe-objet, celui qui représente (Deledalle, 1981). D'apparence plus générale, la notion de « représentation » peut être ainsi déclinée en un certain nombre de termes, circulant entre des sphères professionnelles dont ils décrivent des pratiques et des usages communicationnels divers.

L'histoire de l'art a ainsi beaucoup discuté les phénomènes de *copie* et de *réplique* en peinture et en sculpture, en tant que pratique formatrice pour les futurs artistes mais aussi leur place dans la constitution des collections muséales. Les collections de moulages de sculptures antiques, souvent intégrées à des collections universitaires, illustrent ainsi parfaitement cette double fonction pédagogique et communicationnelle des copies. Walter Benjamin, à partir des évolutions techniques et de l'invention de la photographie, propose alors de décrire ces phénomènes comme processus de *reproduction*. Ce qui caractériserait dès lors l'ensemble des objets produits (copie, réplique, reproduction) serait la perte de l'authenticité : « La totalité du domaine de l'authenticité échappe à la reproductibilité technique – et, naturellement, pas uniquement à ce seul type de reproductibilité » (Benjamin, 1935/2013, 19). À l'inverse, plutôt que de seulement refuser une valeur d'unicité et d'authenticité à la copie, Nathalie Dietschy, à partir de productions artistiques contemporaines, propose de la voir comme un « geste partagé dans un contexte d'abondance iconique » (Dietschy, 2021, 55). Cette tension entre unicité et reproduction des œuvres en contexte est ainsi au cœur des réflexions portées sur les œuvres d'art NFT (*non-fungible token*).

Les domaines de l'architecture et de l'archéologie ont également discuté de la production de représentations graphiques. Jessica de Bideran revient ainsi sur les évolutions et querelles terminologiques entre des termes tels que *reconstitution*, *restitution*, *restauration* ou *évocation* (de Bideran, 2016). Elle démontre ainsi, qu'au-delà de décrire des objets ou des images distinctes (entre reproduction fidèle et interprétation libre et sensible du passé), chaque terme se révèle plus particulièrement emprunt de pratiques sociales, professionnelles spécifiques.

Dans le cadre de l'analyse des photographies numériques de collections muséales, Cécile Tardy propose le terme de *substitut*, entendu comme « un objet documentaire pouvant tenir lieu de ce qu'il représente en son absence » (Tardy, 2012, 42). Le processus de substitution qu'elle décrit permet alors à la fois d'évoquer la circulation de l'objet, de l'œuvre tout en envisageant le substitut comme un « objet hybride », dont l'autonomisation avec l'œuvre première s'effectue au gré de ces nouvelles vies sociales.

L'ensemble de ces représentations, ici évoquées à travers quelques exemples, pose la question de la qualification de la relation entre l'objet originel et sa représentation. Une relation hiérarchique est ainsi souvent sous-tendue entre un original et sa copie. Pourtant, cette hiérarchie a pu être nuancée, comme pour les moulages des sculptures du jardin de Versailles (Sarzeaud, 2021), en évoquant une dimension de continuité entre les originaux (conservés au musée du Louvre) et leurs reproductions dans les jardins du château. L'iconicité de la représentation à l'objet original se fait alors aussi un indice de cette relation. Bruno Latour et Adam Lowe, nuancant les thèses de Walter Benjamin, ont proposé d'envisager une « migration de l'aura » qui permet de mieux rendre compte de ces processus de reproduction :

« La distinction que nous faisons couramment entre l'original et la simple copie occulte un processus d'un autre ordre qui a trait à l'équipement technique, au soin et à l'intensité de la recherche de l'originalité conduisant d'une version à une autre » (Latour et Lowe, 2011, 183).

Le contexte numérique, où la « culture numérique » a pu être qualifiée de « culture du remix », incite à envisager cette migration à travers les gestes de reproduction et d'éditorialisation qu'elle nécessite, plus qu'à travers leurs seuls résultats : « la question de la supériorité de l'original sur sa copie fait place à la valorisation de l'usage de contenus déjà produits et disponibles » (Dietschy, 2021, 64).

4. Penser les médiations à l'œuvre

Dans une logique communicationnelle, les processus évoqués – représentation, fabrication, documentation, etc. – sont envisagés comme des médiations à la fois sociales, techniques et symboliques, que l'usage fréquent de l'expression « médiation numérique » tente souvent de décrire au prix de la simplification (Navarro et Renaud, 2019). Dans cette perspective, envisager la fabrication d'images numérisées comme un ensemble de médiations qui supposent, et laissent souvent invisibles, des choix, des valeurs qui en guident et régissent la production, permet de dépasser l'idée d'une seule reproduction à l'identique. En d'autres termes, l'image numérisée est la résultante d'un processus inscrit socialement, porteur d'imaginaires sociaux, politiques.

Ces imaginaires sont construits par des régimes de valeurs. Walter Benjamin (1935/2013), dans une vision dialectique, évoquait la tension entre la valeur culturelle de l'unique original – qui n'est pas sans rappeler le « culte moderne des monuments » de Riegl (1903/2016) – et la valeur

d'exposition de la copie. Les différents articles de ce dossier illustrent ainsi l'intégration de ces images dans des pratiques sociales multiples qui les chargent de valeurs en rendant compte des médiations qui permettent de faire travailler ensemble les différents acteurs combinant, à la manière de composites (Le Marec, 2002), des dimensions techniques, scientifiques, sociales, symboliques, artistiques, patrimoniales.

Parmi ces médiations, nombreuses sont les médiations documentaires (Tardy, 2014), liées aux processus de numérisation des œuvres, collections et objets. Le développement des bases de données numérisées, mêlées aux injonctions politiques à la numérisation des collections, a conduit à la croissance d'une documentation numérique qui n'est pourtant pas juste une réplique des processus de documentation préexistants. De même, les logiques d'archivage, d'organisation des connaissances (ontologies, métadonnées, etc.), de conservation propres à ces représentations numériques ainsi qu'à leur modalité de mise à disposition des publics (dossiers d'œuvres, base de données, etc.) interroge sur « ce qui fait protocole dans l'image documentaire » (Tardy, 2014, 15).

Tout en permettant de prendre la mesure de la complexité et densité de ces médiations, les articles de ce dossier montrent ainsi que l'attention aux questions de représentation, de fabrication et de documentation favorise un regard critique sur la production de ces images numérisées et est susceptible d'éclairer à nouveaux frais les enjeux socio-symboliques associés. Ou, pour reprendre Monique Sicard : « Rendre aux médiations la place qui leur revient conduit à défendre une image qui est le fruit d'une série d'actions, n'acquiert sa vérité que par ses acteurs, se construit sous l'effet d'appareils techniques et institutionnels » (1998, 10).

Au sein du projet de recherche *Augmented Artwork Analysis*, Julien Thiburce, Sofiane Doulfaquar et Justine Lascar expérimentent le processus de conception d'une application de visite « augmentée » pour des musées de beaux-arts. En proposant une captation à 360° des salles du musée, une numérisation haute définition des œuvres et l'apport d'informations complémentaires multiples, l'objectif est d'interroger les modalités d'augmentation de la visite, d'enrichissement de l'expérience perceptive et interprétative. Envisagée en tant que processus de (re)médiation numérique, cette application interroge ainsi les modalités d'articulation d'une « œuvre d'art augmentée » (soit l'œuvre *in situ* et les ressources numériques associées) avec un « musée complémentaire » (soit les modalités de muséalisation de l'œuvre et de co-présence à l'écran d'œuvres conservées ailleurs). L'article revient particulièrement sur les questionnements et les choix opérés dans la fabrique du dispositif, arti-

culant des données de la recherche aux médiations muséales. Il montre ainsi le poids de la matérialité et surtout des enjeux de spatialisation qui président aux dispositifs expositionnels *in situ* et en ligne. La multiplicité des couches interprétatives, des « emboîtements énonciatifs », dupliquée entre visite en salle et visite outillée, contraint et guide fortement les choix éditoriaux. Apparaissent alors centrales les relations spatiales qui articulent l'œuvre et son paratexte, les différences de formats d'œuvre mises en co-présence ou encore la position des données à l'écran.

Avec le site internet de l'association Documents d'artistes Auvergne-Rhône-Alpes, Stéphane Bellin nous présente des processus de documentation en ligne d'artistes d'art contemporain et de leurs œuvres. Au sein de ce qu'il considère comme une plateforme, les images sont au cœur de la représentation documentaire des œuvres, mais aussi de leurs processus de création et de leur circulation lors de performances ou d'expositions. En reprenant certains codes formels (cartels, *white cube*, etc.) issus des instances légitimantes de l'art contemporain, telles le musée, la documentation mise en place en collaboration avec les artistes sélectionnés contribue ainsi à leur légitimation. L'analyse montre ainsi que l'image numérisée permet alors une redéfinition éditorialisée de l'œuvre dans une visée documentaire comme processus de fabrication d'une « hyper-œuvre ». Celle-ci, en tant que « substitut documentaire numérique composite », se caractérise alors à la fois par une dimension esthétique (portée par les qualités plastiques des images sélectionnées par exemple), informationnelle (cherchant à rendre compte des multiples circulations de l'œuvre) et éditoriale (notamment par l'articulation entre l'image – à la fois représentation de l'œuvre et signe-passeur – et les éléments paratextuels). La « triple médiation » évoquée ainsi par l'auteur contribue alors à rendre compte de la densité des médiations nécessaires au processus de documentation artistique en ligne proposée par le site internet.

Marianne Cailloux s'intéresse dans son article au développement d'applications mobiles permettant l'accès à des patrimoines peu ou mal accessibles : les églises et petits patrimoines des zones rurales. En analysant l'organisation info-documentaire de ces dispositifs, elle propose une perspective sémio-pragmatique des images numérisées présentes à l'écran, envisagées à partir de la notion de « substitut ». Celle-ci permet à l'autrice, en reprenant notamment les travaux de Cécile Tardy, de rendre compte de la dynamique construite entre une image réelle, matérielle (par exemple les églises bourguignonnes) et une image « distancée », reproduite dans l'application. D'un point de vue formel, l'esthétisation

des prises de vue photographiques, dans un quasi-objectif d'idéalisation du patrimoine et d'une forme de restauration numérique, efface en quelque sorte les pratiques sociales et culturelles associées au patrimoine. En effet, l'analyse montre surtout que le processus de substitution ne se situe pas nécessairement là où on le croirait. Celui-ci semble s'incarner dans la multiplicité des valeurs qui régissent la patrimonialisation : celle sensible de l'expérience de visite ainsi réactivée, celle politique du faire ensemble pour la communauté. L'application fonctionne ainsi comme un dispositif, au sens fort du terme, dans sa dimension métaphorique de clé et de serrure (l'application permet l'ouverture et la fermeture à distance) et trouve ainsi une nouvelle justification en tant qu'outil de sécurisation du patrimoine.

Le patrimoine antique de la ville de Vienne a été, depuis plusieurs décennies, l'objet d'une multiplicité d'images (maquette, photographie, bande dessinée, modélisation 3D, etc.) que se propose d'analyser Camille Bernetière-Lebeaux. Cette succession d'images, envisagées dans l'article comme des « substituts », participe ainsi de la construction d'un imaginaire de l'antiquité viennoise, construit à partir de ses traces archéologiques. Une perspective diachronique permet à un premier niveau de révéler un glissement dans la fabrique de ces images depuis une logique de restitution à une logique de reconstitution, donnant de plus en plus prise aux multiples interprétations. D'un point de vue synchronique, c'est également à la circulation des images que cet article s'intéresse. Cette perspective permet à l'autrice de démontrer la polychrésie d'une imagerie qui est tour à tour mobilisée par des acteurs locaux, inscrits dans des champs sociaux distincts (archéologues, industriels du numérique, acteurs politiques), chacun porteur de régimes de valeurs différents. En analysant les processus de fabrication et circulation de ces images à l'aide de la théorie des conventions de Luc Boltanski et Laurent Thévenot (1991), apparaissent ainsi les « justifications » à même d'expliquer les usages et ré-usages de ces images. Aux différentes cités, inspirée, industrielle et de l'opinion, chacune mobilisée comme « strate de justification », s'adjoint une dernière, la cité marchande qui envisage ces images comme outils pour la construction d'un imaginaire territorial.

L'incendie de la cathédrale Notre-Dame de Paris en avril 2019 a révélé l'ampleur des images circulantes de la « Forêt », autrement dit la charpente et la flèche de l'édifice, permettant *a priori* de favoriser le processus de restauration. En effet, très rapidement la décision politique de la reconstruction à l'identique est prise et un important « chantier scientifique » doit alors se charger de sa mise en œuvre. Kévin Jacquot

nous propose ainsi dans son article de revenir sur le déroulé de ce projet, toujours en cours, à travers cette diversité d'images, tant antérieures à l'incendie que produites dans l'optique de la restauration de l'édifice, et sur les logiques de fabrication et de réutilisation de chacune. Apparaît à un premier niveau l'hétérogénéité du format de ces substituts (entre relevé, restitution et maquette) mais également des contextes de leur fabrication (photographie documentaire, jeu vidéo, projet scientifique, etc.). La constitution du corpus analysé illustre ainsi la circulation de ces images depuis le champ de la recherche jusqu'aux industries médiatiques. La multiplicité des régimes de valeurs portés par ces images témoigne alors des opérativités sociales et symboliques qui peuvent leur être accordées : tant une valeur artistique dans des images où le travail de l'auteur est valorisé, qu'une valeur patrimoniale dès lors que l'urgence de la sauvegarde conduit à une obligation de conservation et de transmission ou encore une valeur technique et documentaire dans un attachement à la précision d'un savoir-faire artisanal ou technique.

Dans leur article portant sur la collection *ARTE Trips*, Amanda Rueda, Mélanie Le Forestier, Aurélie Mandin-Charrier, Claire Chatelet et Muriel Lefebvre posent d'emblée la question première : qu'est-ce à dire qu'entrer dans un tableau à l'aide d'un dispositif numérique en réalité virtuelle ou vidéo 360° ? En envisageant ces productions audiovisuelles comme dispositifs numériques dans leurs dimensions plastique, narrative et immersive, celles-ci apparaissent dès lors comme un assemblage plurimédiatique où l'œuvre originelle – le tableau – ne constitue qu'un élément d'un ensemble plus vaste. L'étude du discours d'escorte et une analyse sémio-pragmatique de ces productions permettent ensuite d'éclairer les axiologies qui conditionnent ces médiatisation et éditorialisation des œuvres. Elles montrent, d'une part, la circulation des promesses et des intentions communicationnelles entre patrimoine et productions audiovisuelles perceptibles, notamment, à travers l'imaginaire du voyage spatio-temporel et de la figure de la mise en exposition. D'autre part, la discussion proposée par les auteur·rices autour de la notion d'immersion permet de donner des pistes de compréhension de la formule « rentrer dans la tableau » : à la fois reprise du processus créatif de l'œuvre en train de se faire, réactualisation des contextes biographiques de l'œuvre et expérimentation par le corps. Les multiples médiations qualifiées de savante, cognitive, sensible à l'œuvre, exprimées tant au niveau plastique que narratif, témoignent ainsi des choix éditoriaux et des interprétations de l'œuvre originale.

De manière transversale, les articles permettent de porter un regard éclairant et renouvelé sur la notion d'aura ou d'authenticité telle qu'a pu la décrire Walter Benjamin. Le déplacement de l'aura vers les images numérisées, évoqué par Bruno Latour et Adam Lowe, semble ici trouver une nouvelle expression. Pour autant, cette idée de déplacement ne s'ancre pas uniquement dans le passage de l'œuvre à son substitut, mais semble aussi s'inscrire, au fil des articles de ce dossier, depuis les acteurs du champ du patrimoine, de l'art et des musées vers les industries culturelles et médiatiques qui en facilitent la circulation vers enfin les industries de la communication et du numérique qui en facilitent la fabrication. Au cœur de ces déplacements s'opère une multitude de médiations qui (re)chargent ces images numérisées de valeurs témoignant de la densité de leurs opérativités sociales et symboliques.

Bibliographie

- ALEXIS, L. ET CHAMBAT-HOUILLON, M.-F. (dir.) (2023). Par temps de confinement : culture et médias. *Communication et langages*, 218.
- ANDREACOLA, F. ET DOUEIHI, M. (dir.) (2020). Musées et mondes numériques. *Culture et musées*, 35.
- APPIOTTI, S. ET RENAUD, L. (dir.) (2024). Les « substituts numériques » : questionner la médiatisation des expositions de musée à l'écran. *Les enjeux de l'information et de la communication*, 24(2).
- BADULESCU, C. ET DE BIDERAN, J. (dir.) (2023). Les publics des musées et institutions culturelles à l'ère du numérique. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 27.
- BADULESCU, C. ET DE LA VILLE, V.-I. (dir.) (2019). La médiation muséale au prisme du numérique. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 16.
- BARTHES, R. (1980). *La chambre claire. Note sur la photographie*. Gallimard/Seuil.
- BENJAMIN, W. (1935/2013). *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*. Allia.
- BENJAMIN, W. (1931/2019). *Petite histoire de la photographie*. Allia.
- DE BIDERAN, J. (2016). Des restaurations de papier aux restitutions virtuelles, construction d'une reconnaissance scientifique et d'une mémoire patrimoniale. I. Fabre et C. Gardès (dir.), *De la médiation des savoirs : sciences de l'information-documentation et mémoires. 3e journées scientifiques internationales du réseau Mussi, 21-22 mars 2016, Toulouse*. ENFA, 193-212.
- BIGOT, J.-É., BOUTÉ, É., COLLOMB, C. ET MABI, C. (dir.) (2021). Plateformiser, un impératif ? *Questions de communication*, 40.
- BOLTANSKI, L. ET THÉVENOT, L. (1991). *De la justification. Les économies de la grandeur*. Gallimard.
- BONACCORSI, J. ET JARRIGEON, A. (2013). La production d'un regard public : le cas des Observatoires photographiques du paysage. *Paysage et iconographie. Actes du 135e Congrès national des sociétés historiques et scientifiques, « Paysages », Neuchâtel (2010)*. Éditions du CTHS, 71-86.
- DAVALLON, J. (2007). Louis Marin : limites de la sémiotique et opérativité symbolique. *Hermès, La Revue*, 48(2), 130-131.
- DAVALLON, J. (2006). *Le don du patrimoine. Une approche communicationnelle de la patrimonialisation*. Hermès/Lavoisier.
- DELEDALLE, G. (1981). Le representamen et l'objet dans la *semiosis* de Charles S. Peirce. *Semiotica*, 33(3-4), 195-200.
- DE MONDENARD, A. (1997). La Mission héliographique : mythe et histoire. *Études photographiques*, 2. <http://journals.openedition.org/etudes-photographiques/127>.

- DIETSCHY, N. (2021). L'art de la réplique à l'ère numérique : à partir de quelques projets d'Oliver Laric. *Cahiers de Mariemont*, 43, 54-65.
- DOUEIHI, M. (2013). *Qu'est-ce que le numérique?*. PUF.
- ESQUENAZI, J.-P. (2007), *Sociologie des œuvres*. Armand Colin.
- GUNTHER, A. (2015). *L'image partagée. La photographie numérique*. Textuel.
- HAMERY, R. (dir.) (2014). *La télévision et les arts*. PUR.
- HEINICH, N. (2009). *La fabrique du patrimoine. De la cathédrale à la petite cuillère*. Éditions de la MSH.
- LATOUR, B. ET LOWE, A. (2011). La migration de l'aura ou comment explorer un original par le biais de ses fac-similés. *Intermédialités/Intermediality*, 17, 173-191.
- LE HÉGARAT, T. (2018). *Chefs-d'œuvre et racines : le patrimoine à la télévision, des origines à aujourd'hui*. INA.
- LE MAREC, J. (2002). Situations de communication dans la pratique de recherche : du terrain aux composites. *Études de communication*, 25, 15-40.
- LESSING, G. E. (1766/2011). *Laocoon ou des frontières respectives de la peinture et de la poésie*. Klincksiek.
- MALAURIE, C. (2001). La carte postale photographique comme médiation territoriale. L'exemple d'Arcachon. *Communication et langages*, 130, 70-85.
- MARIN, L. (1994). *De la représentation*. Seuil/Gallimard.
- MIÈGE, B. (2020). *La numérisation en cours de la société. Points de repères et enjeux*. PUG.
- MITCHELL, W. J. T. (1986/2009). *Iconologie. Image, texte, idéologie*. Les prairies ordinaires.
- MOATTI, A. (2012). Le numérique, adjectif substantivé. *Le Débat*, 170(3), 133-137.
- NAVARRO N. ET RENAUD L. (2019). La médiation numérique au musée en procès. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 16.
- POSSÉMÉ, É. (1994). La politique de reproduction à l'Union centrale des arts décoratifs au XIX^e siècle. C. Georgel (dir.), *La jeunesse des musées. Les musées de France au XIX^e siècle*. Éditions de la RMN, 77-82.
- RIEGL, A. (1903/2016). *Le culte moderne des monuments. Sa nature et ses origines*. Allia.
- SANDRI, E. (2020). *Les imaginaires numériques au musée? Débats sur les injonctions à l'innovation*. MKF.
- SARZEAUD, N. (2021). Exposer des moulages : la campagne de substitution des sculptures des jardins de Versailles. *Cahiers de Mariemont*, 43, 66-77.
- SICARD, M. (1998), *La fabrique du regard*. Odile Jacob.
- TARDY, C. (2014). *Les médiations documentaires des patrimoines*. L'Harmattan.

- TARDY, C. (2012). *Représentations documentaires de l'exposition*. Hermann.
- TARDY, C. ET RENAUD, L. (dir.) (2016). Regards sur l'innovation. Les médiations des patrimoines vers la culture numérique ? (2). *Études de communication*, 46.
- TARDY, C. ET RENAUD, L. (dir.) (2015). Pratiques d'espace. Les médiations des patrimoines vers la culture numérique ? (1). *Études de communication*, 45.
- VIDAL, G. (2018). *La médiation numérique muséale. Un renouvellement de la diffusion culturelle*. PUB.

Concevoir un dispositif numérique à 360° pour une expérience augmentée des œuvres au musée

*Designing a 360° Digital Device for an Augmented Museum
Art Experience*

Julien Thiburce

UMR 5191 ICAR (Interactions, Corpus, Apprentissages, Représentations), CNRS
julien.thiburce@ens-lyon.fr

Sofiane Doulfaquar

UMR 5191 ICAR (Interactions, Corpus, Apprentissages, Représentations), CNRS
sofiane.doulfaquar@ens-lyon.fr

Justine Lascar

UMR 5191 ICAR (Interactions, Corpus, Apprentissages, Représentations), CNRS
justine.lascar@ens-lyon.fr

Cet article explore le potentiel d'un dispositif à 360° pour documenter l'exposition permanente du Palais des Beaux-Arts de Lille et offrir un accès numérique aux peintures exposées, en les reliant à d'autres documents fonctionnant comme autant de paratextes (à propos d'une œuvre) et d'intertextes (d'autres œuvres). Nous considérerons ce dispositif à 360° comme un moyen de réduire et d'interroger les frontières entre l'œuvre d'art et ces autres documents. Un des enjeux consistera à problématiser les différentes formes d'implémentation et de (re)médiation des peintures dans le musée lui-même et en contexte numérique, notamment sous l'angle de leurs dimensions matérielles et symboliques.

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

Mots-clés : environnement à 360°, dispositif numérique, médiation scientifique et culturelle, musée des beaux-arts, sémiotique

This article explores the potential of a 360° device to document the permanent exhibition of the Palais des Beaux-Arts Museum (Lille) and to provide digitally mediated access to the paintings by linking them to other documents. These documents function both as paratexts (texts about an artwork) and as intertexts (texts about other artworks). We will consider the 360° tour as a means for reducing and questioning the boundaries between artworks and these documents. One of the challenges we address is the need to problematize forms of implementation and (re)mediation of paintings within the museum itself and in its digital context, especially with regard to the paintings' material and symbolic dimensions.

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

Keywords: 360° environment, digital device, scientific and cultural mediation, fine arts museum, semiotics

Introduction

Le projet ANR-FNR, *Augmented Artwork Analysis* (AAA¹), auquel nous participons vise à produire une application sur tablette pour une perception et une interprétation augmentées de peintures du xv^e au xix^e siècles présentes dans trois musées partenaires : musée des Beaux-Arts de Lyon, Palais des Beaux-Arts de Lille (PBA), Musée national d'histoire et d'art du Luxembourg. En reliant une observation *directe* face au tableau et une vision *augmentée* sur écran, cette application mobilisée au sein du musée permettrait à la fois d'apprendre, de découvrir et de jouer avec les œuvres, lors de visites guidées ou libres, de réunions pédagogiques ou de recherche. Ce projet active ainsi un dialogue entre disciplines (sémiotique, histoire de l'art, informatique) et entre professionnels (chercheurs, conservateurs de musée, enseignants et guides), pour et avec des publics diversifiés, plus ou moins experts en histoire de l'art. Le design de cette application nécessitant de prendre en compte des habitudes et des désirs, nous avons réalisé des enregistrements audiovisuels *in situ* de visites guidées au PBA de Lille pour garder trace des différents discours échangés sur les œuvres et à travers les œuvres observées lors d'un parcours, pour observer et décrire les interactions effectives entre les guides et les visiteurs tout comme entre les groupes et l'espace du musée (Thiburce, à paraître).

Nous avons enregistré ces visites guidées en audio et en vidéo à l'aide de plusieurs caméras (Figure 1). Deux caméras sont opérées par les chercheurs pour documenter la scène de l'interaction, avec un cadrage large sur le groupe (entourée en rouge). Une caméra du même type, que nous avons confiée aux participants, permet de changer de perspective et de passer d'un point de vue extérieur au groupe à un point de vue interne au groupe. Une autre caméra (Insta360 One R®) permet de documenter les interactions à 360° et de naviguer, *a posteriori*, dans l'espace du musée (entourée en orange).

1. — Le projet AAA (ANR-20-CE38-0017), coordonné par Pierluigi Basso Fossali (Université Lyon 2, ANR 5191 ICAR) et Gian Maria Tore (Université du Luxembourg, IRMA), est co-financé par l'ANR et le FNR : <https://anr.fr/Projet-ANR-20-CE38-0017>



Figure 1 : Dispositif de captation de visites guidées au PBA de Lille, mars 2022

Un des apports considérables de cette caméra dans le cadre du projet AAA est de rendre possible une spatialisation des œuvres et des corps se trouvant dans le hors-champ des autres caméras. Aussi avons-nous mobilisé cette caméra hors visite guidée, en réalisant une prise de vue en différents points de chaque salle, dans la perspective d'une digitalisation à 360° du musée.

Dans notre article, c'est sur cette dernière modalité de captation que nous allons nous focaliser, en problématisant les apports de la vidéo en 360° pour documenter l'exposition permanente du PBA de Lille et donner accès aux tableaux accrochés dans les différentes salles du parcours. Dans la première partie, nous discuterons dans quelle mesure ce format audiovisuel répond à la dimension applicative du projet et en quoi il s'inscrit dans une démarche d'une écriture de la recherche qui articule les objets d'étude et les discours des chercheurs sur ces mêmes objets. En naviguant à l'intérieur du média et en faisant varier les perspectives, le format de la vidéo 360° permet en effet de s'approcher au plus près de la visualisation de tableaux telle qu'elle peut se déployer *in situ*. Dans une deuxième partie, nous présenterons les continuités et discontinuités entre les objets sémiotiques étudiés *in situ* et leur (re)médiation numérique, dans la réalisation d'un parcours muséal augmenté à travers le logiciel d'édition 3DVista®. Nous problématiserons nos choix et notre appropriation de ses fonctionnalités afin d'augmenter les œuvres en contenus techno-pédagogiques riches et diversifiés : des informations encyclopédiques et métadonnées dispo-

nibles notamment sur le site du musée (synthèse d'une œuvre, données sur un auteur, esquisses numérisées, etc.) et des données produites par les membres du projet AAA (extraits du corpus audiovisuel des visites guidées, publications scientifiques, capsule vidéo d'analyse d'une œuvre en sémiotique et histoire de l'art).

Au regard des réflexions ouvertes dans l'appel de ce numéro thématique, notamment sur les questions liées au processus de fabrication de l'image numérisée, nous envisagerons le parcours en 360° comme un moyen de réduire et d'interroger les frontières entre l'œuvre et ses paratextes (Genette, 1982 et 1994²). L'un des enjeux consistera à problématiser différentes formes d'implémentation (Basso Fossali, 2015) et de (re)médiation de tableaux au musée, dans le musée lui-même et en contexte numérique, notamment sous l'angle de leurs dimensions matérielle et symbolique. Il s'agira aussi d'interroger de manière réflexive notre conception de ce dispositif technologique qui met en réseau différents espaces de médiation des œuvres (le musée et ses salles, son site internet, les coulisses de la recherche). De manière connexe, cet article se donne donc l'objectif de questionner notamment les formes d'interactivité et d'immersion souvent affiliées à la vidéo 360° (Fenu et Pittarello, 2018 ; Thiburce *et al.*, 2021 ; Guichon *et al.*, 2022 ; Roche *et al.*, 2023). Notre prototype d'application a vocation à être utilisé dans l'espace même du musée, à l'inverse des visites virtuelles qui tendent à se substituer à l'expérience de visite *in situ* et qui peuvent impliquer une « délocalisation du contexte interprétatif », où « les mouvements n'ont lieu qu'à l'écran et le corps du visiteur ne participe à l'exploration que de manière indirecte, par le biais de la souris, du clavier ou encore de son écran tactile » (Després-Lonnet, 2012 et 2016). Nous explorerons ainsi les modalités sémiotiques permettant de garder un lien constant entre l'espace *de* l'écran et l'espace *à* l'écran dans lesquels les utilisateurs se trouveraient physiquement, où l'espace du musée et sa version augmentée s'interrogent réciproquement.

2. — Dans une perspective narratologique et esthétique, Gérard Genette (1982 et 1994) a théorisé la textualité de l'œuvre littéraire en tant que système de relations *transtextuelles*, composé de l'*intertextualité* (citations, allusions, etc.), la *paratextualité* (titres, préfaces et postface, couverture, etc.), la *métatextualité* (commentaires, critiques sur d'autres œuvres), l'*hypertextualité* (transformations, imitations, parodies, etc.) et l'*architextualité* (genres, types de discours, etc.). Au musée, les encarts et les textes qui accompagnent les œuvres dans les salles participent de la textualisation d'une œuvre, en tant que *paratextes*. Aussi la transtextualité oblige-t-elle à dépasser une approche immanentiste de l'œuvre et nécessite de porter une attention particulière à sa forme de vie, en ce que « l'identité de l'œuvre ne peut qu'être la vie de ses manifestations et de ses lectures » (Basso Fossali, 2017, 286). L'étude des manifestations et des lectures d'une œuvre demande donc de prendre en compte ces différentes composantes transtextuelles sur plusieurs plans, dans la mise en relation des choses présentes dans l'espace physique du musée et celles présentes à l'écran – nous préciserons ce point dans la section 2.2.

3. — Le projet VISITEURS (*Video-based methods to Study International sTudents' Experiences of the URban Space*), co-piloté par Nicolas Guichon (UMR 5191 ICAR) et Èlise Lavoué (UMR 5205 LIRIS), et financé par le LabEx ASLAN, articule une démarche méthodologique sur la captation filmée d'entretiens déambulés, une étude sémiotique relative à l'inscription des étudiants dans l'espace urbain, et une analyse d'impact de la visualisation de ces situations immersives sur les émotions et perceptions des étudiants.

1.2. Augmenter l'espace du musée via le numérique, pour qui et pour quoi ?

En effet, la consigne donnée consistait à produire un outil numérique permettant aux multiples parties prenantes de tester les potentialités du numérique pour augmenter l'expérience des œuvres au musée, à savoir : les professionnels des musées, les publics et les chercheurs. Une diversité de besoins devait donc être identifiée et prise en compte, aussi bien entre ces trois pôles qu'au sein même de chacun d'eux. Pour les professionnels des musées par exemple, le rapport aux œuvres et à l'espace du musée varie selon qu'on l'appréhende du point de vue des métiers de la conservation (liés à la gestion et à la valorisation de collections) et de la médiation (liés à la diffusion de connaissances et à la rencontre des publics). Côté recherche, l'enjeu principal consistait à créer un environnement de travail où mettre à l'épreuve les deux concepts-clés à l'origine du projet AAA entre histoire de l'art, informatique et sémiotique : le concept d'*œuvre d'art augmentée*, qui implique de penser l'articulation entre les œuvres présentes dans l'espace du musée et les données et ressources intégrées dans un environnement numérique ; le concept de *musée complémentaire*, qui demande de problématiser l'articulation entre les tableaux accrochés au musée, leur(s) numérisation(s), d'autres peintures et d'autres images avec lesquelles elles pourraient dialoguer à l'écran. Comme nous l'avons dans l'introduction, le prototype d'application consiste moins à proposer une visite virtuelle de l'exposition permanente du PBA de Lille, qu'à mettre en perspective les relations tissées avec des œuvres, les variations entre une expérience des tableaux à l'œil nu et une perception et une interprétation instrumentées par le numérique. Les quatre axes suivants constituent en quelque sorte le cahier des charges qui nous a été confié et qui structure l'élaboration du parcours :

- du point de vue de la reproduction de l'espace du musée et des œuvres qui y sont exposées, les membres du projet sont attentifs au fait que la digitalisation de l'expérience des œuvres pourrait coïncider avec la stratégie de développement culturel du musée ;
- vis-à-vis de l'expérience augmentée des œuvres, l'enjeu consiste à s'assurer que le musée constitue non seulement le point de départ du processus de digitalisation, mais aussi un point d'arrivée, en maintenant le contact avec la matérialité des tableaux ;
- concernant la notion de musée complémentaire, il s'agit de transformer le musée en incarnation de cette mise en réseaux

- concernant la dimension expérimentale du projet, le parcours en vidéo 360° consiste à opérer une transformation du musée dans un espace d'interprétation des tableaux, un laboratoire d'études où mettre en lumière les coulisses de la recherche.

4. — Certains éléments visibles au musée le sont peu à l'écran (tels que les cartels), en ce que la réalisation du parcours est notamment tributaire de la qualité de résolution de la caméra 360° (choisie surtout selon son coût), ce qui implique de fait un accès partiel à l'environnement numérisé.

socio-symbolique (Davallon, 1992 et 2003) et sur la (re)médiation qu'on en propose en en faisant un espace et un objet de recherche.

2. Produire un parcours immersif et interactif, entre édition et création de contenus

2.1. Fonctionnalités de 3DVista® et principes directeurs de conception

La faisabilité d'un tel parcours⁵ et de son caractère interactif a été rendue possible grâce aux fonctionnalités techniques qu'offre le logiciel d'édition 3DVista⁷ que nous allons détailler dans cette section. Commençons d'abord par présenter les choix qui ont guidé notre démarche de conception. Tout d'abord, le logiciel laisse le choix entre création de parcours vidéo, photo ou avec des modalités plus hybrides (photo-vidéo 360°). Notre choix s'est donc porté sur l'utilisation de photographies en 360° plutôt que de vidéos, pour deux raisons : d'une part, pour atténuer les potentielles difficultés de manipulation et d'orientation dans l'image (Tan *et al.*, 2020) et, d'autre part, pour réduire considérablement la taille du parcours en octet. Ces photos constituent la première couche du dispositif, une sorte de « toile de fond » appelée *panorama* (Figure 2) sur laquelle nous avons ajouté des contenus multimédia. Il existe une grande variété de données disponibles : des œuvres *in situ* et leur paratexte (encarts et textes des salles), des documents de sites institutionnels (fiches descriptives des œuvres, numérisation de différentes résolutions, images en gigapixels⁶, audioguides, etc.), des documents d'archives (dossiers d'œuvres comprenant des analogies, des lettres concernant leur acquisition, des documents de communication), des documents audiovisuels de visites guidées et enfin des analyses de chercheurs sur les œuvres et les pratiques de médiation des guides au musée.

5. — Pour consulter le parcours en ligne : <http://icar.cnrs.fr/projets/aaa/popsience/>

6. — La réalisation d'une image en gigapixels consiste à quadriller le champ du tableau en hauteur (x) et en largeur (y), selon le niveau de zoom auquel on se trouve (z), l'enjeu étant de conserver la qualité de résolution à chaque niveau de zoom. Voir sur le site du photographe Gilles Alonso qui a mis en œuvre ce dispositif au PBA de Lille et dans d'autres musées : <https://www.gigapixel-museum.com/gigas>



Figure 2 : Interface générale d'édition du logiciel 3DVista®

Ces données apparaissent grâce à l'action sur des boutons nommés *hotspots* de trois natures différentes : (i) du texte, (ii) des icônes graphiques, (iii) des formes libres. Une fois placés dans la photo, il est possible de gérer le positionnement dans l'espace virtuel de chacun de ces items avec une très grande finesse, en agissant sur l'axe vertical, horizontal et oblique (profondeur). Chacun de ces boutons peut renvoyer à une multiplicité d'actions (Figure 3) comme par exemple ouvrir une image dans un lecteur de photo, lancer une piste audio, ouvrir une page internet ou encore lancer une vidéo.

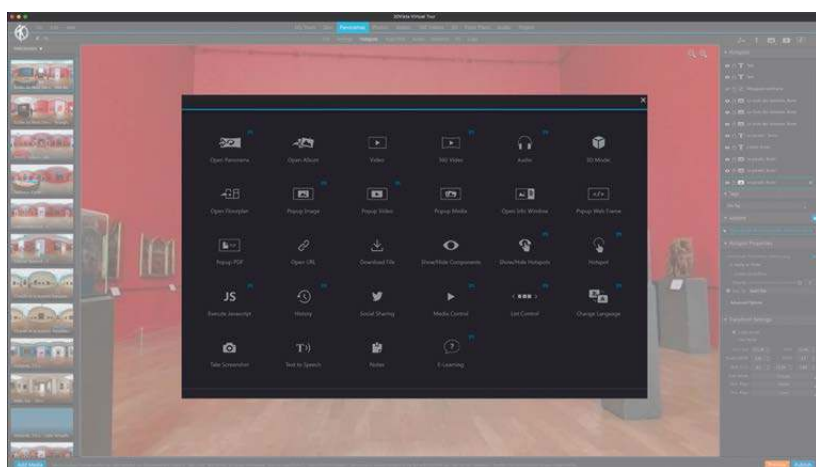


Figure 3 : Interface générale d'édition des hotspots de 3DVista®

C'est principalement ici que 3DVista^{*} montre son intérêt pour le projet : grâce à ces fonctionnalités, il est possible de créer le « parcours » en utilisant la fonction « *open panorama* » sur un *hotspot* qui permet de passer d'une photo 360° à une autre, c'est-à-dire d'une salle à l'autre du musée digitalisé. Il est aussi possible de jouer sur les modes de déclenchement des *hotspots*, en invitant l'utilisateur à cliquer ou à simplement passer son doigt ou sa souris au survol. Durant cette phase de conception, on peut par exemple également éditer le type de transition visuelle d'une salle à l'autre, le point de vue de départ de l'utilisateur dans un panorama, la taille du lecteur de photo haute définition et bien d'autres paramètres permettant de gérer le degré d'interactivité du parcours. Une fois leur ajout validé, les *hotspots* apparaissent dans l'interface utilisateur (Figure 4).



Figure 4 : Portion de l'interface utilisateur, salle « Anvers, Rubens, Lille » (mars 2022)

Dans cet exemple où se déploient les caractéristiques interactives du parcours, le bouton de la loupe (1) permet d'ouvrir une image en haute résolution, dans un lecteur *pop-up* qui apparaît au premier plan. Suivant l'objectif principal du projet, l'intérêt ici est d'offrir à l'utilisateur une double expérience avec le tableau : à la fois observer le tableau *in situ*, dans le contexte du musée et des choix scénographiques opérés par le PBA, mais aussi sur la tablette grâce à la numérisation du tableau pour regarder l'œuvre en détails, dans une granularité plus fine que ne le permet la visite *in situ*. Cette seconde fonctionnalité est aussi un moyen de pallier la résolution d'enregistrement relativement moyenne due aux

conditions de filmage (grande taille de la salle d'exposition, lumière, distance entre la caméra et les œuvres).

Le texte (2) est utilisé sous la forme d'annotations qui s'ancrent dans l'environnement virtuel et qui se substituent au cartel d'une œuvre. En plus de la navigation dans l'image, il est non seulement possible de visualiser des informations disponibles dans les paratextes *in situ*, mais également d'activer des informations supplémentaires, sélectionnées par les chercheurs pour leur pertinence conceptuelle ou analytique. Les contenus textuels proviennent de différentes sources : du site du PBA de Lille, des catalogues d'opérateurs culturels comme la Réunion des musées nationaux-Grand Palais ou de productions internes de l'équipe du projet AAA.

La flèche (3) renvoie à la transition vers la salle suivante. Nous l'avons placée dans l'axe de la porte afin de faire comprendre à l'utilisateur le mouvement de changement de salle en cas de sélection. Ce dernier choix porte sur une réflexion plus globale que nous avons menée concernant l'ergonomie visuelle et les différentes modalités d'accès à l'information sur l'ensemble du parcours. En effet, afin d'accompagner et d'orienter les utilisateurs dans leur usage du parcours et de contrer les potentielles surcharges cognitives souvent induites par une forte sollicitation visuelle et auditive (Lahlou *et al.*, 2012 ; Kavanagh *et al.*, 2016, Roche, 2023), les boutons sont suffisamment visibles pour être perçus mais assez discrets pour ne pas troubler l'observation des autres éléments. Cela nous a aussi conduit à créer un menu qui apparaît au premier plan sur le côté latéral gauche (Figure 5) et qui présente un ensemble d'onglets cliquables.



Figure 5 : Interface utilisateur, menu latéral (mars 2022)

Chaque onglet ouvre une fenêtre renvoyant à du texte, de l'image ou des pages internet. Dans ce menu, il est possible d'avoir des informations générales sur le parcours lui-même (onglet « Informations générales »), d'avoir une vision globale des salles disponibles (onglets « Plan du palais », « Choisir une salle »), de prendre des notes (onglet « Prendre des notes ») et de visionner une œuvre particulière (onglet « Visionner une œuvre »). Pour accéder aux différentes salles du parcours, l'utilisateur peut ainsi se déplacer d'une salle à l'autre à l'aide des *hotspots* flèches, mais aussi par le biais des onglets du menu, ce qui renforce le guidage via le dispositif, tout en gardant une forme de ludicité (Lin *et al.*, 2017) dans la manière d'explorer le PBA.

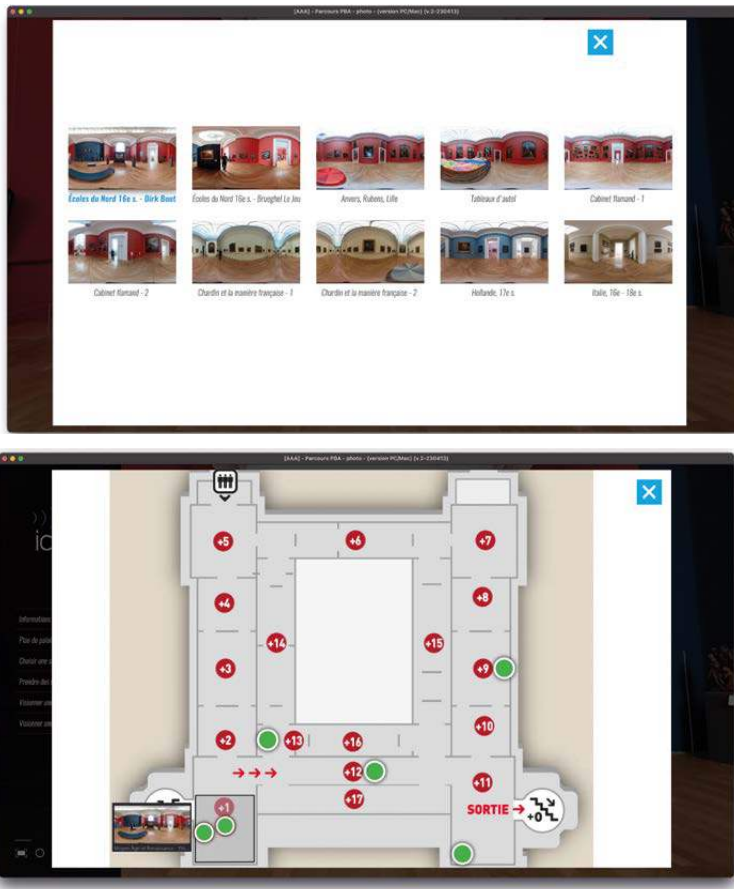


Figure 6 : Interface utilisateur, mosaïque des salles (en haut); plan du palais (en bas) (mars 2022)

2.2. Des fonctionnalités au service d'une remédiation scientifique

La première salle est consacrée à la peinture italienne du xvi^e au xviii^e siècle au sein de laquelle on trouve une œuvre de Luca Penni (un peintre florentin) qui a fait l'objet d'un article d'un chercheur du projet⁷ qui retrace la généalogie de deux devants d'autel : *Christ déposé sur la pierre de l'onction* (1540-1540, cathédrale Saint-Étienne d'Auxerre) et *La Déploration du Christ* (1530-1550, Fontainebleau). Dans cet article, le chercheur met en lien la peinture exposée au sein du PBA de Lille avec, d'un côté, d'autres œuvres du même peintre (un corpus intra-poétique) et, de l'autre, des œuvres d'autres artistes mettant également en scène des déplorations de Christ (un corpus inter-poétique). Grâce au numérique, nous pouvons convoquer des représentations de ces œuvres, présentes physiquement dans d'autres musées, et les mettre en co-présence. Cette

7. — P. Basso Fossali (en cours) : Décrire les formes et les matières symboliques. Entre pratique picturale et énonciation visuelle, la leçon de la pierre.

mise en réseau d'une œuvre exposée avec d'autres images participe ainsi de la création du *musée complémentaire* (cf. Introduction). Dans un autre format, nous avons produit une capsule audiovisuelle (Vidéo 1) retraçant l'analyse du chercheur, que nous avons intégrée à l'intérieur de la salle du musée qui contient les œuvres auxquelles il se réfère. Pour cette vidéo d'analyse, nous avons dû penser l'articulation entre les objets d'étude et le discours d'analyse en utilisant les outils de montage audiovisuel tels que le zoom, la voix off, le fondu, l'effet « Ken Burns » qui permet d'animer une image en opérant un zoom avant ou arrière par un recadrage au début du plan et un autre à sa fin⁸.



Vidéo 1 : Lien vers vidéo 1 : <https://sharedocs.huma-num.fr/wl/?id=O1Ue7G-K7cCYP167ZlsDfv4sOu3SoSXC7>

Le second exemple (Vidéo 2) s'intéresse à une œuvre non attribuée datant probablement du ^{xvii}^e siècle, qui met en scène la mort de Lucrèce. Ce tableau fait l'objet d'un double traitement. Pour commencer un traitement institutionnel où le PBA propose, sous la forme d'un jeu de piste, des indices d'interprétations concernant les mystères qui résident autour de l'auteur et de ses choix de composition des différents personnages. Ensuite, un traitement scientifique opéré par l'équipe de recherche qui a réalisé une analyse en prenant appui sur une multitude de sources, notamment les archives du PBA et un corpus d'œuvres organisé selon deux pistes d'interprétation : (1) la représentation de la mort de Lucrèce selon le nombre de personnages, (2) le style de la peinture à la chandelle. Ces éléments ont été centralisés sur la plateforme en ligne Miro[®], sorte de grand tableau blanc numérique collaboratif où il est possible d'organiser les données et de partager des commentaires. Cette œuvre a aussi fait

8. — Voir le logiciel de montage Final Cut Pro® que nous utilisons : <https://support.apple.com/fr-fr/guide/final-cut-pro/verb8e5de9c/mac>



La relation qui s'instaure entre l'œuvre accrochée dans la salle et les images que l'on donne à en voir en environnement numérique certes interroge la dialectique qui s'instaure entre *pictures* (les images prises dans leur matérialité, en tant qu'occurrences) et *images* (les représentations et les interprétations que l'on s'en fait) développée par W. J. T. Mitchell (2005⁹). Mais une autre dialectique qu'il nous semble encore plus pertinente de traiter ici est celle entre l'œuvre et son *espace d'implémentation*.

9. — Nous ne pouvons pas entrer pas dans le détail de cette dialectique ici, mais nous pouvons néanmoins mentionner la lecture critique qu'en propose Pierluigi Basso Fossali (2019) dans une perspective sémiotique.

La notion d'espace d'implémentation, théorisée par Nelson Goodman (1984) en philosophie, a notamment été reprise en sémiotique par Pierluigi Basso Fossali (2015) pour penser les agencements entre les pôles actoriels et les jeux entre des espaces impliqués dans la textualisation d'un objet culturel. Le diagramme ci-dessous (Figure 7) a pour visée de « montrer les croisements entre les espaces concernés par le principe de solidarité interprétative de l'objet (O) et les différents types d'intégration qui en découlent » (Basso Fossali, 2015), à savoir une *intégration matérielle* (vers l'espace d'énonciation de la toile), *communicationnelle* (vers l'espace d'implémentation du musée) et *reconstructive* (vers l'espace d'instanciation).

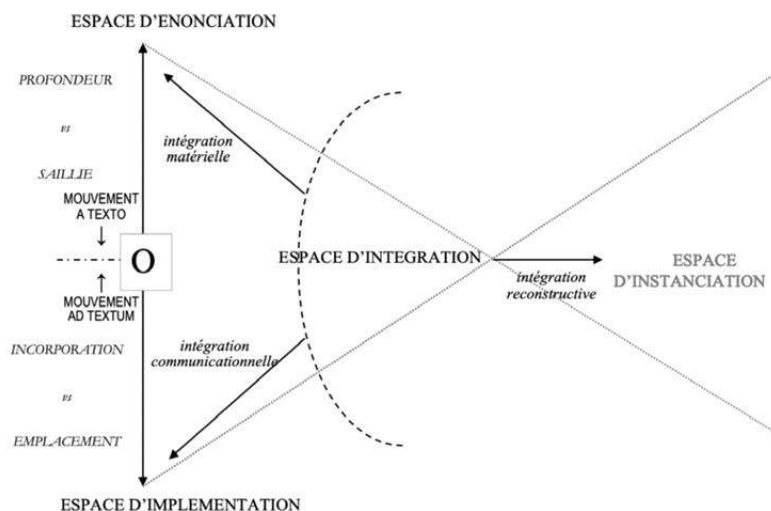


Figure 7 : Implémentation, énonciation, intégration et instanciation : des jeux d'espaces (Basso Fossali, 2015)

À partir de cette schématisation, quatre espaces permettent de rendre compte des emboîtements énonciatifs (Basso Fossali, 2015) en jeu dans l'interaction entre les visiteurs et les œuvres au musée :

1. l'*espace énoncé*, c'est-à-dire le produit discursif de la projection (débrayage) opéré par l'énonciation ; c'est l'espace de représentation de la toile ;
2. l'*espace énonciatif*, en tant qu'espace intensif de l'énonciation que les plis discursifs cherchent à renégocier localement (activité épi-sémiotique), selon une autonomie autoréflexive ; c'est l'espace de l'énonciation du musée, avec ses paratextes ;

- Aussi, dans l'implémentation des images numérisées des œuvres sur tablette, un des paramètres à prendre en compte relève de la proportion et du jeu d'échelle entre les images. Dire les dimensions des tableaux (à travers des encarts virtuels) et les montrer (en respectant les proportions des œuvres) est en effet un enjeu de taille pour les utilisateurs : ceci leur permet de comparer différentes images en coprésence, de mettre

10. — Ici, il y a non seulement un enjeu relatif à l'ergonomie de l'objet dans l'expérience de la visite mais également un enjeu relatif à la communication même des fonctionnalités du prototype, aux descriptions que l'on peut en faire. Aussi, la modalité de médiation sur ce parcours en 360° dans le musée, qu'elle soit réalisée par l'intermédiaire de médiateurs du PBA de Lille, des chercheurs ou d'une plaquette de communication, n'est pas anodine. Cela pourrait avoir des conséquences à la fois logistiques, du point de vue des moyens humains et financiers à mettre en œuvre, et des conséquences expérientielles, du point de vue de la prise en main du prototype.

en visibilité les contrastes d'un tableau à l'autre, de rendre saillant le caractère imposant ou discret d'une toile. Cela est d'autant plus palpable pour les images numérisées qui rendent présentes des œuvres exposées dans d'autres musées (musée complémentaire). Dans l'espace numérique de l'application et plus largement dans toute requête sur des bases de données, on peut avoir l'impression qu'une œuvre est de grande taille, alors que si on la visualisait *in situ*, on se rendrait finalement compte qu'elle est d'un format réduit, en tout cas plus petit que ce l'on projetait.

Dans la conception et l'implémentation des différentes fonctionnalités du parcours en 360°, une dialectique se met ainsi en place entre une *approche encyclopédique* et une *approche indiciaire* des œuvres. Si l'approche encyclopédique conçoit les œuvres comme autant de documents pour lesquels communiquer des informations collectées et soumettre des analyses produites par les chercheurs du projet AAA, l'approche indiciaire vise quant à elle à laisser une plus grande agentivité aux utilisateurs dans leur expérience, leur perception et leur appropriation des œuvres. Un outil allant dans ce sens est le Gigapixels implémenté *in situ* dans l'espace dédié de l'atrium du musée et en ligne sur le site internet du PBA de Lille, développé par le photographe Gilles Alonso. *In situ*, ce dispositif donne accès à des images numérisées des œuvres, à très haute résolution, cultivant les liens entre ce que l'on peut percevoir ou non « à l'œil nu » et ce que l'on peut percevoir ou non de manière instrumentée (Thiburce, 2024). En donnant à voir des détails qui ne peuvent être perçus en se rapprochant de la toile avec son corps propre, le Gigapixels ouvre des nouvelles pistes d'interprétation non seulement des œuvres mais également des contextes et des techniques de production picturale : l'instrument de visualisation interroge les œuvres accrochées et réciproquement. Tout l'enjeu consiste alors à coupler les deux approches encyclopédique et indiciaire. Les connaissances scientifiques et techniques, historiques et culturelles peuvent informer des questionnements qui émergent de la perception d'une œuvre et les nouveaux instruments de visualisation à très haute résolution peuvent ouvrir de nouvelles pistes et remettre en jeu les hypothèses interprétatives validées jusqu'alors.

Conclusion

D'un point de vue réflexif de l'écriture scientifique, le recours à la vidéo 360° et à son édition augmentée questionne les positionnements des chercheurs vis-à-vis des autres acteurs impliqués dans les pratiques muséales. Les musées constituent tout aussi bien un terrain à partir duquel faire émerger des connaissances scientifiques et culturelles sur les œuvres

(leurs implémentations, leurs statuts socio-symboliques, leurs effets sur les visiteurs), qu'un espace collaboratif où prendre part au développement de nouveaux instruments de médiation (des théories et des méthodes en dialogue avec les pratiques muséales).

L'édition de photos et de vidéos en 360° constitue un outil privilégié pour une reconstitution du terrain d'observation et pour une mise en commun de matériaux aux statuts sémiotiques hétérogènes (textes, images fixes et animées, sons, liens web). Nous avons cherché à problématiser ici non seulement la relation qui peut s'instaurer entre « l'Œuvre et son image numérisée », mais surtout la place centrale que l'on peut accorder à l'espace dans les modalités de (re)médiation numérique des œuvres et du musée lui-même. Dans une perspective sémiotique qui prête une attention majeure à la dimension interactionnelle de l'expérience de l'œuvre au musée, la conception du dispositif numérique mobilisé *in situ* implique de prendre en compte dès le départ l'espace d'implémentation des œuvres sur lesquelles produire des analyses et l'environnement d'utilisation du dispositif.

Dans la continuité de précédents travaux dans le champ technologique en émergence de la 360° (Snelson et Hsu, 2020), cette expérience de conception nous aura permis d'expérimenter le design de dispositifs interactifs, où se superposent objets de recherche et outils pour la recherche. En effet, ce travail nous a conduit à explorer de nouvelles voies sur des méthodologies de visualisation de données de recherche, notamment sur la façon de mettre en scène les coulisses d'un travail interdisciplinaire, sans mettre de côté l'ancrage institutionnel du PBA de Lille. Les différentes strates de discours qui composent notre prototype favoriseraient une prise à la fois sur le plan esthétique et sur le plan pédagogique, dans les relations entre (*perce*)voir et *savoir*. Comme nous l'avons souligné dans la dernière partie de notre article, il vise à donner une prise sur les œuvres en se situant sur la crête d'une approche encyclopédique et d'une approche indiciaire de la connaissance. En articulant des données de recherche en histoire de l'art et en sémiotique avec des outils de visualisation d'images numérisées à très haute résolution (Gigapixels), notamment, cette médiation instrumentée (Blondeau *et al.*, 2020) participe d'un design de l'expérience qui articule des connaissances encyclopédiques issues de la recherche et de la médiation et des connaissances empiriques qui émergent d'une relation à l'œuvre *in situ*. Dans le dialogue avec les conservateurs du musée, il s'agirait de penser le design de ce parcours en 360° dans sa dialectique entre les discours validés et transmis par les institutions (à médier) et les discours qui émergent des expériences des visiteurs (à pister), relatifs

à leurs propres perceptions et interprétations des œuvres et de l'espace muséal, ainsi qu'à leur compréhension des discours qui leurs sont adressés. En situation de visite guidée, des temps pourraient être consacrés à la mise en regard de la version accrochée en salle et sa version numérisée sur tablette. Pour les ateliers avec des groupes scolaires, plusieurs temps en classe pourraient être articulés les uns aux autres dans une expérience prolongée des œuvres, en amont pour préparer la visite ou en aval pour revenir collectivement sur l'expérience *in situ*.

Dans les prochaines étapes de conception du prototype, il sera opportun non seulement de mettre en place des séances de travail avec notre partenaire muséal afin de répondre aux besoins des professionnels, mais surtout de réaliser des tests auprès des publics, lors de visites libres et de visites guidées. Au-delà des usages que nous en avons faits nous-mêmes, les limites posées et les potentialités envisagées par ces publics nous permettront d'ajuster les fonctionnalités du dispositif à des situations d'interactions concrètes, où observer, documenter et prendre en compte les relations effectives avec l'œuvre et ses paratextes *in situ*. En gardant un équilibre entre les expertises des chercheurs et celles des utilisateurs, les retours des publics sur leurs appropriations et leurs éventuels détournements nous permettront d'envisager de nouvelles pistes de développements que nous n'avons pas encore identifiées.

Bibliographie

- BASSO FOSSALI, P. (2023). Symbolisation et augmentation : la forme symbolique à l'ère du numérique. *Signata*, 14. <https://doi.org/10.4000/signata.4698>
- BASSO FOSSALI, P. (2019). L'image du devenir : le monde en chiffres et la passion du monitoring. *Signata*, 10. <https://doi.org/10.4000/signata.2261>
- BASSO FOSSALI, P. (2017). *Vers une écologie sémiotique de la culture. Perception, gestion et réappropriation du sens*. Éditions Lambert Lucas.
- BASSO FOSSALI, P. (2015). L'interprétation dans son espace phénoménologique : jeux de langage et implémentation publique. *Metodo*, 3(1), 113-138. <https://doi.org/10.19079/metodo.3.1.113>
- BLONDEAU, V., MEYER-CHEMENSKA, M. ET SCHMITT, D. (2020). Le design de l'expérience au musée : nouvelles perspectives de recherche. *Culture & Musées*, 35, 107-131. <https://doi.org/10.4000/culturemusees.4637>
- BLYTH, C. (2018). Immersive technologies and language learning. *Foreign Language Annals*, 51(1), 225-232. <https://doi.org/10.1111/flan.12327>
- BONNER, E. ET LEGE, R. (2018). 360° Videos in the Classroom: A How-to Guide. *The Language Teacher*, 42(5), 29-30.
- DAVALLON, J. (2003). Pourquoi considérer l'exposition comme un média?. *Médiamorphoses*, 9, 25-28.
- DAVALLON, J. (1992). Le musée est-il vraiment un média?. *Culture et Musées*, 2, 99-123. https://www.persee.fr/doc/pumus_1164-5385_1992_num_2_1_1017
- DESPRÉS-LONNET, M. (2016). Expositions et parcours virtuels : la « dématérialisation » comme délocalisation du contexte interprétatif. *Congrès annuel de la FEMS, 13e Rencontres professionnelles, Rennes, France*. <https://hal.science/hal-01637294v1>
- DESPRÉS-LONNET, M. (2012). La dématérialisation comme délocalisation du contexte interprétatif. *Communication & langages*, 173, 101-111. <https://doi.org/10.4074/S0336150012013075>
- FENU, C. ET PITTARELLO, F. (2018). Svevo tour: The design and the experimentation of an augmented reality application for engaging visitors of a literary museum. *International Journal of Human-Computer Studies*, 114, 20-35. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2018.01.009>
- GENETTE, G. (1994). *L'Œuvre de l'art. Immanence et transcendance*. Seuil.
- GENETTE, G. (1982). *Palimpsestes. La littérature au second degré*. Seuil.
- GOODMAN, N. (1984). *Of Mind and Other Matters*, Harvard University Press [Traduction française : Cometti, J.-P. (1996). *L'Art en théorie et en action*. Éditions de l'Éclat].
- GUICHON, N., THIBURCE, J., LASCAR, J. ET DOULFAQUAR, S. (2022). Concevoir des parcours immersifs en français langue seconde pour préparer les étudiants étrangers à la

- mobilité. *ALSIC*, 25(2). <https://doi.org/10.4000/alsic.6319>
- KAVANAGH, E., ROBERGE, J. ET SPERANO, I. (2016). Typologie exploratoire des affordances textuelles. *Pratiques*, 171-172. <https://doi.org/10.4000/pratiques.3187>
- LAHLOU, S., NOSULENKO, V., SAMOYLENKO, E. (2012). *Numériser le travail : théories, méthodes et expérimentations*. Editions Tec & Doc.
- LIN, M.-H., CHEN, H.-C. ET LIU, K.-S. (2017). A Study of the Effects of Digital Learning on Learning Motivation and Learning Outcome. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 13(7), 3553-3564. <https://doi.org/10.12973/eurasia.2017.00744a>
- MITCHELL, W. J. T. (2005). *What do Pictures Want. The Lives and Loves of Images*. Chicago University Press [Traduction française : Boidy, M., Cilins, N. et Roth, S. (2014). *Que veulent les images ? Une critique de la culture visuelle*. Les Presses du Réel].
- PAPIN, K. (2022). L'impact de tâches communicatives de réalité virtuelle sur la volonté de communiquer à l'extérieur de la classe : perceptions d'apprenants de FLS à Montréal. *The Canadian Modern Language Review*, 78(1), 52-74. <https://doi.org/10.3138/cmlr-2020-0117>
- PINK, S. (2008). An Urban Tour: The Sensory Sociality of Ethnographic Place Making. *Ethnography*, 9(2), 175-196.
- PINK, S. (2007). Walking with video. *Visual Studies*, 22(3), 240-252.
- ROCHE, L., ROLLAND, C. ET CUNNINGHAM, I. (2023). L'utilisation de la vidéo 360° dans la formation professionnelle des enseignants : une synthèse des connaissances. *Médiations et médiatisations*, 15, 33-49. <https://doi.org/10.52358/mm.vi15.360>
- SNELSON, C. ET HSU, Y. C. (2020). Educational 360-Degree Videos in Virtual Reality: a Scoping Review of the Emerging Research. *TechTrends*, 64, 404-412. <https://doi.org/10.1007/s11528-019-00474-3>
- THIBURCE, J. (à paraître). Les œuvres au prisme du numérique, entre médiation des savoirs et relance de l'expérience. C. Aubry, M. Gil et P. Hallot (dir.), *Œuvre d'art et numérique : collaborations, limites, apports mutuels à la connaissance et à la médiation*. Institut de recherches historiques du Septentrion.
- THIBURCE, J., GUICHON, N. ET LASCAR, J. (2021). Documenter les entretiens déambulés : interactions filmées et interactivité filmique. *Revue française des méthodes visuelles*, 5. <https://rfmv.u-bordeaux-montaigne.fr/numeros/5/articles/09-documenter-les-entretiens-deambules/>

L'art contemporain en ligne : éditorialisation de la documentation, triple médiation des images et hyper-œuvre

*Contemporary art online: editorialized documentation,
the mediating role of images and the hyper-œuvre*

Stéphane Bellin

*Groupe de recherche sur les enjeux de la communication (GRESEC),
Université Grenoble Alpes
stephane.bellin@univ-grenoble-alpes.com*

Cet article questionne les fonctions de l'image dans la documentation de l'art contemporain et la relation qui s'instaure entre image, documentation et œuvre. Ces enjeux sont abordés à travers le terrain *Documents d'artistes Auvergne-Rhône-Alpes*, une documentation de l'art contemporain régional nativement numérique, émancipée des pratiques documentaires muséales normatives. La documentation numérique produite aboutit à une collection d'images éditorialisées, dans laquelle il est possible de naviguer grâce à l'image numérique transformée en « signe-passeur ». Les images numériques assurant une triple médiation offrent la vue d'une représentation documentaire numérique composite rendant compte cognitivement de la complexité de l'hyper-œuvre.

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

Mots-clés : documentation, art contemporain, image, œuvre, numérique, médiation, musée

This article examines the functions of the image in the documentation of contemporary art as well as the relationship between image, documentation and artwork. We consider these issues through case study analysis of the website Documents d'artistes Auvergne-Rhône-Alpes, providing natively digital documentation of regional contemporary art which is free from the normative practices of museum documentation. This digital documentation results in a collection of editorialized images, through which one can navigate using the digital image as a "go-between sign." Digital images thus serve a triple mediating function and offer the viewer a composite documentary representation that gives a cognitive account of the complexity of the hyper-work.

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

Keywords: documentation, contemporary art, picture, artwork, digital, mediation, museum

1. Étudier *Documents d'artistes Auvergne-Rhône-Alpes* pour questionner la relation image, œuvre et documentation

1.1. Une documentation en ligne de l'art contemporain régional

Depuis 2010, l'association Documents d'artistes Auvergne-Rhône-Alpes¹ (DDA-ARA) constitue « une documentation approfondie et éditorialisée » pour « rendre compte de l'évolution des productions artistiques » sur le territoire régional d'Auvergne-Rhône-Alpes². Cette documentation, exclusivement numérique, est accessible gratuitement via son site web. Elle est organisée par dossiers d'artistes, c'est-à-dire que chaque artiste référencé possède un dossier, structuré le plus souvent en cinq parties différentes³ : « Œuvres », « CV », « Textes », « Repères » et « En Bref », auxquelles s'ajoute une sixième, « Actualités », lorsque l'artiste a des actualités à communiquer, par exemple une dernière exposition. Cette documentation offre ainsi à la consultation des « ressources documentaires » variées – « reproductions d'œuvres, vues d'expositions, vidéos, textes, CV, actualités, etc.⁴ ». Chaque artiste référencé a été sélectionné par un comité constitué de professionnels de l'art contemporain à la suite d'un appel à participation. Cette association est financée par les instances publiques subventionnant la culture en France (Ville de Lyon, Région Auvergne-Rhône-Alpes, ministère de la Culture et de la Communication, etc.). À ce titre, il est possible de l'identifier comme un acteur institutionnel comme peut l'être le centre ou le musée d'art contemporain. Elle fait partie d'un réseau national qui fédère d'autres entités régionales de Documents d'artistes⁵, le RDDA.

DDA-ARA agit principalement au service des artistes régionaux sélectionnés en essayant de répondre à leurs besoins communicationnels,

1. — Page d'accueil. *DDA-ARA*. <https://www.dda-auvergnerhonealpes.org/fr>

2. — Missions et activités. *DDA-ARA*. <https://www.dda-auvergnerhonealpes.org/fr/infos/missions-activites>

3. — Perrine Lacroix, *DDA-ARA*. <https://dda-auvergnerhonealpes.org/fr/artistes/perrine-lacroix/oeuvres>

4. — Missions et activités. *DDA-ARA*. <https://www.dda-auvergnerhonealpes.org/fr/infos/missions-activites>

5. — Page d'accueil. *RDDA*. <https://reseau-dda.org/fr>

6. — Les artistes. DDA-ARA. <https://www.dda-auvergnerrhonealpes.org/fr/artistes?prev=https%3A%2F%2Fwww.dda-auvergnerrhonealpes.org%2Ffr%2Finfos%2Fmissions-activites>

7. — Recherche libre. DDA-ARA. <https://dda-auvergnerrhonealpes.org/fr/artistes>

8. — Page d'accueil. DDA-ARA. <https://www.dda-auvergnerrhonealpes.org/fr>

représentés, le ratio moyen est d'environ 280 images par artiste. Les images sont utilisées très majoritairement pour constituer la partie « Œuvres » de chaque dossier. Elles sont fournies principalement par les artistes. Si, au départ, à la création du premier DDA à Marseille dans la fin des années 1990, les chargés de documentation et d'éditorialisation entreprenaient un important travail de numérisation des images, aujourd'hui, il n'est plus nécessaire d'assurer systématiquement cette opération, car la plupart d'entre elles sont produites nativement sous un format numérique. En effet, aujourd'hui, les artistes exercent des pratiques photographiques et documentaires sur leur travail artistique assez élaborées (Bellin *et al.*, 2024). Ils ont tous conscience de la nécessité de documenter leurs œuvres et leurs expositions afin de pouvoir communiquer et valoriser leur travail artistique, notamment pour penser leur existence numérique sur le web et les réseaux sociaux. Le *smartphone* a largement contribué à faciliter ces pratiques au point qu'il n'est pas rare qu'un artiste fournisse 400 images pour une seule œuvre.

Cette documentation se manifeste en dehors du processus de muséalisation, opération qui consiste à acquérir une œuvre et à la faire entrer ainsi dans une collection muséale (Mairesse, 2022). Pour DDA-ARA, le travail de l'artiste n'est jamais documenté parce qu'il a été acquis par un musée. Les critères de sélection reposent plutôt sur la localisation de l'artiste sur le territoire régional, sa capacité à démontrer que sa carrière artistique est dynamique et solidement engagée et sur la reconnaissance de l'intérêt de son travail par un jury de professionnels. Avec DDA-ARA, un artiste peut donc voir son travail documenté bien avant que certaines de ses œuvres soient acquises par un musée. En reprenant les constats des chercheuses Marie Després-Lonnet et Maryse Rizza, la documentation muséale contribue à légitimer la valeur des objets collectionnés par le musée et, *a contrario*, à légitimer le musée comme « cadre institutionnel au sein duquel ces œuvres et les discours tenus sur elles doivent se trouver » (2021). Ici, avec DDA-ARA, la documentation s'exerce en amont de la légitimation accordée par le musée. Pour autant, le geste documentaire continue à accorder une légitimité institutionnelle aux artistes sélectionnés, en leur attribuant une forme de reconnaissance et de visibilité auprès des différents acteurs de l'art contemporain, de la même façon que peuvent le faire d'autres systèmes de légitimation de l'art contemporain identifiés par la sociologue Nathalie Heinich (1998 ; 2014) ; par exemple, une exposition dans une galerie ou un texte rédigé par un critique et publié dans une revue reconnue. De même façon pour le musée, le geste documentaire contribue à légitimer DDA-ARA comme une plateforme

sur laquelle les discours sur les œuvres peuvent être recensés, produits et diffusés. Dans ce sens, DDA-ARA se superpose à d'autres acteurs de légitimation de l'art contemporain, voire les concurrence, à l'image de l'éditeur spécialisé publiant des monographies d'artistes.

1.3. Image, œuvre et documentation : quelle relation ?

Le fait que la documentation de DDA-ARA soit conçue indépendamment de l'institution muséale est intéressant, car le musée, par sa longue tradition, normalise les pratiques documentaires de l'art (Fabre et Régimbeau, 2013 ; Régimbeau, 2013) ainsi que le rapport de l'œuvre artistique à son image numérique (Tardy, 2015). En outre, cette documentation est nativement numérique et composée majoritairement d'images, ce qui permet de la mobiliser comme objet d'étude afin d'y questionner leurs fonctions au sein de la documentation artistique et, plus largement, la relation qui s'instaure entre image numérique, documentation et œuvre. Autrement dit, il est proposé ici de questionner ces enjeux dans une documentation artistique nativement numérique produite en dehors des pratiques muséales. L'objectif est de voir si elle ouvre la voie à des pratiques documentaires spécifiques qui renouvellent le rapport de l'œuvre artistique à son image numérique et si elles offrent une représentation cognitive différente dans les médiations documentaires et numériques qu'elles proposent, notamment au regard du modèle historique et normatif des institutions muséales.

2. Délimitation du corpus et méthodologie

2.1. La documentation d'œuvres et d'artistes pluri-disciplinaires

Pour étudier la documentation de DDA-ARA, il a été décidé de circonscrire l'analyse aux artistes dont le dossier est indexé par le seul descripteur « Pluri-disciplinarité » dans le moteur de recherche du site. L'intérêt de privilégier ces pratiques artistiques pluri-disciplinaires plutôt que d'autres médiums plus spécifiques est de répondre à l'hypothèse que la documentation et les images sont fortement déterminées par les pratiques artistiques. Autrement dit, l'hypothèse consiste à penser que documenter des sculptures ou des peintures ne sollicite pas le même type d'images et une même éditorialisation sur le site que documenter des pratiques artistiques plus éphémères comme la performance ou des objets plus hétéroclites comme les installations. Étudier des artistes pluridisciplinaires est apparu comme un moyen de pouvoir analyser des images et de la documentation susceptibles d'être représentatives de la

grande variété des contenus documentaires disponibles et des artistes représentés sur le site DDA-ARA. En outre, les artistes pluridisciplinaires sont représentatifs d'une évolution forte de l'art contemporain qui consiste à explorer et à croiser des médiums classiques ainsi qu'investiguer des pratiques artistiques nouvelles afin de renouveler sans arrêt les propositions créatives (Heinich, 1998 ; 2014). Ainsi, huit dossiers d'artistes ont été analysés sur les cent deux artistes, dont le travail est documenté sur le site DDA-ARA, soit un ratio de 4 % des artistes. Il s'agit de la totalité des artistes qualifiés de pluri-disciplinaires présentés ici par ordre alphabétique : Philippe Favier, Bertrand Grosol, Jan Kopp, Le Gentil Garçon, Emmanuel Louisgrand, Antoine Palmier-Reynaud, Guillaume Robert et Bruno Silva. L'analyse de chaque dossier s'est restreinte à la partie intitulée « Œuvres » délaissant les deux autres parties le CV et les textes, dans lesquelles il n'y a pas d'images.

2.2. Entretiens semi-directifs et analyse sémiotique

La méthodologie repose en premier sur une analyse d'un corpus documentaire rendant compte des activités et des processus métiers mobilisés par les trois salariés de l'équipe DDA-ARA. En deuxième, des entretiens semi-directifs ont été effectués auprès de ces trois membres, la coordinatrice et les deux chargées d'éditorialisation. Ils ont permis d'identifier précisément les intentions, les enjeux, les techniques et les pratiques professionnelles déployés au sein du projet DDA. En troisième, ces entretiens semi-directifs ont été complétés par un autre auprès de deux coordinatrices historiques de DDA, qui ont participé à concevoir à Marseille, à la fin des années 1990, le premier site web DDA, celui de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, mis en ligne en 1999. Cet entretien a été particulièrement instructif pour comprendre les évolutions du projet sur le long terme jusqu'aux dernières versions des sites web, dont celle de DDA-ARA inaugurée en septembre 2023.

L'analyse des entretiens retranscrits a été complétée par une analyse sémiotique du site web. L'objectif était de se concentrer sur la place et les fonctions des images, plus spécifiquement sur les images constitutives de la partie intitulée « Œuvres » du dossier documentaire. Dès lors, une attention particulière a été portée aux images des œuvres et à leur rapport aux pratiques de documentation afin d'étudier la relation œuvres, images et documentation.

3.2. Œuvre ou représentation d'œuvre?

14. — Guillaume Robert. Œuvres. Up to the big eye. DDA-ARA. <https://dda-auvergne-rhonealpes.org/fr/artistes/guillaume-robert/oeuvres/up-to-the-big-eye>

adapté à un espace d'exposition. Le format de projection de la vidéo y est sans doute très différent des conditions de visionnage sur un écran d'ordinateur. Le plus souvent sur DDA-ARA, les vidéos sont diffusées à travers des extraits ou même parfois des captations d'images fixes, ce qui permet d'éviter toute confusion.

3.3. Au-delà de l'œuvre, démultiplier les images pour donner à voir l'hyper-œuvre

Chez DDA-ARA, les œuvres ne sont jamais données à voir séparément les unes des autres. Autrement dit, même quand une œuvre est représentée par une seule image, elle est associée sur une même page web à plusieurs autres images représentant d'autres œuvres du même artiste. Plutôt que de se focaliser sur une seule œuvre, la documentation DDA-ARA donne ainsi à voir la complexité et l'évolution d'une pratique artistique. Par exemple, la page web dédiée aux dessins de l'artiste Jan Kopp regroupe une série de reproductions de dessins représentatifs de l'évolution de sa pratique artistique sur la période 2006-2018¹⁵. En plus de la présence de légendes proche d'un cartel et de l'esthétique du *White Cube*, cette mise en scène par série d'images à défiler les unes après les autres s'inspire des codes visuels de l'exposition, en l'occurrence ici une exposition monographique donnant à voir une évolution du travail artistique sur une période déterminée. En outre, la représentation par série d'images, renforcée par certains choix d'éditorialisation, est un moyen pour insister sur des spécificités de la démarche artistique. Autrement dit, jouer avec la multiplicité des images d'œuvres permet de valoriser tel ou tel aspect du travail de l'artiste. En prenant toujours l'exemple de la même page des dessins de Jan Kopp, il est possible de remarquer que certaines images de dessins sont associées les unes aux autres dans un même diaporama prenant la forme d'une bannière rotative actionnable par un système de navigation par flèches. Il s'agit d'un moyen d'insister sur le fait que l'artiste dessine par séries. Par exemple, la première bannière rotative sur cette page donne à voir treize dessins de la même série intitulée *Lunch Bag Painting*¹⁶. Ici encore, l'image se dote d'une fonction de navigation.

Cette possibilité d'afficher plusieurs images et plusieurs représentations d'œuvres sur une même page est particulièrement adaptée pour montrer la complexité de certaines formes artistiques pluri-disciplinaires. L'exemple du projet artistique de Guillaume Robert, intitulé *Propagande*

15. — Jan Kopp. Œuvres. Dessins 2006-2018. DDA-ARA. <https://dda-auvergnerrhonealpes.org/fr/artistes/jan-kopp/oeuvres/dessins>

16. — *Ibid.*

Au final, le dossier documentaire et ses dix-huit images donnent une vision, multimédia et composite, plus conceptuelle que matérielle du projet artistique *Propagande*. Cette vision documentaire semble particulièrement adaptée à sa nature hétéroclite et à sa complexité. De la sorte, l'internaute accède à une représentation documentaire numérique qui lui donne une vision cognitive de l'œuvre, qu'il est possible de considérer comme étant démultipliée par rapport à une représentation qui serait basée uniquement sur une seule image. Si cette vision est très différente de sa représentation matérielle et physique, les images de l'exposition permettent tout de même d'y faire référence. Cette représentation docu-

17. — Guillaume Robert. Œuvres. Propagande. DDA-ARA. <https://dda-auvergnerhonealpes.org/fr/artistes/guillaume-robert/oeuvres/propagande>

mentaire démultipliée donne accès non pas à une simple photographie de l'objet d'art, mais davantage à un substitut documentaire numérique composite offrant l'accès à ce qu'il est possible de nommer l'« hyper-œuvre » ; en l'occurrence ici un projet artistique global donnant naissance à une installation, une exposition, une édition et une conférence.

Cette capacité à rendre compte cognitivement d'une « hyper-œuvre » par un substitut documentaire numérique composite est particulièrement adaptée aux œuvres contemporaines pluri-disciplinaires. Elle permet d'exprimer leurs dimensions multimédia, comme pour l'œuvre *Le Jeu sans fin* de l'artiste Jan Kopp¹⁸, pour laquelle le son et le mouvement sont des composantes essentielles. Les photographies de l'installation sont cette fois-ci complétées par une captation vidéo. Dans cette optique d'hyper-œuvre, les images ne se focalisent pas sur une représentation figée dans le temps. Par exemple, pour les œuvres-jardins d'Emmanuel Louisgrand, les images donnent à voir l'évolution de celles-ci et la façon dont le vivant et la végétation contribuent à faire émerger peu à peu l'œuvre de la terre¹⁹. Lorsque l'œuvre nécessite l'action du spectateur pour exister, les images montrent celui-ci en train d'interagir avec celle-ci. Elle dévoile à l'internaute l'action qu'il aurait dû faire pour comprendre la proposition artistique. La série d'images de la bannière rotative donnant à voir l'œuvre *Nocturnes* de Bruno Silva atteste de cette volonté²⁰. Pour montrer que les huit coquilles Saint-Jacques qui la composent sont photoluminescentes, une image montre une spectatrice en train de se pencher sur la coquille et de la recouvrir avec ses mains pour capter visuellement cette photoluminescence, qui est directement dévoilée par l'image suivante : une photographie de nuit laissant transparaître la photoluminescence d'une coquille. De même lorsque l'œuvre s'apparente à une performance et nécessite l'action de l'artiste, les images détaillent le geste de son intervention et montrent les réactions du public²¹. Les images ne se focalisent pas uniquement sur les œuvres. Le plus souvent, elles vont bien au-delà. Par exemple, elles peuvent montrer les étapes de

18. — Jan Kopp. Œuvres. *Le jeu sans fin*. DDA-ARA. <https://dda-auvergnerhonealpes.org/fr/artistes/jan-kopp/oeuvres/1/le-jeu-sans-fin>

19. — Emmanuel Louisgrand. Œuvres. *Allégorie du jardin à la française*. DDA-ARA. <https://dda-auvergnerhonealpes.org/fr/artistes/emmanuel-louisgrand/oeuvres/allegorie>

20. — Bruno Silva. Œuvres. *Sobre o ceu nao sabemos nada*. DDA-ARA. <https://dda-auvergnerhonealpes.org/fr/artistes/bruno-silva/oeuvres/sobre-o-ceu-nao-sabemos-nada>

21. — Bruno Silva. Œuvres. *Pause*. DDA-ARA. <https://dda-auvergnerhonealpes.org/fr/artistes/bruno-silva/oeuvres/pause>

24. — Bertrand Grosol. Œuvres. Mécanique d'un retournement. DDA-ARA. <https://dda-auvergnernhonealpes.org/fr/artistes/bertrand-grosol/oeuvres/ori>

réunies et mises à disposition par l'artiste. Celui-ci a le dernier mot, car il valide toutes les propositions faites. Certains artistes laissent une très grande liberté aux chargés d'éditorialisation alors que d'autres exercent un fort contrôle parce qu'ils ont une vision précise de la manière dont leur travail artistique doit être montré sur le web. Le plus souvent, ce travail se fait en étroite collaboration et résulte de nombreux échanges. La posture du chargé d'éditorialisation consiste à exercer le rôle d'un médiateur entre le travail de l'artiste et les utilisateurs qui veulent y avoir accès. Contrairement à un documentaliste qui n'est pas en lien direct avec le producteur des documents qu'il cherche à diffuser, le chargé d'éditorialisation, lui, se met sous l'autorité de l'artiste, bien qu'il veille à ce que les choix d'éditorialisation servent à la compréhension de son travail auprès des utilisateurs du site. Dans ce sens, la documentation glisse vers la communication, le producteur de l'information primaire y jouant un rôle plus actif.

Plus spécifiquement, les images ne sont jamais produites par DDA-ARA. Elles sont fournies par les artistes eux-mêmes, qui aujourd'hui les produisent et les conservent en masse grâce aux outils numériques, comme le *smartphone*. Les images sont sélectionnées selon plusieurs critères. Leur qualité technique est importante : « on va choisir une image plutôt qu'une autre parce qu'elle est de meilleure qualité » (chargée d'éditorialisation DDA-ARA). Il arrive parfois que le chargé d'éditorialisation intervienne à l'aide d'un logiciel de PAO directement sur l'image numérique pour redéfinir le cadrage ou la luminosité afin d'améliorer sa qualité. Les images sont également choisies pour leur qualité esthétique : « là, y a un travail qui peut être plus créatif de la part des chargés d'édition » (coordinatrice DDA). Au-delà de leur qualité technique et esthétique, les images sont surtout choisies pour leur capacité à restituer une œuvre dans toute sa complexité et à participer à l'écriture numérique du récit documentaire porté sur la démarche de l'artiste. Dans cet objectif, la sélection des images et leurs agencements répondent à la préoccupation de rendre le travail artistique explicite aux internautes. Aussi, les images participent à la fonction de médiation documentaire (Fabre, 2012 ; Fabre, 2018) assurée par le dossier de l'artiste. Elles y jouent un rôle très important, car elles demeurent centrales dans l'écriture numérique du dossier. « L'image, elle est vraiment au cœur de la documentation. C'est vraiment une documentation visuelle. En fait, le texte et les légendes, ils arrivent en dessous en termes d'importance » (chargée d'éditorialisation DDA-ARA).

Chez DDA-ARA, les pratiques de documentation convergent vers des pratiques d'éditorialisation. Autrement dit, la documentation est

mise au service de l'éditorialisation. La documentation consiste à collecter, sélectionner, organiser, légender des images numériques en vue de les éditorialiser. Par éditorialisation, il faut comprendre ici ce que le chercheur Marcello Vitali-Rosati nomme la « définition restreinte de l'éditorialisation », c'est-à-dire un acte qui permet la « mise en forme » et la « structuration d'un contenu dans un environnement numérique » (Vitali-Rosati, 2020). Chez DDA-ARA, la documentation consiste à documenter une démarche artistique globale et des œuvres par l'éditorialisation d'une collection d'images numériques, auxquelles sont associés des textes et un CV. L'éditorialisation permet de privilégier une écriture documentaire numérique pour laquelle l'image devient une composante centrale. Cette forme d'écriture documentaire numérique plus esthétique permet une souplesse d'organisation capable de s'adapter à la complexité et aux spécificités des pratiques artistiques contemporaines bien qu'il existe un cadre structurant commun – déjà mentionné au début de cet article – à l'ensemble des dossiers d'artistes.

4. Image et documentation DDA-ARA au regard des pratiques muséales

Par sa longue tradition de production d'une documentation artistique spécialisée, de fabrication de substituts issus des pratiques photographiques et numériques et de collection et de monstration du patrimoine matériel (Tardy, 2015), le musée d'art conditionne et normalise fortement le rapport de l'œuvre artistique à son image numérique dans les pratiques de documentation. Dès lors, il est intéressant de discuter des pratiques documentaires de DDA-ARA au regard de celles des musées afin de voir en quoi elles sont spécifiques et en quoi elles renouvellent ou non le rapport de l'œuvre artistique à son image numérique.

4.1. De la documentation et l'image comme substituts de l'œuvre muséalisée à la représentation documentaire de l'hyper-œuvre

Dans le musée d'art, les documents sont collectés, conservés et produits par le musée parce qu'ils renseignent sur les œuvres constitutives des collections muséales. « Le document muséal apporte des preuves de l'authenticité de l'objet de musée, fournit des informations sur cet objet et son environnement – le « documente » et cela aussi bien dans les actes de collecte, d'inventaire et de catalogage, que dans ceux d'exposition » (Desvallées, 2022, 197). Autrement dit, la documentation muséale, particulièrement le dossier d'œuvre, est conçue en étroit lien avec l'objet

matériel collectionné, au point qu'il est possible de le considérer comme son « pendant documentaire » voire son « substitut documentaire ». En effet, la chercheuse Marie Després-Lonnet affirme, à partir des travaux de recherche de Maryse Rizza sur la numérisation des dossiers d'œuvre (Rizza, 2013) que « la documentation fonctionne comme un substitut à la fois symbolique et matériel des collections » et que « les dossiers d'œuvre sont les signes indiciels de la présence des œuvres dans le musée » et qu'ils « sont également des artefacts porteurs d'une partie des caractéristiques des objets » (Després-Lonnet, 2014).

Contrairement aux musées, les pratiques de documentation de DDA-ARA ne se focalisent pas sur l'objet d'art en lui-même, mais tendent à rendre compte de toute la complexité d'une œuvre en témoignant de l'hyper-œuvre, c'est-à-dire toutes les multiples variations d'existence d'une œuvre. La multiplication des images numériques démultiplie les points de vue sur l'œuvre allant jusqu'à documenter sa relation à l'espace dans une exposition, ses étapes de fabrication, ses évolutions ou même sa disparition, sa relation au public lorsqu'elle propose une manipulation ou encore l'implication de l'artiste lorsqu'elle tend vers la performance. Dans un catalogue de musée d'art, chaque notice est associée à une seule œuvre identifiée par un numéro unique d'inventaire. « Chaque objet de la collection est donc décrit, mais aussi raconté, dans une fiche informatisée et normalisée » (Després-Lonnet, 2009, 22). Le plus souvent, la notice donne à voir une seule image de cette même œuvre à laquelle elle associe des informations : « La principale opération consiste à produire, autour de cette image numérique, un discours sur les objets » (Després-Lonnet, 2009, 21). Chez DDA-ARA, plutôt que de se focaliser sur une œuvre, les images des dossiers rendent toujours compte de plusieurs œuvres d'un même artiste et souvent sur la même page web. L'intention documentaire ne consiste pas à documenter une œuvre en particulier, mais bien un ensemble d'œuvres d'un même artiste. L'œuvre documentée l'est toujours par rapport à une démarche artistique globale. Cette orientation s'explique par l'intention documentaire qui consiste à apporter à l'internaute des connaissances, non pas sur un objet en particulier, mais sur la complexité d'une démarche artistique dans sa globalité et évolutive dans le temps.

Dans la documentation muséale, l'image est utilisée « pour produire des substituts, autrement dit un support se substituant à la présence physique de l'objet patrimonial » (Tardy, 2015, §1). Considérée comme « substitut de conservation » (Tardy, 2015, §30), l'image est alors comprise comme une représentation qui cherche à reproduire l'objet original conservé au musée. La ressemblance avec celui-ci y est plus ou moins

forte. L'image produite relève davantage d'« un processus de négociation de la ressemblance avec l'objet original auquel participent les acteurs de la numérisation » (Tardy, 2015, §1). La documentation de DDA-ARA par la démultiplication des images et leurs diversités s'éloigne encore davantage de la ressemblance avec l'objet original matériel. Elle offre plutôt une vision cognitive démultipliée de l'œuvre appelée ici « hyper-œuvre », qui est parfois très éloignée de sa représentation matérielle et physique. En effet, la lecture et la visualisation des informations et des images disponibles dans la documentation produite permettent aux internautes de se faire une représentation cognitive – qualifiée ici de « représentation documentaire » – des œuvres de l'artiste et plus largement de sa démarche créative. En reprenant les propos de Cécile Tardy sur la documentation des institutions muséales, il est possible d'affirmer que cette représentation documentaire est « de nature informationnelle, non manipulable mais palpable cognitivement » ; qui, lorsqu'elle adopte les codes de « la représentation numérique », « rend possible une vue inédite sur l'objet, offrant au regard une réalité inaccessible naturellement » opposée à une représentation matérielle d'« un patrimoine fixe, figé, immobile », celui conservé dans les musées (Tardy, 2015, §4).

4.2. La triple médiation de l'image numérique

Les images dans la documentation de DDA-ARA agissent comme dans la documentation muséale, c'est-à-dire qu'elles demeurent des « substituts de médiation » (Tardy, 2015, §7), dans le sens qu'elles assurent le lien entre les objets originaux et la représentation documentaire proposée en ligne. Autrement dit, les images, bien que parfois très éloignées de l'objet original, sont des « substituts documentaires » à la présence physique et matérielle des œuvres. Dès lors, l'image relève ainsi des « médiations iconographiques » (Régimbeau, 2007). L'image constitue un ancrage visuel faisant le lien entre l'objet authentique et sa représentation documentaire confortant les liens entre « médiations iconographiques » et « médiations informationnelles », dont font partie les « médiations documentaires » (Régimbeau, 2007). Dans la documentation muséale, le musée en tant que lieu patrimonial et de conservation est garant pour l'internaute de l'authenticité des images au regard de l'œuvre originale bien que la ressemblance avec l'objet soit en réalité plus ou moins négociée (Tardy, 2015, §1). Pour DDA-ARA, si la représentation documentaire s'éloigne encore davantage de la ressemblance avec l'objet original matériel, l'implication de l'artiste dans la production et l'éditorialisation documentaire est garante de la conformité avec l'œuvre originale. Autre-

Si l'image numérique fait le lien entre l'œuvre originale de l'artiste et l'hyper-œuvre donnée à voir par la documentation éditorialisée, elle assure également la médiation avec l'activité de l'internaute. Il manipule les images transformées en « signe-passeur » pour naviguer dans la documentation. Cette activité s'apparente à « un acte de « lecture-écriture » à part entière » propre aux écrits d'écran (Davallon *et al.*, 2013, 22). Avec les techniques numériques, la représentation documentaire devient manipulable, l'image en tant que « signe-passeur » devenant le moyen de naviguer dans la documentation. Cette orientation est rendue possible parce que les pratiques de documentation DDA-ARA investissent des pratiques numériques d'éditorialisation. L'image numérique se dote alors d'une triple médiation entre l'œuvre originale, sa représentation documentaire et l'action de l'internaute. Autrement dit, elle fait le lien entre une triple énonciation (Davallon et Jeanneret, 2004), celle de l'artiste – qui a créé l'œuvre originale et qui a collaboré à la documentation –, celle du documentaliste et celle de l'internaute.

Dans le musée, la documentation consiste à documenter l'objet d'art collectionné en le cataloguant. Ici, il ne s'agit pas de cataloguer une collection d'œuvres d'art, mais bien d'éditorialiser en ligne sur un site web une collection d'images numériques se substituant aux œuvres. Autrement dit, l'éditorialisation remplace le catalogage et le site web remplace le catalogue. L'éditorialisation permet de s'affranchir du cadre normatif et strict d'un catalogue afin de privilégier une écriture documentaire numérique pour laquelle l'image devient une composante centrale. L'éditorialisation rapproche la documentation d'un travail éditorial sur papier comme l'édition d'une monographie d'artiste. L'apport de l'éditorialisation est de s'affranchir des limites plastiques et des coûts du papier pour démultiplier la place et le nombre des images. Par exemple, elle permet d'intégrer le son ou le mouvement par le caractère multimédia du support. Elle

25. — La méthode documentaire. *DDA-ARA*. <https://dda-auvergnerhonealpes.org/fr/infos/missions-activites>

permet aussi de refondre à des coûts réduits le dossier documentaire pour le faire évoluer dès que l'artiste souhaite y intégrer un nouveau volet de son travail. Cette liberté d'éditorialisation offre la possibilité de s'adapter à chacune des spécificités propres à chaque démarche artistique contemporaine et à leur évolution. Cette force correspond sans doute aussi à sa limite, celle de voir s'accumuler un nombre trop indigeste de documents et d'informations, et même d'artistes, au point qu'il serait difficile pour l'internaute d'y naviguer. Cette nouvelle contrainte oblige DDA-ARA à repenser son accès à la documentation en intégrant des « strates » supplémentaires de médiation documentaire, comme peut l'être la rubrique « En bref » dont la mission est de résumer le dossier documentaire en offrant à la lecture un court texte introductif et une sélection de quelques images seulement²⁶.

Si l'éditorialisation devient le moyen de diffusion de documents, la documentation reste au cœur des pratiques professionnelles de DDA. En effet, la collecte, le tri, la sélection, la structuration au sein d'un ordre documentaire et la diffusion à des utilisateurs demeurent des étapes fondamentales du travail exercé par les équipes DDA. Le catalogage persiste sous une forme minimaliste, celle d'une indexation de chaque dossier d'artiste par des termes descripteurs afin d'assurer la fonctionnalité d'un moteur de recherche. Ces descripteurs sont réduits à des médiums – qualifiant les pratiques artistiques – ou à des départements – situant le lieu de vie de l'artiste. Le moteur de recherche n'est pas mis en avant sur le site DDA-ARA. Le choix a été de privilégier un accès à la documentation par la liste d'artistes ou la liste d'images associées aux noms des artistes. Cet accès par l'image met l'accent sur une navigation par sérendipité rendue possible par l'image comme outil de navigation. Ces choix de DDA-ARA qui confortent l'éditorialisation comme diffusion de la documentation sont finalement symptomatiques de l'évolution des catalogues des musées et des bibliothèques identifiée par le chercheur Alain Chante, c'est-à-dire une évolution vers un « objet multifonctionnel enrichi », « adapté à des utilisateurs différents », « davantage tourné vers la fonction conative – relation avec le public », « comportant de plus en plus d'images » « revendiquant une certaine séduction esthétique » (Chante, 2013).

26. — Jan Kopp - En bref. DDA-ARA. <https://dda-auvergnerhonealpes.org/fr/artistes/jan-kopp/en-bref>

Bibliographie

- BELLIN, S., CARNEL, J.-S. ET DWORAK, A. (2024). Pratiques numériques informelles de la documentation et de l'archivage chez les artistes professionnels de l'art contemporain : quelles conceptions?. *Actes du vingt-troisième colloque international sur le document électronique, 17-18 octobre 2023, Université Grenoble Alpes*. Europia. (En cours d'édition.)
- CHANTE, A. (2013). La notion de catalogue : de l'imprimé au numérique. *Culture & Musées*, 21, 131-151.
- DAVALLON, J., DESPRÉS-LONNET, M., JEANNERET, Y., LE MAREC, J. ET SOUCHIER, E. (2013). Introduction. *Lire, écrire, récrire. Objets, signes et pratiques des médias informatisés*. Éditions de la Bibliothèque publique d'information, 19-43.
- DAVALLON, J. ET JEANNERET, Y. (2004). La fausse évidence du lien hypertexte. *Communication & langages*, 140, 43-54.
- DESPRÉS-LONNET, M. (2014). L'écriture du patrimoine, de la documentation à la médiation. *Documentaliste-Sciences de l'information*, 2(51), 71-88.
- DESPRÉS-LONNET, M. (2009). L'écriture numérique du patrimoine, de l'inventaire à l'exposition : les parcours de la base Joconde. *Culture & Musées*, 14, 19-38.
- DESPRÉS-LONNET, M. ET RIZZA, M. (2021). Quand l'archive incarne l'institution : le rôle des dossiers d'œuvre dans la fabrique documentaire de la *muséologie* d'un musée des Beaux-arts. *Signata*, 12. <https://doi.org/10.4000/signata.3151>
- FABRE, I. (2018). La médiation documentaire : retour réflexif. *Les Cahiers de la SFSIC*, 15, 132-141.
- FABRE, I. (2012). Médiation documentaire et culturelle dans le musée. *Communication & langages*, 173, 83-99. <https://doi.org/10.4074/S0336150012013063>
- FABRE, I. ET RÉGIMBEAU, G. (2013). Du musée à la bibliothèque : espaces de documents et organisation des savoirs. *Culture & musées*, 21, 153-171.
- HEINICH, N. (2014). *Le paradigme de l'art contemporain. Structures d'une révolution artistique*. Gallimard.
- HEINICH, N. (1998). *Le triple jeu de l'art contemporain. Sociologie des arts plastiques*. Éditions de Minuit.
- O'DOHERTY, B. (2008). *White Cube. L'espace de la galerie et son idéologie*. JRP Ringier.
- MAIRESSE, F. (2022). *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*. Armand Colin.
- MOULIN, R. (2009). *L'artiste, l'institution et le marché*. Flammarion.
- RÉGIMBEAU, G. (dir.) (2013). Documenter les collections. Cataloguer l'exposition. *Culture & Musées*, 22.
- RÉGIMBEAU, G. (2009). Médiations iconographiques et médiations informationnelles. Réflexions d'approche. *Communication*, 26(1). <https://doi.org/10.4000/communication.875>

- RIZZA, M. (2013). La numérisation du dossier d'œuvre : enjeux organisationnels pour les musées. *Culture & Musées*, 22, 25-45.
- TARDY, C. (2015). La médiation d'authenticité des substituts numériques. C. Tardy et V. Dodebei (dir.), *Mémoire et nouveaux patrimoines*. OpenEditionPress. <https://books.openedition.org/oep/453?lang=fr>
- TARDY, C. (2014). *Les médiations documentaires des patrimoines*. L'Harmattan.
- VITALI-ROSATI, M. (2020). Pour une théorie de l'éditorialisation. *Humanités numériques*, 1. <http://journals.openedition.org/revuehn/371>

L'application numérique *Sésame* : une fabrication inédite de l'image du patrimoine rural religieux ?

 *The Sésame Digital Application: New Ways of Constructing
Images of Rural Religious Heritage?*

Marianne Cailloux

GERiiCO, Université de Lille
marianne.cailloux@univ-lille.fr

RÉSUMÉ – ABSTRACT

Les nouvelles technologies numériques sont mobilisées pour faciliter l'accès aux biens culturels matériels, notamment à travers des expérimentations d'applications comme guide touristique et accès aux services de visite patrimoniale. Certaines innovent dans la mise en interface des publics avec les objets culturels via la fabrication de nouvelles images. Est ici étudié le projet Sésame, pour comprendre l'articulation entre la visite physique (expérience authentique), la (ré-)appropriation d'une identité visuelle et les enjeux liés aux technologies numériques. Les substituts visuels proposés de différents projets questionnent la capacité d'une stratégie de communication principale à activer une réelle expérience de visite distanciée.

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

Mots-clés : application numérique, patrimoine, image virtuelle, médiation, interactivité

New digital technologies including experimental tour guide applications are used to facilitate access to heritage sites. Some projects innovate by creating mediated access to cultural objects through digitized images. In this article we explore the Sésame heritage project. Our objective is to understand the relations between the physical visit (authentic experience), the appropriation of visual identities and the issues linked to digital technologies. The visual substitutes proposed by different projects raise the question of how communication strategies can activate real remote visit experiences.

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

Keywords: digital application, heritage, digitized image, mediation, connectivity

1. Introduction

Ces dernières années, de nombreuses propositions mobilisent les nouvelles technologies numériques pour faciliter l'accès aux biens culturels matériels. Que ce soit par les traitements documentaires avec les dernières méthodes d'indexation visuelle, les bases de données en ligne, les thésaurus composant les corpus au gré des intentions de recherche, ou l'investissement dans les réseaux sociaux et l'animation culturelle à distance, de nouvelles formes de médiation se déploient, comme les animations audiovisuelles activées à distance, les tablettes à réalité augmentée distribuées ou les QR codes affichés. Ainsi, depuis quelques années, des applications numériques sur téléphone intelligent renouvellent les guides touristiques et les offres des services culturels. Certaines reproduisent les modalités traditionnelles de la pratique culturelle, d'autres revitalisent de manière inédite la mise en interface des objets du patrimoine à destination des publics, à travers notamment la fabrication d'images virtuelles.

L'étude du dispositif *Sésame* s'appuie sur un cadre théorique des sciences de l'information et de la communication appliqué au patrimoine, et plus particulièrement les recherches développées autour de la visite culturelle et de la gestion muséale, dans la lignée des réflexions de Jean Davallon (2014). Les théories de la réception et de la médiation, à la lumière des travaux de Julie Deramond, Jessica de Bideran et Patrick Fraysse (2020) sur les mises en scènes des territoires, mais aussi d'Isabelle Fabre (2012), Cécile Tardy et Lise Renaud (2015), qui interrogent les potentiels de fluidification (différente et/ou accrue) par l'utilisation du média numérique. Les réflexions que nous présentons ici se sont appuyées sur une enquête globale menée depuis 2022, sur plusieurs applications numériques dédiées au patrimoine : *Chiese a porte aperte*, *Patrimoine Hautes-Alpes* et *Sésame*. L'analyse de chaque application est opérée en deux temps : l'un effectué à distance directement sur l'application téléchargée, l'autre en recueillant des informations lors de visites de terrain. Celles-ci consistent concrètement à observer les dispositifs complémentaires de contenus info-documentaires disponibles sur place en remplissant une fiche d'évaluation sur critères (fonctionnement technique, accessibilité, disposition, composition, valorisation, médiation, interaction). Les moments de visites de terrain permettent de conduire des entretiens semi-compréhensifs

avec les concepteurs et développeurs des projets, de façon à comprendre aussi les enjeux communicationnels, ce qui est ensuite complété par une analyse des discours médiatiques périphériques des acteurs (presse traditionnelle, vidéos et radios promotionnelles, conférences). L'expérience de visite des usagers du grand public n'a pas été observée directement, ce sont leurs propos *a posteriori*, soit dans les commentaires laissés sur l'application et sur les réseaux sociaux, qui ont constitué un corpus pour l'analyse de discours.

Pour l'analyse de l'application, trois axes méthodologiques avec trois grilles critérialisées sont développés pour comprendre ce qui est véritablement substitutif : l'organisation info-documentaire ; le fonctionnement technique et le système de navigation (prise en main des fonctionnalités) ; les images numériques. On entend ici par substitut numérique, les dispositifs virtuels qui enrichissent l'équipement info-documentaire et l'accès aux contenus culturels, soit les applications téléchargeables en ce que, proposant des actions virtuelles (demander l'ouverture automatique du site, regarder des photographies numériques, lire des contenus en ligne), elles remplacent la clé du site, les panneaux explicatifs, le guide touristique et éventuellement la visite physique elle-même. Il s'agit ici de réfléchir aux formes numériques que prennent dans ces applications les usages de la visite culturelle pour le grand public et les pratiques de mise en accès par les professionnels du patrimoine. Dans la lignée du dernier chapitre de l'ouvrage de Cécile Tardy (2012), nous interrogeons la capacité de médiation de ce qui est remplacé par les nouvelles technologies en étudiant comment les images des applications sont scénographiées.

Tout d'abord, l'étude des systèmes documentaires consiste à analyser le fond et la forme des informations disponibles sur les applications : l'arborescence et les techniques documentaires d'organisation des contenus textuels et visuels, leur fond, les fonctions et les systèmes de navigation et de prise en main, leurs formes. Ensuite, les images numériques disposées dans les dispositifs sont étudiées : leur format, leur esthétisme, leur technique en tant que photographie, iconographie et fichier. Cette approche sémio-pragmatique a pour but d'étendre la réflexion vers la façon dont les usagers des applications – producteurs et publics récepteurs des informations accessibles – mobilisent ces images, ce qu'elles leur donnent à voir et éventuellement ce qu'ils en font.

1.1. Un substitut de l'accès physique ?

La proposition sur les réseaux de plus en plus d'images d'objets d'art et d'édifices patrimoniaux rejoint les objectifs du ministère de la Culture,

Dans tous les cas, ces nouveaux usages techniques du patrimoine démontrent des médiations socio-culturelles complexes. Par exemple, on peut s'interroger sur les manières dont les publics peuvent s'approprier ces dispositifs, mais aussi sur les postures professionnelles d'adaptation aux nouvelles technologies. Les modalités d'accès sont-elles de l'ordre du changement réel ou plus simplement d'un renouvellement ? En tant que médiation ou juste facilitation pratique, qu'ont-elles de réellement innovant ? Il y a là en outre une ambiguïté sur l'effective patrimonialisation des images « substituts » et des biens récemment considérés comme des œuvres d'art : si aujourd'hui consommer du patrimoine rural est légitime, les équipements technologiques pour le faire sont souvent des initiatives confrontées elles aussi à des enjeux de légitimité dans les substituts qu'elles produisent, avec des capitaux culturels à diverses échelles, entre art et numérique.

En 2021, un projet expérimental autour d'un nouveau dispositif numérique de médiation du patrimoine est lancé par la délégation Bourgogne-Franche-Comté de la Fondation du patrimoine. Il s'agit d'un projet d'équipement en serrures connectées et d'une application sur téléphone

1. — Décret n° 59-889 sur la mission et l'organisation du ministère chargé des Affaires culturelles, 24 juillet 1959. Présentation des vœux au monde de la culture, au palais de la Porte-Dorée, le 29 janvier 2024 : <https://www.culture.gouv.fr/presse/discours/discours-de-madame-rachid-dati-ministre-de-la-culture.-vœux-aux-acteurs-culturels-palais-de-la-porte-doree-lundi-29-janvier-2024>

Sésame propose un équipement de serrures automatiques avec clé numérique (digicode) : d'une part, les usagers réguliers (membres de la paroisse, agents municipaux et touristiques) disposent d'un badge permanent pour les célébrations, les visites cycliques ou d'autres occasions courantes, d'autre part les visiteurs occasionnels (jacquaires, touristes extra-municipaux, scolaires) peuvent, en scannant un QR Code sur place, accéder à l'application dédiée leur permettant de s'enregistrer pour visiter les lieux. Dix édifices sont actuellement équipés afin d'expérimenter la fréquentation et la sécurité du dispositif (réduire les actes de vandalisme tout en permettant l'accès) avec comme objectif de l'étendre, en cas de succès, à tous les candidats volontaires sans condition d'équipement autre que la recherche de subventions propres. L'accès à une trentaine d'édifices est prévu d'ici la fin de l'année 2024 en Bourgogne-Franche-Comté. Le développement vers d'autres régions est à l'étude, ce qui pourrait, à l'échelle nationale, changer le rapport au patrimoine religieux mais surtout rural, puisque ce sont aussi d'autres biens patrimoniaux isolés, tels les châteaux, lavoirs, tours ou parcs, qui pourraient être équipés.

A horizontal decorative border consisting of a series of small, interconnected diamond shapes.

3. — En parallèle, des dispositifs similaires se déploient en Europe, à commencer par l'application italienne *Chiese a porte aperte* depuis 2018 en Piémont. Il s'agit d'une application numérique, couplée à un portail de découverte du patrimoine régional, permettant, par inscription gratuite, la réservation de créneaux de visite d'églises et de chapelles (50 biens équipés), avec ouverture à distance des portes et proposition d'un équipement info-culturel audiovisuel (fiction historicisante). En France, le département des Hautes-Alpes lance en 2020 une application *Patrimoine Hautes-Alpes*, un guide touristique relié à un site internet recensant les biens patrimoniaux du département avec une proposition de visites virtuelles par panorama vidéo à 360° (6 biens équipés sur 375 biens listés dans le portail) (Cailloux, 2024a).

l'efficacité des substituts visuels proposés interroge : en fonction des enjeux à l'œuvre dans chaque projet, ces images (re)fabriquées peuvent-elles être le support d'une stratégie de communication principale et véritablement s'activer comme expérience de visite, ou bien ne sont-elles finalement qu'une partie de l'équipement info-documentaire dans un but d'attraction (de Bideran et Fraysse, 2015) ? Il semble en effet que les images mobilisées dans cette application ne le soient pas comme stratégie communicationnelle. Pourtant ce sont des paradigmes de représentation qui disent quelque chose sur les façons dont les acteurs perçoivent le patrimoine, ses images et la transition numérique qu'il subit.

2. L'équipement info-documentaire comme guide touristique virtuel

79

Dans les applications numériques étudiées, l'organisation des informations et des documents à destination des publics varie et dénote toute une gamme de possibles de la simple reproduction de formats plus courants, comme l'audio-guide ou la brochure de visite, à des tentatives d'adaptation de formules plus originales se saisissant des potentiels, réels ou fantasmés, des nouvelles technologies.

2.1. Reproduction ou innovation médiatique ?

Ainsi, l'application *Chiese a porte aperte* propose pour les chapelles d'intérêt patrimonial (architecture, peinture, sculpture, mobilier) des enregistrements audiovisuels mettant en récit des personnages historiques, réels ou réimaginés (artistes, commanditaires, fidèles, pèlerins) décrivant les éléments contextualisés d'intérêt culturel avec un éclairage multidirectionnel synchronisé avec le déroulé informationnel (Cailloux, 2024a). Le visiteur accède en outre via l'application à des notices techniques pour chaque édifice, réalisées par des agents anonymes suivant un protocole harmonisé en deux catégories : les données historico-artistiques fournies par les services du patrimoine piémontais (*Soprintendenze*) et des informations sur les pratiques dévotionnelles, l'identité et l'histoire des personnages sacrés (vies de saints, cultes locaux). À la visite traditionnelle avec un guide, se substitue une expérience sensorielle et fictionnelle spectacularisant l'accès à l'édifice et convoquant un imaginaire de la découverte, une dimension auratique soutenue par les valeurs de l'aventure et de l'intimité, ce qui, du reste, fait partie des éléments de langage promotionnel dans les campagnes médiatiques publicisant le dispositif (Cailloux, 2024b).

Les informations documentaires patrimoniales proviennent de la base Mérimée du ministère de la Culture, ce qui invite à s'interroger sur l'arborescence info-documentaire proposée qui reprend aussi la structure

5. — *BellesEglises* est un site internet et une application (en cours de développement grâce au financement du prix Maillé) réunissant des amateurs de patrimoine religieux français : <https://www.belleseglises.com>. Le portail répertorie les églises françaises en fournissant des descriptions et informations dans des notices organisées par édifice sur tout le territoire. Chacun est ainsi invité à renseigner « son » église par un formulaire dédié dont le contenu est mis en ligne gratuitement, le projet ayant pour objectif de faciliter les visites touristiques. Les catégories renseignées sont la localisation GPS, l'histoire du lieu, l'extérieur, l'intérieur, le mobilier et les œuvres d'art, les autres points d'intérêt à partager. Chacune peut être équipée de documents, de ressources bibliographiques et d'images. Les collaborateurs sont invités à solliciter le prêteur de la paroisse et le maire de la commune pour recueillir un petit texte à inclure dans la fiche.

Le rapport d'évaluation réalisé pour l'application *Sésame* conseille l'harmonisation des contenus et des formes de l'équipement info-documentaire⁷. Il y a là deux problèmes inhérents aux publics auxquels le dispositif est destiné : les habitants et les touristes. Quand il s'agit d'une ouverture « pratique » pour les activités de la commune ou de la paroisse, les contenus « touristiques » n'intéressent les autochtones que dans la mesure où ils peuvent participer à leur élaboration et renforcer ainsi un « faire communauté ». Cela a été remarqué pour l'application *Chiese a porte aperte* dont les notices ont été rédigées par des paroissiens bénévoles à partir d'un modèle réalisé par les services du patrimoine du Piémont. Lorsque l'application a pour vocation d'être un outil de communication pour le tourisme, la disparité des fiches est un obstacle, bien visible dans les commentaires des premiers visiteurs ou plutôt dans l'absence de réaction sur la qualité (ou la quantité) des informations culturelles, visibles à la fois dans *Patrimoine Hautes-Alpes* (Cailloux, 2024a) et dans *Sésame* (test à l'automne 2023). Les commentaires des testeurs de l'application bourguignonne, comme « cette fonctionnalité doit être masquée » ou « il y a un bug ? » ou encore « délai assez long », montrent une focalisation sur la manipulabilité de l'application ; aucun commentaire n'a été fait par les testeurs sur les images ou les textes⁸. Du reste, l'analyse du corpus des commentaires de l'application haute-alpine réalisée sur deux ans montre un double objectif : utiliser l'interactivité souhaitée de l'application comme un réseau social qui construirait une communauté virtuelle autour du patrimoine et pouvoir recueillir les performances du dispositif. En l'absence d'un *community manager*, pro-

8. — Présentation de l'état d'avancement – bilan des testeurs au 5 mai 2023.

fessionnel ou bénévole, cela reste un espoir déçu, à l'inverse des groupes actifs sur des réseaux comme Facebook, qui par ailleurs correspondent aussi plus à l'âge des publics susceptibles d'être intéressés par ce type de patrimoine rural et religieux.

Ceci est sans doute aussi une des raisons pour lesquelles *Sésame* propose une application la plus simple possible : il s'agit de faciliter la prise en main des usagers ciblés, à savoir les usagers hebdomadaires des églises (paroissiens et agents municipaux). De fait, la production de contenus info-documentaires ne fait pas partie du projet, et est perçue comme étant aux mains des communes candidates. Cela permet certes de limiter les coûts (par comparaison à *Chiese a porte aperte*) mais comporte aussi d'autres enjeux plus feutrés : ne pas faire figure d'autorité ; réguler la participation des sites par la motivation à équiper non seulement financièrement, techniquement et humainement, mais aussi intellectuellement leurs patrimoines. L'alimentation des notices pourrait pourtant faire l'objet d'une réflexion sur une harmonisation (catégories, thématiques, qualité des sources) parmi les pourvoyeurs, entre bénévoles, institutions et associations culturelles, avec un protocole info-documentaire à l'échelle nationale qui pourrait être élaboré au sein de la Fondation du patrimoine.

2.2. Ce qu'apporte le guide virtuel

Sur ces points, les travaux récents, encadrés par Clarisse Bardiot et ses collègues (2022), et les recherches info-documentaires de Marie Després-Lonnet (2000) ou Nicolette Mandarano (2009), offrent un cadre de pensée éclairant les choix des porteurs et concepteurs de ce type de projet. Comment sont constituées, rédigées et mises en accès les éventuelles notices informatives sur la plateforme ? Le système documentaire élaboré correspond-il à une logique documentaire patrimoniale ou à un comportement plus intuitif dans la consultation des données par l'utilisateur ? Comment la sérendipité info-visuelle opère-t-elle dans le système en dehors et pendant l'espace-temps de la visite ?

Le protocole débute avec la sélection d'une notice de site à visiter avec un bouton « visiter maintenant ». Après avoir renseigné ses coordonnées bancaires (caution virtuelle) et un document d'identité, les visiteurs n'ont pas besoin de réserver un créneau, seulement de se présenter devant la porte. Une fois l'édifice sélectionné, un code d'accès temporaire est à saisir sur le boîtier digicode de la porte (Figure 1), avec deux boutons, « c'est bon, je suis à l'intérieur » pour valider l'ouverture effective, et « j'ai un problème » pour envoyer une alerte et déclencher éventuellement le

Les trois édifices visités à Migennes pour cette application montrent à la fois la phase expérimentale dans laquelle le projet se trouve encore mais aussi que le renseignement culturel n'est pas la priorité du dispositif. En effet, aucun bien de cette commune n'est renseigné sur le portail de *Belles-Eglises*, presque aucune information historico-artistique n'est dispensée via l'application *Sésame*. Ainsi, l'église du Christ-Roi de Migennes, la première équipée et testée, l'a été uniquement pour la fréquentation culturelle.

9. — L'idée initiale des porteurs de projet était celle d'une participation aux frais de l'application.

Les retours de l'expérimentation avec visiteurs montrent eux aussi que ce ne sont pas les aspects patrimoniaux qui sont en jeu, mais bien la fréquentation pratique¹¹. Pour les « habitués » (fréquentation régulière),

11. — L'expérimentation a été menée par la Fondation du patrimoine dans la délégation Bourgogne-Franche-Comté. Les résultats nous ont été transmis directement par M. Bonnard

Toutes ces observations révèlent des représentations autour des nouvelles technologies qui conduisent à la fois des attentes irréalistes, parfois même magiques, de ce que peut le numérique, et une approche pragmatique et limitée à l'ingénierie, dans le cas de *Sésame*, et donc un sous-investissement des enjeux sociaux et culturels.

(documentation interne) afin de rédiger une évaluation sur le projet dans sa globalité. Huit édifices ont été testés par dix usagers par site, chacun a été invité à remplir un formulaire détaillant son utilisation de l'application, du badge à signature et son expérience d'accès et de visite.

3. La virtualisation de l'accès par les images

Ainsi, la documentation, la communication et l'activation d'autres fonctions de l'outil numérique sont écartées comme secondaires, et à la charge d'autres acteurs de les produire, notamment les futurs et éventuels partenaires touristiques et culturels. C'est ce que traduit l'analyse informationnelle et technique de l'application. Étudier le système documentaire permet effectivement de comprendre l'équipement d'ingénierie de l'information (thesaurus, index, catalogage) pour analyser les modalités de recherche d'information (*information retrieval*) : est-ce que les supports numériques ont changé les pratiques de gestion de l'image – image réelle par la mise en accès info-spatial ; image distancée par la mise à disposition de substitut en ligne pour informer l'accès direct à suivre – du point de vue documentaire et donc du point de vue culturel ?

3.1. Les photographies dans l'application : informer ou orienter ?

L'étude interroge les modalités d'articulation éventuelle des images reproduites (virtuelles) avec les « images » matérielles (ce que voient les visiteurs sur place¹²). Ce point éclaire les modalités de construction des représentations à la fois des œuvres d'art exposées mais aussi, plus globalement, les représentations que les publics développent sur le patrimoine en général, ce qui est doublement connoté dans ce cas d'étude par les rapports socio-culturels à la ruralité et au religieux. Cela est d'autant plus prégnant dans ce projet qui était porteur à l'origine d'une volonté de recréer l'expérience du pèlerinage avec les étapes-visites¹³. Dans le cas de *Sésame*, dans la Nièvre, plusieurs églises sur le chemin de Compostelle ont ainsi été équipées. L'application, si elle n'est pas encore accessible au grand public, va être proposée à des groupes de pèlerins pour en réaliser les tests de fonctionnement technique et d'évaluation des attentes des visiteurs.

Ces images numériques, les photographies d'édifices et de leurs décors notamment, que ce soit dans les applications ou les portails internet auxquelles elles renvoient éventuellement, ne sont pas utilisables par les usagers chercheurs scientifiques. Pourtant, depuis l'informatisation de la base Mérimée, les bases de données d'images publiques qui se déve-

12. — Il convient ici de mettre en tension les différentes portées sémantiques du mot « image » : une différence est opérée entre image matérielle et image mentale dans les *Visual Studies* (Bartholeyns, 2016) découlant des problématiques en sémiologie visuelle et en anthropologie de l'image chez les Anglo-saxons (*image/picture*).

13. — Cette perspective est ainsi à comparer avec le projet italien de *Chiese a porte aperte*. Voir par exemple : Barot, A. (2023, 29 mai). Une application pour ouvrir les portes des églises fermées au public. *Le Pèlerin*. <https://www.lepelerin.com/patrimoine/patrimoine-religieux/une-application-pour-ouvrir-les-portes-des-eglises-fermees-au-public-7457>

3.2. Une interactivité limitée

14. — Ici les exemples sont tirés du groupe Facebook « *Amatori del romanico e del gotico in Piemonte* » sur des posts parlant de l'application italienne, des visites de terrains en compagnie des bénévoles de l'association Travers'Arts dans les Hautes-Alpes et d'un échange impromptu avec le prêtre de Migennes dans l'Yonne qui a évoqué la mauvaise luminosité et la nécessité d'attendre les « beaux jours ».

d'illustration et de géolocalisation dans un usage des images qui évoque la fonction *street view* de Google Maps¹⁵.

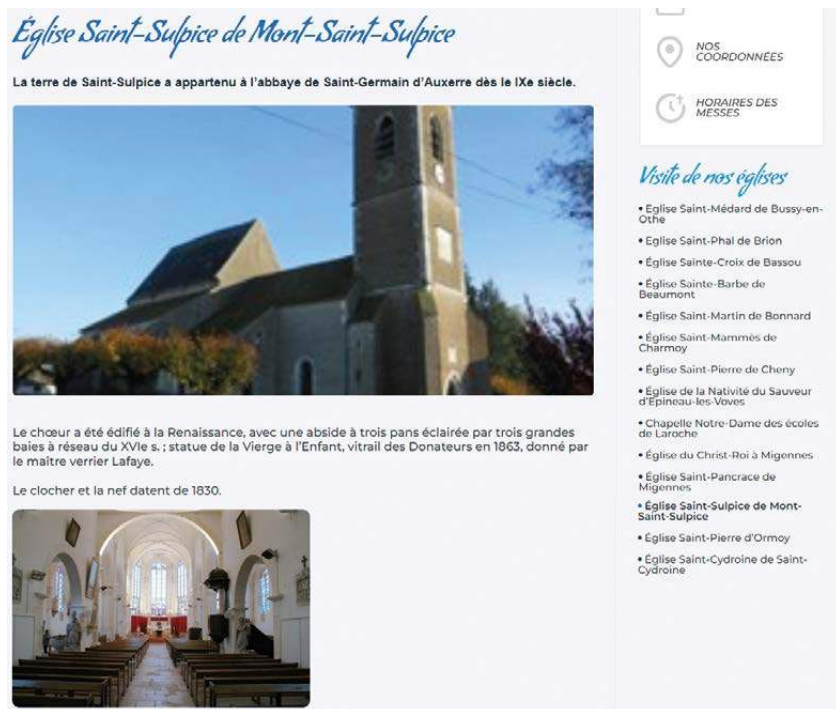


Figure 3 : Photographies de l'église de Mont-Saint-Sulpice sur le site internet des paroisses de l'Yonne © yonne.catholique.fr

Dans le cas de *Sésame*, par la formation en télécommunication des acteurs, il y a la conviction que le but de l'outil numérique est la mise en accès et non le remplacement « faute de mieux¹⁶ ». Il faut noter dans les deux cas, et cela malgré l'investissement technique pour *Patrimoine Hautes-Alpes*, des images sous-exploitées, de lecture médiocre et d'une navigation malaisée (flèches directionnelles inopérantes¹⁷). Tant dans

15. — Suivant ce raisonnement, l'application *Patrimoine Hautes-Alpes* a refusé l'équipement de serrures connectées au profit de la captation à 360°, ce qui a été coûteux, n'a pas attiré les offices du tourisme et agents du patrimoine des communes ni les publics locaux ou extra-régionaux, la communication du projet ayant été aussi minimale.

16. — Entretiens avec Jean-Christophe Bonnard, délégué à la Fondation du patrimoine pour la région Bourgogne-Franche-Comté, le 26 octobre 2023, et avec Jean-Paul Cottet, délégué de la Fondation Polytechnique et consultant sur le projet, le 12 décembre 2023.

17. — Exemple sur le portail : <https://patrimoine.hautes-alpes.fr/home/fiche/2951/595440/pcu>

les corpus de médias que dans les propos des testeurs ou des usagers sur les réseaux sociaux, aucun commentaire ne parle des images utilisées. Celles-ci ne semblent pas être considérées comme une possible augmentation de la visite ni comme susceptibles d'offrir un accès à des parties informationnelles insoupçonnées des biens exposés (Lincoln, 2020). Partant de l'exemple de l'espace Gigapixels du Palais des Beaux-Arts de Lille (Blondeau *et al.*, 2020), on pourrait pourtant envisager la reprise du modèle des visites virtuelles de lieux isolés, comme les chapelles de campagne et de montagne, pour faciliter la lecture des œuvres comme les peintures murales de Migennes, ou encore accéder à des parties fragiles ou inaccessibles comme les charpentes, les *Westwerks*, les cryptes, etc.

4. Les applications numériques comme dispositif

Sésame, contrairement à *Chiese a porte aperte* (avec une multiplication des photographies et leur adaptation partielle aux handicaps visuels) ou *Patrimoine Hautes-Alpes* (avec les visites vidéo virtuelles), n'investit pas son application comme une interface visuelle. Le jeu entre la virtualité de l'accès et la matérialité de la visite ne met pas en narrativité le bien patrimonial. Les substituts photographiques à but illustratif ne permettent pas de (re)créer une expérience de visite et n'apportent pas non plus de dimension auratique (Klein et Lemay, 2014). Au contraire, c'est tout l'*apparatus* de sécurité, et la communication faite autour de cet objectif qui donnent à penser que ce ne sont que les pratiques attendues du « respect » du patrimoine qui sont reconduites, correspondant alors aux attentes énoncées par les porteurs du projet. Ces derniers souhaitent avant tout donner un accès, tout en protégeant les édifices et les objets qu'ils contiennent des vandalismes constatés auparavant (Vidal et Laroche, 2016).

4.1. Le substitut numérique comme clé

Contrairement à la mise en récit de l'utilisateur comme aventurier, découvreur, intime du patrimoine, qui opère par exemple dans *Chiese a porte aperte*, les nouvelles technologies telles qu'elles sont pour l'instant mobilisées dans *Sésame* ne placent pas les récepteurs dans une posture active (Bourdaa, 2022). Si la serrure connectée donne une maîtrise susceptible d'appropriation à un public local, le dispositif global n'offre pas une maîtrise de l'accès à l'information touristique. Pourtant, en sollicitant les bénévoles et actifs des paroisses et des communes, comme quand ils proposent leurs photographies pour alimenter l'application (à Mont-Saint-Sulpice), on peut envisager la possibilité pour les usagers de s'emparer de leur patrimoine dans une logique propre aux droits culturels.

L'analyse de ces photographies montre la volonté de fabriquer des représentations valorisantes de leur patrimoine et une mise en exergue de ce qui prime pour ces publics, dans le cas des paroisses, la dimension esthétique, œcuménique et accueillante des églises. La sélection et la multiplication de ces substituts visuels sont en décalage parfois avec la réalité de la visite et indiquent des investissements socio-culturels symboliques (l'esthétisme, la spiritualité, la pause, le passé, la mémoire) dans la reconfiguration éventuelle du patrimoine que permet le support numérique (Tardy et Renaud, 2015). Dans la matérialité de celle-ci, difficile de « photoshoper » les mauvais éclairages, les encombrements ou les signes de délaissement telles les poussières et les fleurs desséchées. Cela dénote, d'une part, une volonté de communiquer par l'image une attractivité, contrastant avec le rôle plutôt illustratif et géolocalisant de l'application. Cela questionne, d'autre part, les applications numériques du patrimoine comme réellement capables de se substituer aux relations entre les acteurs du patrimoine et les publics.

4.2. Une alternative combinatoire

Très récemment, nous avons été sollicitée pour conseiller un micro-projet interrégional pour la valorisation des chemins de Compostelle, développé en ce moment par le service des musées et du patrimoine culturel de la province de Namur en Belgique (Cailloux, 2024). Là aussi, le dispositif en cours de développement réfléchit à la mise en accès d'édifices patrimoniaux fermés au public, mais ne semble pas s'orienter vers le choix des serrures connectées. Au contraire, c'est plutôt l'imaginaire du pèlerinage qui est investi avec une virtualisation de l'expérience de l'itinérance, avec, en cours de réflexion, des équipements audios et éventuellement visuels autour des artisanats et des figures représentatives de la route et des régions traversées en Belgique et en France. Ces substituts seraient accessibles sur place via une activation QR Code, avec des bornes interactives (totems), redirigeant vers une application dédiée à distance.

On voit dans tous ces cas – les quatre applications en cours de déploiement ou seulement de conceptualisation –, en réalité une métaphore se dessiner, où le substitut numérique n'est pas celui imputé initialement. En effet, il y a ici en commun le paradoxe d'une application développée à l'origine pour accéder à un patrimoine inaccessible, proposer une médiation documentaire numérique potentielle substitutive des actions d'animation culturelle (Fabre, 2012). Les porteurs de projet démontrent une volonté de médiation avec les publics par des tentatives de plasticité interactive, perçue comme inhérente aux nouvelles technologies. On

Conclusion

Néanmoins, en l'état des projets, force est de constater un substitut non pas du bien mais de son accès : la clé virtuelle comme résolution de l'accès au patrimoine, reconduisant un imaginaire des capacités « surnaturelles » des nouvelles technologies et renforçant le rapport à la route, toutes ces applications capitalisant, de manière plus ou moins marquée, sur l'« aura » du pèlerinage (Flichy, 2001).

19. — de Torsiac, P. (2024, 29 janvier). « Sésame », une serrure connectée pour visiter les églises fermées. *RCF Radio*. <https://www.rcf.fr/actualite/lactu-chretienne>

Bibliographie

- BARTHOLEYNS, G. (2016). Un bien étrange cousin, les *visual studies*. G. Bartholeyns (dir.), *Politiques visuelles*. Les Presses du réel, 5-28.
- BARDIOT, C. ET RUIZ, É. (2022). Ce que le numérique fait aux corpus. Introduction. C. Bardiot, E. Dehoux, E. et É. Ruiz (dir.), *La Fabrique numérique des corpus en sciences humaines et sociales*. Presses universitaires du Septentrion.
- DE BIDERAN, J. ET FRAYSSE, P. (2015). Guide numérique et mise en scène du territoire, entre médiation patrimoniale et stratégie de communication touristique. *Études de communication*, 45, 77-96. <https://doi.org/10.4000/edc.6464>
- BLONDEAU, V., MEYER-CHEMENSKA, M. ET SCHMITT, D. (2020). Le design de l'expérience au musée : nouvelles perspectives de recherche. *Culture & Musées*, 35, 107-131.
- BOURDAA, M. (2022). La narration augmentée au service du patrimoine : recherche et expérimentation. J. Deramond, J. de Bideran et P. Fraysse, *Scénographies numériques du patrimoine : expérimentations, recherches et médiations*. Éditions universitaires d'Avignon, 225-254.
- CAILLOUX, M. (2024a). L'équipement info-documentaire des chapelles peintes des Alpes Occidentales : comparaison de deux dispositifs numériques. M. Gill et P. Hallot (dir.), *Œuvres d'art et numérique : collaborations, limites, apports mutuels à la connaissance et à la médiation*. Publications de l'IRHIS.
- CAILLOUX, M. (2024b). L'ouverture technologique du patrimoine esthétique : créations, performances et prescriptions. C. Benelvaz et D. Lagorgette, *L'art dans les lieux publics*. Presses Universitaires Savoie Mont Blanc (sous presse).
- CAILLOUX, M. (2024c). Dispositifs de narration patrimonialisée : une activation des images anciennes par les nouvelles technologies ?. *Communication & langages* (accepté).
- CAILLOUX, M. (2016). Images numériques & banques d'images en ligne. Pratiques des enseignants-chercheurs en Sciences humaines et sociales. *AIDAInformazioni, rivista semestrale di Scienze dell'Informazione*, I-2, 34, janvier-juin, 85-94.
- CAILLOUX, M. ET SYLLA, C. (2024). Sur la route. Penser un accès équipé du patrimoine de pèlerinage au prisme des nouvelles technologies. C. Alcantara et A. Rucquoi (dir.), *Les chemins de Compostelle, itinéraire culturel européen et patrimoine mondial. Histoire, enjeux et perspectives*, 4-5 avril 2023, Toulouse. Presses de l'université Toulouse Capitole.
- COTTE, D. (2011). *Émergence et transformation des formes médiatiques*. Hermès Lavoisier.
- DAVALLON, J. (2014). À propos des régimes de patrimonialisation : enjeux et questions. *Patrimonialização e sustentabilidade do patri-*

- mónio: reflexão e prospectiva, 27-29 novembre 2014, Lisbonne, Université nouvelle de Lisbonne. <https://shs.hal.science/halshs-01123906/document>
- DERAMOND, J., DE BIDERAN, J. ET FRAYSSE, P. (2020). *Scénographies numériques du patrimoine*. Éditions Universitaires d'Avignon. <https://books.openedition.org/eua/4452>
- DESPRÉS-LONNET, M. (2000). *Contribution à la conception d'interfaces de consultation de bases de données iconographiques. Sciences de l'information et de la communication*. Thèse de doctorat. Université Charles de Gaulle – Lille 3.
- FABRE, I. (2012). Médiation documentaire et culturelle dans le musée. *Communication & langages*, 3, 83-99. <https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2012-3-page-83.htm>
- FLICHY, A. (2001). La place de l'imaginaire dans l'action technique : le cas de l'internet. *Réseaux*, 5, 52-73. <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2001-5-page-52.htm>
- KLEIN, A. ET LEMAY, Y. (2014). Les archives à l'ère de leur reproductibilité numérique. J. Boustany, É. Broudoux et G. Chartron (dir.), *La médiation numérique : renouvellement et diversification des pratiques. Actes du colloque Document numérique et société, Zagreb 2013*. De Boeck, ADBS, 37-50. <https://www.calameo.com/books/000015856b5fcd70ac849>
- LINCOLN, M. (2020). Encore un autre substitut numérique ? La vision par ordinateur et l'avenir des systèmes de gestion des collections. C. Bardiot et E. Château-Dutier (dir.), #dhnord2020. *La mesure des images : approches computationnelles en histoire et théorie des arts*, 17-20 novembre, Lille, MESH. https://www.meshs.fr/page/encore_un_autre_substitut_numerique_la_vision_par_ordinateur
- MANDARANO, N. (2009). Comunicare con le Nuove Tecnologie: le postazioni multimediali nei musei romani. *Rivista On Line di Storia dell'arte, del Dipartimento di Storia dell'Arte dell'Università di Roma « La Sapienza »*, 10, 149-157.
- RECHT, G. (2019). L'accueil des visiteurs dans les églises du Trentin. *Archives de sciences sociales des religions*, 173, 201-218. <http://journals.openedition.org/assr/27619>
- TARDY, C. (2012). *Représentations documentaires de l'exposition*. Hermann.
- TARDY, C. ET RENAUD, L. (2015). Pratiques d'espace. Les médiations des patrimoines vers la culture numérique ?. *Études de communication*, 45, 7-14. <https://doi.org/10.4000/edc.6496>
- VIDAL, G. ET LAROCHE, F. (2016). Modélisation du patrimoine : usages et enjeux des applications numériques. *9e Journées d'études TIC. IS-TIC Information et stratégies, juin 2016, ICHEC*. <https://hal.science/hal-01398501>

L'image numérique en archéologie : de l'adjuvant de recherche à la production d'imaginaires touristiques

*Digital images in archaeology: from research aid
to tourism imaginaries*

Camille Bernetière

Elico, IUT Jean Moulin Lyon 3

camille.bernetiere-lebeaux@univ-lyon3.fr

Cet article étudie les images numériques, considérées comme des substituts du patrimoine archéologiques, produites successivement à Vienne (38). Alors que ces images proviennent d'un seul et même référent, leur fabrication suppose des choix et réfère à des valeurs qui en régissent la production. Nous choisissons donc de comprendre la fabrication de ces images à partir des justifications qui en sont faites. Ainsi, après avoir retracé les strates de leur fabrication, nous montrons comment ces dispositifs de médiation font coopérer une diversité d'acteurs qui, en charriant tout un ensemble de représentations et des intérêts multiples, les configurent d'une manière spécifique.

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

Mots-clés : substitut numérique, archéologie, imaginaires touristiques, justification

This article analyzes successive digital images produced in the French city of Vienne (southeastern Isère département) as substitutes for archaeological heritage. While these images each originate from the same referent, their production supposes choices and underlying values which govern their production. We explore the production of these images by considering the modes of their justification. After tracing the layers of their production, we show how these images as mediation devices bring together a diversity of actors, representations and interests which shape each image in a specific way.

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

Keywords: digital substitute, archaeology, tourism imaginaries, justification

En parallèle, le ministère de la Culture construit une collection numérique nommée *Les grands sites archéologiques*, qui intègre dès ses débuts des représentations numériques du patrimoine viennois. Sur le site web² mis en ligne en 1999 et toujours disponible se trouvent photographies, dessins, plans et gravures, consultables via une « visite virtuelle », un « musée imaginaire », une « archéologie dans la ville » et un « guide pratique » qui l’inscrivent dans une perspective de médiation documentaire (Gardiès *et al.*, 2012) à destination d’un public non expert. Cette initiative ministérielle envisage les technologies de l’information et de la communication comme des outils d’opérationnalisation de la démocratisation culturelle, par l’accessibilité aux savoirs grâce à la dématérialisation des contenus (Théobalt, 2001³).



cadre d'une politique de mutualisation des moyens, pour être exploitées dans plusieurs contextes : une application mobile, un film et des images en réalité virtuelle, également comme contenus supplémentaires de la bande dessinée *Les Voyages d'Alix : Vienna* (Bouchard *et al.*, 2011), accessibles par un QR Code.

Nous considérons ces images comme des substituts numériques, « autrement dit un support se substituant à la présence physique de l'objet patrimonial, que ce soit pour permettre son étude sans risquer sa dégradation ou plus communément pour accompagner l'élaboration des savoirs liés à l'inventaire des collections » (Tardy, 2015). Considérant la logique de représentation mobilisée dans l'écrit d'écran, l'image produite « assure un rôle de substitut : [l'écrit d'écran] représente par un principe de mimétisme, mais surtout opère comme mise en présence de l'absent ou de l'imperceptible » (Renaud, 2020).

Après avoir retracé plus précisément les strates de fabrication de ces images multiplateformes implémentées dans une application mobile de visite patrimoniale, un film diffusé dans les lieux touristiques de la ville et une application de réalité virtuelle non commercialisée⁴, nous montrerons comment ces dispositifs de médiation font coopérer une diversité d'acteurs (archéologue, agence de développement, acteur politique et touristique) qui, en charriant tout un ensemble de représentations, d'enjeux et d'intérêts multiples, analysés comme des « systèmes de valeurs » (Boltanski et Thévenot, 1991), configurent les images numériques en question.

1. Pour une histoire de la substitution : retour sur la chronologie des projets viennois

Il est intéressant de constater que les restitutions archéologiques classiques (gravure, dessins, plans, maquettes) et les reconstitutions numériques sont étroitement liées en termes chronologiques sur le territoire viennois. Dans ce processus de fabrication de substituts, nous retrouvons les trois grandes entrées de la « fabrique du regard » proposées par Monique Sicard (1998) : « le gravé, le photographié, l'imagé ».

Bien sûr, les techniques plus classiques auront précédé les technologies plus modernes, afin de garder traces des découvertes des fouilles dans les années 1970 : ainsi, la maquette monumentale (1996) du musée de Saint-Romain-en-Gal⁵ précède – mais de peu – la constitution d'une base de

4. — Cette étude de cas spécifique est issue d'un corpus construit dans le cadre du projet AP-PAT (Applications mobiles de visite de sites patrimoniaux – N. Navarro, 2020-2022).

5. — La commune de Saint-Romain-en-Gal (69) se situe sur la rive droite du Rhône, en face de la ville de Vienne. Elle appartient à la communauté d'agglomération Vienne Condrieu Agglomération.

Il nous semble que cette chronologie des dispositifs incarne le glissement depuis une restitution vers une reconstitution :

Ainsi, et comme le précise Marie Després-Lonnet,

Ces dispositifs font ainsi circuler dans l'espace social des images numériques de l'époque gallo-romaine et mettent en exergue leur polychrésie, entendue comme leur capacité à « soutenir différentes logiques sociales et de correspondre à plusieurs usages différents à la fois » (Jeaneret, 2014, 14). Alors qu'elles sont construites à partir d'un seul et même référent, en l'occurrence ici la ville de Vienne, leur fabrication suppose des choix et se réfère à des valeurs, qui guident et régissent la production. On peut ainsi énoncer, comme le propose Marie Després-Lonnet dans le cas de Bibracte, que :

6. — <https://archeologie.culture.gouv.fr/fr/la-collection-grands-sites-archeologiques>
7. — Entretien avec l'archéologue en charge de ces deux projets, 1^{er} mars 2022.
8. — <https://www.youtube.com/watch?v=8jKiAOLM9Pg>

« la mise en valeur d'un site archéologique touristique fait l'objet d'une négociation constante entre les différents acteurs qui y interviennent. Les personnes que nous avons rencontrées sont portées par une ambition commune de "révéler l'invisible" et une volonté partagée de mettre le site en valeur. Cependant, les objectifs que poursuivent les uns et les autres reposent sur des visions différentes et parfois opposées de ce qu'il convient de mettre en visibilité et la manière d'y parvenir. » (2014, 104).

Nous choisissons de comprendre la fabrication des images à partir des « justifications » qui en sont faites. Dit autrement, nos efforts vont se concentrer sur l'étude des processus de fabrication de ces images numériques depuis leur contexte de production jusqu'à leur diffusion.

« Le choix des prises de vue, la mise en série de certaines photographies, les descriptions documentaires sont autant de manières pour chaque acteur de construire sa propre représentation du site. Ce sont également des processus de légitimation. Chaque mise en projet fonctionne comme un miroir qui renvoie l'image de la place que chaque groupe social occupe sur le site ainsi qu'aux normes en cours dans ce groupe » (Després-Lonnet, 2014, 105).

À des fins d'analyse, nous identifierons ces « logiques sociales » plutôt comme des « valeurs » telles que Nathalie Heinich l'entend : « la résultante de l'ensemble des opérations par lesquelles une qualité est affectée à un objet, avec des degrés variables de consensualité et de stabilité. Ces opérations sont fonction à la fois de la nature de l'objet évalué, de la nature des sujets évaluateurs et de la nature du contexte d'évaluation » (2017, 296). La perspective sociologique de la « théorie des conventions » (Boltanski et Thévenot, 1991) nous invite à nous intéresser aux systèmes d'équivalence plus ou moins partagés entre les mondes sociaux desquels sont issues les différentes parties prenantes de la fabrication de ces images numériques. Nous retenons ici, parmi les six « cités » proposées par les auteurs (auxquelles sera ajoutée la « cité par projets » en 1999), la « cité inspirée », la « cité industrielle » et la « cité de l'opinion », qui construisent le fil conducteur de notre article. La première privilégie l'originalité, l'imagination, en donnant du sens à l'action créatrice et en restant fidèle à sa propre inspiration (notion d'authenticité) ; pour la deuxième, le principe supérieur commun est l'efficacité (comparaison des performances, des productivités), quand la troisième s'appuie sur la grandeur particulière de la renommée. Nous verrons que dans ce cas, les images agrègent des affects et des représentations sociales à l'origine de la production

d'imaginaires, favorisant l'apparition d'une « cité marchande » articulée autour de la mise en valeur touristique du territoire viennois tout entier.

La méthodologie déployée pour analyser ces justifications est multiple et inclut une analyse sémiotique des images numériques produites et configurées par les différents dispositifs à partir des travaux de Lise Renaud (2020), l'étude des discours d'accompagnement des dispositifs numériques sur les plateformes de téléchargement et dans la presse, ainsi que la réalisation d'entretiens auprès des acteurs impliqués (archéologue, agence de développement, acteur politique et du tourisme).

2. L'image numérique comme adjuvant de recherche archéologique

L'archéologie, en tant qu'elle étudie des vestiges, des traces, voire de l'absence, se sert historiquement de l'image (plan, dessin, photographie) pour restituer l'objet ou documenter son « parcours [...] de la fouille à la communication publique » (Trouche et Flon, 2013).

L'imagerie permet d'abord de documenter les découvertes archéologiques. Les images représentées sur ou par les objets archéologiques (céramique, statue, mosaïque...) sont une première source d'informations quant au passé historique, aux mœurs, aux personnages importants. Dès le ^{xvii}^e siècle, la documentation archéologique s'outille pour viser une représentation la plus fidèle possible de l'objet original.

« Les conventions et les règles de représentation se construisent peu à peu, et la complémentarité du plan, de la coupe et de l'élévation s'affirme. Le rendu graphique rend compte de l'observation de plus en plus précise, s'éloignant du dessin artistique pour adopter la rigueur du tracé technique. Et enfin, l'habillage de la figure s'enrichit progressivement pour répondre aux exigences scientifiques croissantes. » (Eusèbe, 2019).

Les restitutions s'affinent encore, intégrant « des symboles venant de l'architecture et de la cartographie », et bénéficiant « de plus en plus rapidement des avancées technologiques. [...] La technologie numérique permet également de recourir plus facilement que par le passé à la photographie, notamment comme aide au relevé, en évitant la prise des mesures et leur report » (Eusèbe, 2019). Or, la chronologie des projets viennois montre une production successive de substituts numériques. La photographie numérique, les scanners laser et la photogrammétrie⁹ favorisent une documentation précise et détaillée des sites archéologiques.

9. — Technique qui consiste à déterminer la forme, les dimensions et la situation d'un

objet dans l'espace à partir de plusieurs prises de vues photographiques ou de rayonnement laser.

« des architectes et des artistes [...] théoris[ent] et diffus[ent] les règles sur les projections et la perspective centrale, [et] rendent possible le report des grandeurs, des proportions et de ce qui caractérise l'objet à représenter. Ils ébauchent en outre la démarche de l'archéologue, en fouillant, mesurant et dessinant les vestiges de Rome, en plan et élévation, pour en comprendre la construction » (Eusèbe, 2019).

« je me fais aligner régulièrement par des grands spécialistes, parce que moi je vais plus loin [...]. Bien évidemment, plus on prend de risques, plus on s'expose, plus on restitue, plus on s'expose. C'est le gros problème des restitutions de couleurs. On reste dans le mythe de la Grèce blanche, c'est affolant¹¹. »

11. — L'italique est utilisé dans le texte pour les citations d'entretiens. Dans le but d'éviter les répétitions, nous précisons ici les dates des trois entretiens réalisés avec l'archéologue : 01/03/2022; avec l'agence de développement : 03/02/2022; et enfin avec le président de l'office de tourisme : 09/02/2022.

Enfin, les images numériques ont pour intérêt de pouvoir être modifiées facilement, au gré des avancées scientifiques : « il ne faut pas attendre de tout avoir pour représenter les choses mais proposer ce qui est le plus probable et le plus logique. Le contrôle se fera *a posteriori* par la poursuite des découvertes archéologiques » (Golvin, 2017, 60-61). L'archéologue le rappelle encore :

« on avait proposé de faire un musée numérique mais le Conseil général et les élus ont eu peur. [...] Pour moi, ça a été une grande déception, parce que du coup on a fait beaucoup de maquettes [...] avec la connaissance qu'on en avait à l'époque. Le problème c'est que ces maquettes, elles sont figées, alors que le numérique, on peut évoluer, en 3D, rajouter des choses. »

S'incarnent alors dans cet entretien les valeurs de la « cité inspirée » (Boltanski et Thévenot, 1991) dont les actions sont guidées par un principe supérieur d'innovation :

« c'est complètement nouveau dans la collection, ça sera la première avec une maquette qui ressemblera à celle-ci, mais avec des apports technologiques, des puces ; avec les moyens du bord, on a fait quelque chose qui est quand même pas trop mal et innovant pour une ville comme Vienne »,

et de nouveauté (« *première action numérique; on va faire des trucs nouveaux*¹² »). Dans cette cité, les valeurs de référence sont l'inspiration, la création ou encore l'imagination, justifiées notamment par la passion. Ainsi et dans ce contexte, le bricolage induit par la fabrication de ces substituts numériques pose la question de la vraisemblance, du plausible plus que de la vérité scientifique ou de l'authenticité.

Ce premier temps, consacré plus spécifiquement aux restitutions en images de la recherche par la modélisation 3D, met en évidence l'imbrication des enjeux et des stratégies d'acteurs *a priori* inconciliables, entre restitution et médiation « permet[tant] d'accompagner le public dans la compréhension de ce patrimoine » (Puchal et Ortiz, 2020). Nous retrouvons ainsi les constats faits par Jessica de Bideran (2012, 79) reprenant les travaux de Jean Davallon (1991) qui indique que « deux régimes communi-

12. — Extraits d'entretien avec l'archéologue, 1^{er} mars 2022.

cationnels s'opposent » puisque d'un côté, « l'image doit pouvoir devenir un support de discussion, une activité communicationnelle à l'intérieur du groupe des spécialistes » quand de l'autre côté, elle « instaure une relation [...] entre le sujet et un ailleurs, une autorité transcendante... ».

3. L'image numérique industrialisée au service de la médiation culturelle

Une deuxième strate de valeurs apparaît, la « cité industrielle » (Boltanski et Thévenot, 1991) aux côtés de l'agence de développement chargée de fabriquer techniquement ces images numériques. Pour elle, alors récemment installée à Vienne, il s'agit de se faire connaître : le patrimoine et ses médiations, au cœur d'enjeux numériques (Sandri, 2020 ; Sandri et Appiotti, 2020 ; Pianezza *et al.*, 2019) semblent être une piste porteuse pour promouvoir un savoir-faire technique, tout en confortant une position sur ce territoire labellisé « Ville d'art et d'histoire » depuis 1990. Aussi, l'agence crée-t-elle une application mobile de visite patrimoniale payante intégrant de la modélisation 3D, « *la toute première application dans ce genre* » envisagée comme un dispositif innovant de médiation numérique (Navarro et Renaud, 2019) qu'elle cherchera à vendre plus tard à la municipalité : « *on a fait beaucoup plus que ce qu'ils ont demandé avec l'espoir qu'ils nous fassent une autre commande. On doit se concentrer sur les projets qui nous font manger* ». Ce dispositif fonctionne presque comme un produit d'appel dans une stratégie d'entreprise et est valorisé comme référence, lors des réponses aux appels à marchés publics par exemple.

La réalisation par modélisation 3D repose dans ce cas sur la photogrammétrie. Ainsi que l'explique Eusèbe (2019),

« [l]es premières images issues d'une modélisation 3D sont produites par des cabinets de géomètres ou des entreprises spécialisées. Ce sont en général des impressions écran de la maquette numérique (donc une vue en perspective sans point de fuite) qui ne présentent pas l'habillage conventionnel (échelle et orientation en particulier) ».

L'agence de développement a ainsi réalisé une couverture photographique des différentes maquettes présentes au musée de Saint-Romain-en-Gal pour reconstituer la ville et ses bâtiments. Cette technique compte deux avantages : rapide, elle est aussi peu onéreuse. Et ce deuxième aspect constitue le nerf de la guerre : puisque l'application est un produit d'appel, sa réalisation doit répondre à des contraintes budgétaires très strictes, qui contraignent également l'« énonciation numérique patrimoniale » (Renaud, 2020).

Pour mener à bien le travail d'analyse sémiotique de l'application¹³, nous utilisons les catégories proposées par Lise Renaud (2020) à partir du travail d'Émilie Flon et Yves Jeanneret (2012). Ainsi, l'application Vienne Antique 3D propose-t-elle une « posture perceptive » pour l'interprétation patrimoniale à la fois « sélective » et « comparative » du patrimoine antique : d'une part, elle présente uniquement quelques bâtiments de la ville (« sélection de points saillants ») et d'autre part, elle permet à l'utilisateur de comparer les reconstitutions aux vestiges présents aujourd'hui dans la ville. L'application reprend le modèle de la visite libre, puisqu'elle fournit des informations sur six différents bâtiments antiques, mais le visiteur peut consulter le contenu comme il le désire, dans l'ordre qu'il souhaite.

En entrant dans la rubrique des « Monuments 3D », l'utilisateur accède en premier lieu à une « posture globalisante », adoptant une vue en hauteur de la ville de Vienne, et déjà « sélective », puisque des pointeurs rouges indiquent les six bâtiments qui peuvent être explorés : le cirque, l'odéon, le théâtre, la salle d'assemblée, les arcades du forum et enfin le temple d'Auguste et de Livie. La technique employée est issue des jeux vidéo : l'utilisateur se déplace dans le monde reconstruit, pénètre dans les bâtiments, traverse les murs et peut sauter directement d'un point A à un point B. Les images numériques reconstituant les bâtiments en modélisation 3D sont également fabriquées à partir d'un moteur de jeu multiplateforme : Unity, qui se présente comme une « référence mondiale en matière de création et d'exploitation de contenu 3D interactif en temps réel (3DTR¹⁴) ». En effet, l'habillage est sélectionné dans une banque de données, puis retravaillé par l'agence de développement qui transforme, corrige selon les consignes données par l'archéologue qui intègre, quant à lui, les codes de représentation. Se retrouve alors la bipartition classique des expertises : scientifique d'une part, et technique de l'autre (Navarro *et al.*, 2023).

La « cité industrielle » a comme valeur de référence l'efficacité, le savoir et le savoir-faire. Dans ce contexte, l'agence de développement puise dans des arguments de performance (productivité-rentabilité) pour justifier les choix qui régissent la fabrication des images numériques. Lors de l'entretien, l'archéologue nous apprend ainsi qu'ils n'ont pas pu « *mettre de personnage. Parce qu'un personnage c'est trop cher. [...] Unity, c'est un logiciel, [une] banque de données pour jeux vidéo. Vous achetez*

13. — Nous remercions Jeanne Pleau, pour ce travail d'analyse réalisé dans le cadre d'un stage de master, financé par le projet AP-PAT.

14. — <https://unity.com/fr/our-company>

un temple romain, vous achetez un personnage d'un sénateur. » L'absence de personnage dans les lieux modélisés favorise aussi la circulation d'un « fantasme de visite qui positionne le lecteur-visiteur dans un rapport d'exclusivité avec l'objet patrimonial représenté » (Renaud, 2017, 78).

Dans cette fabrique de substituts numériques, la question de la validité scientifique n'est pas au cœur du propos : « Si l'on aborde de front la question de la reconstitution, on constate que les auteurs veulent avant tout créer une réalité et non pas "reconstituer" ou "reconstruire" le passé proprement dit » (Bartholeyns, 2010, 54). Un bricolage est opéré par l'achat au détail de bâtiments, de structures, de personnages qui seront ensuite modifiés, et ce bricolage vise plutôt l'évocation d'un passé possible, une vraisemblance avec les codes de représentations qui circulent déjà (nous pensons ici aux représentations imagées de Jean-Claude Golvin par exemple) plus qu'une forme de vérité scientifique. L'archéologue confirme :

« là, par exemple sur la vidéo, l'échafaudage c'est sur un site médiéval. Donc on bricole, [...] en achetant des trucs comme ceci, et après on les transforme, on corrige parce que de temps en temps, il y a des grosses conneries architecturales dans ces jeux vidéo, etc. Mais les banques de données, les mecs ils ont fait leur vidéo, ils le mettent en ligne et on rachète ça pour 10 euros le temple, etc. »

Et cette question semble devenir d'autant plus centrale, lorsque le substitut est réapproprié dans le cadre d'une communication touristique territoriale.

4. L'image numérique comme outil stratégique de positionnement concurrentiel

Bien que l'application *Vienne Antique 3D* produite par l'agence de développement n'ait pas trouvé d'acheteurs auprès de la municipalité, elle lui aura permis d'être identifiée et reconnue pour ses compétences techniques. En 2016, soit quatre ans après la création de l'application, le conseiller municipal chargé du patrimoine et du tourisme – également président de l'office de tourisme – commande à l'agence un « film immersif » à visée promotionnelle. Cette demande n'arrive pas dans un contexte anodin : tout d'abord, la ville connaît un changement d'équipe municipale en 2014 ; ensuite, « plusieurs évolutions réglementaires vont redistribuer les cartes, telle la loi NOTRe de 2015 qui engage plus fortement les collectivités à travailler de concert une compétence "tourisme" transférée localement aux intercommunalités » (Bernetière-Lebeaux et Navarro, 2023, 31). Ainsi,

« dans un contexte économique globalisé mais aussi de décentralisation accentuée, les acteurs des territoires ont intégré une exigence, voire une injonction : leur territoire doit être identifié, lisible et référencé afin de négocier leur positionnement vis-à-vis des autres territoires (Chamard, 2013). » (Bougeard-Delfosse *et al.*, 2021, 7).

Pour la Ville de Vienne, qui promeut notamment son patrimoine archéologique gallo-romain (Musée et site gallo-romain de Saint-Romain-en-Gal, vestiges archéologiques dans la ville tels que le temple d'Auguste et de Livie ou le théâtre, Musée des beaux-arts et d'archéologie), il s'agit de revenir « *sur le triptyque romain de France : Arles, Nîmes et Vienne aussi*¹⁵. » En effet, Arles et Nîmes ont toutes deux des monuments inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco pour revendiquer leur romanité : la première depuis 1981, la seconde depuis 2023¹⁶, quand Vienne ne s'est pas positionnée à temps. Le conseiller municipal l'explique :

« on arrive derrière, il y aurait fallu le faire en 2000, 2005 [...]. Le maire de l'époque m'avait demandé un dossier, [...] en 2001. [...] Je lui ai fait ça comme ça, pas à temps perdu parce que j'ai pris quand même un peu de temps, et puis je lui ai filé le dossier [...]. Et le dossier il a fini en classement vertical. »

Ce contexte concurrentiel entre les collectivités favorise le déploiement de stratégies territoriales, soutenues par toute une panoplie d'outils promotionnels afin de différencier chaque destination et d'attirer les touristes potentiels. Dans le cas viennois, alors qu'une nouvelle équipe municipale s'installe, il s'agit d'affirmer la position de la ville, à l'ombre de Lyon. Le choix s'est donc porté sur la réalisation d'un film mobilisant la modélisation 3D : « *je voulais qu'on ait un témoignage de ce qu'était Vienne à l'époque romaine, comment était la ville, puisque bon, globalement on connaît Arles, on connaît Nîmes, qui sont les deux villes un peu jumelles à Vienne.* »

Le budget étant contraint, la vidéo doit réutiliser les images numériques précédemment fabriquées pour l'application mobile et le site du ministère de la Culture, et cela implique aussi que l'agence de développement travaille à l'intégration de nouveaux bâtiments. Le scénario est construit sur les conseils scientifiques de l'archéologue, avec quelques attentes précises concernant certains points de vue de la part du conseiller municipal : un plan immersif dans le temple afin que le spectateur se trouve face à la *cella*, partie close du temple romain contre laquelle le film est projeté ; ou encore l'arrivée dans la ville, qui infère la présence

15. — Extrait d'entretien avec le président de l'office de tourisme, 09/02/2022.

16. — <https://www.unesco.org/fr>

d'un voyageur ou d'un touriste arrivant par le fleuve depuis Rome, tels les milliers de croisiéristes qui sont accueillis chaque année à Vienne. Pour le conseiller municipal, une application ne semblait pas pertinente : « *on a des touristes qui arrivent de Nouvelle-Zélande, d'Australie, des États-Unis, du Canada. [...] S'ils passent 20 minutes sur Internet dans une rue de Vienne, ça va leur prendre un mois de forfait, ça va leur coûter cher.* »

Le format vidéo semble ainsi pouvoir circuler plus facilement puisqu'il est diffusé à l'office de tourisme, dans le temple lors de visites guidées et librement sur la plateforme YouTube. Ces images numériques pourraient être qualifiées d'outils de médiation culturelle mais en ce qui concerne la justification de leur fabrication, il s'agit bien d'un outil de communication à visée promotionnelle pour « donner au public une idée accessible et attractive du patrimoine » (Golvin, 2017, 58) : « *quand vous avez un groupe d'Australiens, de Canadiens, la médiation ils s'en désintéressent totalement. Et nous on est là pour – vulgairement – un peu vendre la ville quoi. Pour leur montrer des choses intéressantes.* » La municipalité de Vienne souhaite revendiquer la singularité et la richesse de son patrimoine archéologique, au travers d'images numériques de modélisation 3D qui nourrissent, encore une fois, des représentations de la romanité. Par ailleurs, sur ces images voulues immersives reposent également des enjeux de narration (Lescop *et al.*, 2020). Le texte a été pensé par l'archéologue viennois et devait utiliser « *les mots de l'époque, que ça soit dit vraiment à la manière de l'époque, on découvrait pas Vienne, c'était "Viennae".* » Mais là encore se lisent les conflits de justifications de ces productions, puisque le conseiller municipal s'oppose à cette proposition, indiquant que ce dispositif s'adresse « *quand même à des touristes étrangers* » : il faut donc faire simple, pour que le propos soit compris. La narration valorise également les « monuments de prestige » de la ville, encore tout ou en partie visibles, en pointant « *les choses intéressantes* ».

Les images numériques produites et la narration corrélée, librement disponibles en ligne, visent à promouvoir à grande échelle la destination auprès de touristes français ou croisiéristes étrangers. Cette médiatisation « conforte l'ambiguïté d'un positionnement oscillant entre une volonté d'être perçu comme un lieu culturel et non touristique » puisqu'il s'agit ici de défendre la romanité de la ville qui n'a pas été labellisée comme ses deux jumelles concurrentes et « celle d'accroître la fréquentation par la séduction » (Renaud, 2017, 71) en ciblant plus spécifiquement les croisiéristes étrangers. La production de ses images est donc régie par des logiques d'actions visant la notoriété et la visibilité, telles que dans la « cité de l'opinion » (Boltanski et Thévenot, 1991).

5. L'image numérique, un substitut favorisant les imaginaires

Finalement, les images numériques produites sont constituées de strates de justifications, depuis la « cité inspirée » jusqu'à la « cité de l'opinion » en passant par la « cité industrielle ». Elles « donne[nt] une vision synthétique, claire et crédible de réalités complexes. [Leur] construction correspond à celle d'une "image-idée" que l'on peut considérer comme valable jusqu'à nouvel ordre » (Golvin, 2017, 63). Elles agrègent ainsi tout un ensemble d'affects et de représentations collectives, qui construisent des imaginaires de l'époque gallo-romaine. Cette notion d'« imaginaire » est employée de façon opérationnelle pour qualifier la construction et l'agencement de ces affects et de ces représentations collectives, comme moyen de conférer des significations et du sens, et ce par le biais des images. « Il s'agit de la construction d'une image mentale complexe qui ne se limite pas aux racines des formes visualisables mais concerne la mémorisation de tout ce qui a trait au sujet » (Golvin, 2017, 63). En nous appuyant sur la définition proposée par Jean-Jacques Wunenburger (2016), nous appelons imaginaires :

« un ensemble dynamique de productions, mentales ou matérialisées dans des œuvres, à base d'images visuelles (tableau, dessin, photographie) et langagières (métaphore, symbole, récit), formant des ensembles cohérents et dynamiques, qui relèvent d'une fonction symbolique au sens d'un emboîtement de sens propres et figurés qui modifient ou enrichissent le réel perçu ou conçu » (Wunenburger, 2016, 34).

Ces images numériques construisent et font circuler des imaginaires de l'époque gallo-romaine, notamment sur la forme, les usages et les couleurs des bâtiments ; mais leur polychrésie implique également la circulation d'imaginaires territoriaux, puisque le référent commun à l'ensemble des substituts produits est la Ville de Vienne. Réappropriées et enrichies par la mairie et l'office de tourisme, elles portent une justification « marchande » (Boltanski et Thévenot, 1991) qui engendre des imaginaires touristiques, constitués de :

« représentations partagées, alimentées par – ou associées à – des images matérielles (cartes postales, affiches, blogs, films et vidéos, guides touristiques, brochures, magazines de voyage, mais aussi objets artisanaux et autres artefacts) et immatérielles (légendes, contes, récits, discours, anecdotes, mémoires...), travaillées par l'imagination et socialement par-

Bibliographie

- BARTHOLEYNS, G. (2010). Le passé sans l'histoire. Vers une anthropologie culturelle du temps. *Itinéraires*, 3, 47-60. DOI : 10.4000/itineraires.1808.
- BERNETIÈRE-LEBEAUX, C. ET NAVARRO, N. (2023). Raconter les destinations : la fabrique des territoires touristiques. *L'Observatoire*, 61(2), 31-35. DOI : 10.3917/lobs.061.0031.
- DE BIDERAN, J. (2016). Des restaurations de papier aux restitutions virtuelles, construction d'une reconnaissance scientifique et d'une mémoire patrimoniale. I. Fabre et C. Gardès (dir.), *De la médiation des savoirs : sciences de l'information-documentation et mémoires*. 3e journées scientifiques internationales du réseau Mussi, 21-22 mars 2016, Toulouse. ENFA, 193-212.
- DE BIDERAN, J. (2012). *Infographie, images de synthèse et patrimoine monumental : espace de représentation, espace de médiation*. Thèse en art et histoire de l'art. Université Michel de Montaigne-Bordeaux III.
- BOLTANSKI, L. ET THÉVENOT, L. (1991). *De la justification : les économies de la grandeur*. Gallimard.
- BOUCHARD, G. ET HELLY, B. (2011). *Les voyages d'Alix : Vienna*. Castermann.
- BOUGEARD-DELFOSE, CH. ET BOYER, V. (dir.). (2021). *Territoires fabriqués/territoires instrumentalisés. Entre considération et négation de la complexité territoriale*. Presses universitaires de Rennes.
- DAVALLON, J. (1991). *L'image médiatisée : de l'approche sémiotique des images à l'archéologie de l'image comme production symbolique*. Thèse d'État en lettres. EHESS.
- DESPRÉS-LONNET, M. (2014). La construction documentaire d'un site culturel enfoui. C. Tardy (dir.), *Les médiations documentaires des patrimoines*. L'Harmattan, 69-106.
- EUSÈBE, S. (2019). Imagerie numérique et représentation des données en archéologie. In *Situ*, 39. DOI : 10.4000/insitu.21467
- FLON, É. ET JEANNERET, Y. (2012). La notion de schème organisateur, outil d'analyse sémio-pragmatique des écrits d'écran. *Revue des interactions humaines médiatisées*, 1, 3-33.
- GARDIÈS, C. ET FABRE, I. (2012). Définition et enjeux de la médiation numérique documentaire. X. Galaup (dir.), *Développer la médiation documentaire numérique*. Presses de l'Enssib. DOI : 10.4000/books.pressesenssib.683.
- GOLVIN, J.-C. (2017). La restitution, une image médiatrice. D. Jacobi et F. Denise, *Les médiations de l'archéologie*. Éditions universitaires de Dijon, 55-67.
- GRAVARI-BARBAS, M. ET GRABURN, N. (2012). Imaginaires touristiques. *Via*, 1. DOI : 10.4000/viatourism.1178.
- HEINICH, N. (2017). *Des valeurs. Une approche sociologique*. Gallimard, Bibliothèque des sciences humaines.

- JEANNERET, Y. (2014). *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*. Éditions Non Standard, collection Sic.
- LESCOP, L., GENESTE, J.-M., MARQUET, M., YVIN, V., PACÔME, G. ET MAGONTIER, P. (2020). Les enjeux de la narration dans l'immersion 3D archéologique. *In Situ*, 42. DOI : 10.4000/insitu.27623.
- NAVARRO, N., ALEXIS, L., BERNETIÈRE, C. ET VALEX, M. (2023). Les « projets numériques patrimoniaux » : une dépolitisation au service des entreprises du numérique. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 23(4), 27-41. DOI : 10.3917/enic.034.0027.
- NAVARRO, N. ET RENAUD, L. (2019). La médiation numérique au musée en procès. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 16. DOI : 10.4000/rfsic.5592.
- PIANEZZA, N., NAVARRO, N. ET RENAUD, L. (2019). Pour une archéologie de l'injonction : leitmotivs dans la presse autour des projets numériques patrimoniaux. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 19(3A), 27-38. DOI : 10.3917/enic.hs8.0027.
- PUCHAL, G. ET ORTIZ, M. (2020). Les technologies de restitution 3D au service de la connaissance des plafonds peints médiévaux. *Patrimoines du Sud*, 12. DOI : 10.4000/pds.4518.
- RENAUD, L. (2020). Repenser les outils numériques d'interprétation patrimoniale. J. Deramond, J. de Bideran, et P. Fraysse. (DIR.). *Scénographies numériques du patrimoine : Expérimentations, recherches et médiations*. Éditions Universitaires d'Avignon, 133-155. DOI : 10.4000/books.eua.4557.
- RENAUD, L. (2017). Versailles sur écran. Promesses touristiques numériques et visite fantasmée. *Communication & langages*, 191, 67-81. DOI : 10.3917/comla.191.0067.
- RENAUD, L., BÉGUIN, C. ET NAVARRO, N. (2023). Réécriture numérique du patrimoine médiéval : bricolage entre modernité et passéité au Palais des Papes. S. Sagnes et P. Fraysse (dir.), *Vivre et faire vivre le Moyen Âge*. Presses universitaires de la Méditerranée, 199-216.
- SANDRI, E. (2020). *Les imaginaires numériques au musée*. Éditions MkF.
- SANDRI, E. ET APPIOTTI, S. (2020). « Innovez ! Participez ! » Interroger la relation entre musée et numérique au travers des injonctions adressées aux professionnels. *Culture & Musées*, 35, 25-48. DOI : 10.4000/culturemusees.438.
- SICARD, M. (1998). *La Fabrique du regard*. Odile Jacob.
- TARDY, C. (2015). La médiation d'authenticité des substituts numériques. C. Tardy et V. Dodebei, (dir.), *Mémoire et nouveaux patrimoines*. OpenEdition Press. DOI : 10.4000/books.oep.453.
- THÉOBALT, J.-C. (2001). Les Espaces Culture Multimédia. *Agora*, 26, 79-83.
- TROUCHE, D. ET FLON, É. (2013). La production documentaire au musée d'archéologie : de l'objet à la photographie. *Études de communication*, 40, 129-144. DOI : 10.4000/edc.5169.
- WUNENBURGER, J. (2016). *L'imaginaire*. PUF. DOI : 10.3917/puf.wunen.2016.01.

Les images de la « Forêt » de Notre-Dame de Paris

■ *Images of the “Forest” of Notre-Dame de Paris*

Kévin Jacquot

*MAP – Modèles pour l’architecture et le patrimoine, École nationale supérieure
d’architecture de Lyon*

kevin.jacquot@lyon.archi.fr

RÉSUMÉ – ABSTRACT

Cette recherche retrace le parcours des images numériques associées au projet de restauration des charpentes de Notre-Dame de Paris, détruites dans l'incendie du 15 avril 2019. Fabriquées par la recherche, l'industrie de la construction ou les industries culturelles et créatives, ces restitutions sont convoquées pour répondre aux différents enjeux du projet comme la durée du chantier, le rapport d'authenticité avec l'œuvre disparue. Elles illustrent de manière originale les tensions socio-techniques et sociosymboliques entre l'objet patrimonial, ses numérisations et les réseaux professionnels impliqués dans la résolution de ces enjeux.

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

Mots-clés : restitution, architecture, Notre-Dame de Paris, documentation, chantier, patrimoine

This study explores the digital images used to restore the medieval wooden frameworks of Notre-Dame de Paris which were destroyed by fire on April 15th, 2019. These images, produced by researchers, by the Architecture, Engineering and Construction (AEC) Industry and by the cultural and creative industries, were used to respond to the various challenges of the restoration project, including construction work time constraints and authenticity issues. These images offer unique insight into the socio-technical and socio-symbolic tensions between the heritage object, its digitisation and the professional networks involved in resolving these issues.

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

Keywords: reconstruction, architecture, Notre-Dame de Paris, documentation, construction work, heritage

Cette revue des trajectoires sociotechniques des images de la Forêt de NDP est structurée en trois parties qui retracent leurs transformations au gré des chantiers qui ont marqué l'histoire récente de la cathédrale et qui en sont souvent à l'origine. Dans un premier temps, antérieurement à l'incendie de 2019, nous nous attacherons tout d'abord à identifier les dimensions sociosymboliques de trois relevés des charpentes issus de la pratique de deux architectes, trois compagnons et un historien. Dans un second temps, alors que les industries médiatiques se font le relais de la disponibilité de documents sur les charpentes et construisent un récit optimiste dans lequel les techniques numériques occupent une place

3. — En tant que responsable du projet de restitution numérique des charpentes de NDP du groupe de travail « Données numériques » du chantier scientifique CNRS/MC.

1. Relevé l'existant, entre parcours initiatique et outil de connaissance

Notre-Dame de Paris est en effet un sujet de prédilection pour expé-
rimer et démontrer l'apport de nouvelles techniques de documen-
tation graphique. En 2010, l'historien de l'art médiéval Andrew Tallon
entreprend un relevé par scanner laser de la cathédrale pour confirmer
des hypothèses relatives à la construction de l'édifice (Tallon, 2012).
À la valeur heuristique de ce relevé, se retrouve associée une dimension
esthétique, spécifique à la représentation sous forme de nuage de points⁵.
Effets de transparence, impression de totalité, etc., rendent ces images
particulièrement prisées des industries médiatiques. Les relevés de Tallon
sont par exemple largement utilisés dans de nombreux documentaires
audiovisuels antérieurs à l'incendie⁶, participant par là même à l'ins-
cription du chercheur dans l'historiographie de la cathédrale tout en lui

6. — *Building the Great Cathedrals* diffusé sur Nova en octobre 2010, *Les Cathédrales dévoilées* diffusé sur Arte en avril 2011, *Des racines et des ailes* diffusé sur France 3 en février 2013 ou *Laser Scanning Reveals Cathedral's Mysteries* diffusé sur National Geographic en avril 2015.

Que ce travail soit ignoré du *Relevé des charpentes médiévales* initié en 2014 par Rémi Fromont et Cédric Trentesaux, deux architectes en formation à l'École de Chaillot⁷, peut notamment s'expliquer par la quantité réduite d'informations relatives aux charpentes dans les données de Tallon (Jacquot et Saleri, 2024). En effet, les charpentes de la cathédrale demeurent étonnamment mal connues, et malgré le méticuleux travail d'inventaire réalisé par les deux chaillotains, les sources sont « rares et restent sommaires ou incomplètes, voire incohérentes avec la réalité » (Fromont et Trentesaux, 2016). Le relevé des charpentes médiévales qu'ils entreprennent a l'ambition d'être conduit « de la manière la plus exhaustive possible » ; malgré l'intérêt limité du relevé de Tallon au niveau de la Forêt, ils formalisent une méthodologie qui écarte la technique du relevé par scanner laser, alors même qu'il méritait *a minima* sa place dans l'inventaire des sources disponibles. Ils vont privilégier le dessin à la main pour des raisons techniques, mais aussi de culture professionnelle. Bien qu'étudiant les parties médiévales des charpentes, ils compléteront en effet leur relevé en représentant la flèche du *xix^e* siècle à l'aide des dessins du fonds Viollet-le-Duc et des épures du « chef-d'œuvre de réception » de 1969-70 réalisées par les trois compagnons charpentiers Bernard Larché, Jack-Émile Boisne et Christian Drilleau.

8. — Le terme est employé par François Auger (à 00:02:24 de la vidéo), architecte du patrimoine et compagnon charpentier pour décrire son appartenance aux « deux maisons des Compagnons du devoir et de l'École de Chaillot » (Auger *et al.*, 2021).

Pourvus de valeurs artistiques différentes, les relevés de l'historien et des architectes appartiennent avant tout à deux cultures techniques et professionnelles difficilement conciliables au regard des contextes dans lesquels ils émergent. Le relevé de Tallon a une valeur éminemment heuristique renouvelant la place de NDP dans le dialogue entre méthode expérimentale et production de connaissance. En tant que rite de passage, le travail des compagnons comme celui des architectes est un exercice de remémoration technico-artistique visant à démontrer l'excellence d'un savoir-faire séculaire basé sur le dessin d'architecture, à la fois « œuvre et [...] document » (Chougniet et Garric, 2020).

Au lendemain de l'incendie, l'« arène patrimoniale¹⁰ » qui a pour cœur les querelles sur les modalités de reconstruction de la cathédrale porte davantage sur les savoir-faire que sur les savoirs à déployer pour sa restauration. Tant dans les réseaux professionnels que dans l'industrie médiatique, le discours est optimiste quant à la documentation disponible sur les charpentes. L'existence de relevés récents, en tant que représentation de traces du passé, tient un rôle évident dans ce constat, d'autant que la valeur affective de l'attachement de leurs auteurs à NDP, ainsi que leur renom au sein de leur groupe social, asseyent un peu plus la valeur patrimoniale des images produites par les compagnons, les architectes et l'historien. La publicisation de ces images et de leurs contextes de création tend à clore les débats sur l'état des connaissances formelles de la Forêt. Pourtant, ces documents dispersés n'en demeurent pas moins des relevés et non une restitution univoque. Leur apport pour la reconstruction à l'identique des charpentes n'est possible qu'au prix d'un travail de compilation critique dont la légitimité va de pair avec l'expérience technique des acteurs impliqués dans ces interprétations.

10. — Olivier Givre (2012) définit l'arène patrimoniale en tant que cadre des processus patrimoniaux comme des espaces de savoir/pouvoir, dans lesquels se déploient des stratégies et des tactiques portant sur la légitimité à définir et user d'objets patrimoniaux.

Alors que les archives anciennes sont accessibles, car conservées, parfois même numérisées et en ligne, et partagées par la communauté, par des institutions patrimoniales comme la Cité de l'architecture et du patrimoine (CAPA), la Médiathèque du patrimoine et de la photographie ou la Maison des Compagnons, les ressources récentes, elles, échappent aux compagnons et au chantier de restauration. Soumises au droit d'auteur, et à leur bon vouloir quant à leurs utilisations, ces données requièrent des ressources spécifiques et originales pour leur exploitation qui sont peu courantes dans la maîtrise d'œuvre patrimoniale. Ainsi, au moment où architectes et compagnons se lancent dans un projet au long cours, les ICC occupent l'espace médiatique à l'aide d'images numériques de la cathédrale immédiatement disponibles – notamment le modèle 3D d'Ubisoft – mais surtout grâce à des promesses technoscientifiques à la fois crédibles et légitimes (Joly, 2015). En mai 2019, Microsoft et l'entreprise Iconem annoncent ainsi *Open Notre-Dame*¹², un projet de collecte participative de millions d'images afin d'élaborer des modèles 3D grâce à l'« intelligence artificielle ». Les résultats de cette initiative ne sont pas connus mais l'on peut supposer que des solutions alternatives ont eu raison du projet. En l'occurrence, la société Art Graphique et Patrimoine (AGP), qui avait collaboré avec A. Tallon sur NDP, a conduit également plusieurs campagnes de relevés sur la cathédrale entre 2010 et 2021. Trois jours après l'incendie, le président et fondateur de cette société révèle qu'un relevé des charpentes « d'une précision millimétrique pour un total de 3 à 5 milliards de points soit environ 1 à 2 points par mm² » a été effectué en 2016. Motivé par une volonté d'« archivisation »¹³ en 2016, ce relevé constituerait après l'incendie un « double numérique parfait [d']une très

13. — Éric Ketelaar (2006) définit l'archivalisation comme « le choix conscient ou inconscient (déterminé par des facteurs sociaux et culturels) qui fait qu'on considère que quelque chose vaut la peine d'être archivé ».

Cette illustration des enjeux de gouvernance des données qui traversent le chantier de NDP concerne en réalité l'ensemble du domaine culturel, préfigurant à bien des égards les travaux sur l'ouverture des données dans le mouvement de la *science ouverte*. Ils constituent un sujet de préoccupation majeur de la recherche publique qui a abouti à un certain nombre de dispositifs de bonnes pratiques¹⁶. L'accès et l'exploitation des données numériques tridimensionnelles constituent un des enjeux du groupe de travail (GT) Données numériques (Jacquot et Saleri, 2024 ; Mouaddib *et al.*, 2024), du Chantier scientifique pour la restauration de Notre-Dame de Paris coordonné par le CNRS et le ministère de la Culture (Galanopoulou, 2019). Cette organisation scientifique a pour ambition la mise en place d'un outil d'assistance scientifique et technique au profit de l'établissement public chargé de la conservation et de la restauration de la cathédrale Notre-Dame de Paris (EPRNDP). Elle renforce l'établissement public dans sa capacité à répondre aux arguments technoscientifiques des ICC et limite sa dépendance technique envers des acteurs privés. C'est dans ce contexte qu'une véritable « diplomatie des données¹⁷ » est mise en œuvre pour faciliter l'utilisation de données produites par des tiers au profit des actions du Chantier scientifique. Elles impliquent la communication, l'étude, la recherche et la valorisation ainsi que la vulgarisation scientifique et excluent toute exploitation commerciale. Dans le cadre du projet de restitution 3D du chantier scientifique, ce

17. — L'expression est empruntée à Livio de Luca, responsable du groupe de travail « Données numériques » qui a pu l'utiliser à maintes reprises entre les années 2019 et 2021, période au cours de laquelle la collecte d'informations sur la cathédrale battait son plein.

19. — <https://www.autodesk.fr/campaigns/make-anything/notre-dame>

cathédrale mené par le « *BIM addict*²⁰ » Andrew Milburn. Cette initiative spontanée, bien qu'appartenant à la tradition de la maquette amateur, en reconfigure la valeur. Elle connaît en effet une forme de légitimation quand elle se retrouve éditorialisée par Autodesk dans sa communication sur NDP. Mais ces démonstrations de virtuosité n'en demeurent pas moins des démonstrations ponctuelles dont la portée réelle reste à évaluer. Le discours émanant d'Autodesk autour de ces deux initiatives se focalise sur les enjeux de modélisations géométriques. C'est en particulier manifeste dans le projet d'A. Milburn (2019), dont la valeur de la maquette numérique repose principalement sur l'habileté technique de son auteur à reproduire des formes architecturales appartenant au vocabulaire singulier médiéval. Il a recours aux rares archives graphiques disponibles en ligne, à défaut d'avoir accès aux ressources collectées par l'EPRNDP et le chantier scientifique.

Les nombreuses études bibliométriques menées sur le HBIM depuis l'apparition du terme à la fin des années 2010 ont établi la propension de la recherche à se focaliser sur les enjeux géométriques (Stoleru et Jacquot, 2020). Alors que « le BIM c'est 20 % de technique et 80 % d'humain²¹ », les enjeux humains liés aux modalités de collaboration sont traités de manière plus marginale dans la littérature scientifique. Finalement, ces quinze années de productions scientifiques témoignent de la persistance d'enjeux géométriques qui, quoique légitimes, restent infondés au regard de leur rôle attendu au sein de l'approche BIM. Elles rappellent également d'une certaine façon le peu d'avancées apportées par les éditeurs en matière de modélisation patrimoniale²². Quant au discours provenant du partenariat entre Autodesk et AGP, il tend à faire du relevé numérique un précieux rouage indissociable de la machinerie BIM²³. L'expression *Scan-to-BIM*, employée pour définir la phase de reconstruction géométrique, également appelée rétroconception, à l'aide de relevés numériques, est trop souvent une synecdoque pour représenter le concept de HBIM (Di Giacomo et Hamon, 2021). *In fine*, les images de NDP à l'œuvre dans ces communications d'Autodesk consacrent peu de place aux charpentes disparues de la cathédrale alors même que la société AGP dispose, seule,

20. — <https://www.autodesk.com/autodesk-university/fr/class/Discovering-History-BIM-Project-Notre-Dame-2019>

21. — La formule est souvent employée par Olivier Celnik, architecte et directeur du mastère spécialisé BIM de l'École nationale des ponts et chaussées.

22. — L'éditeur américain a été le destinataire de plusieurs pétitions et lettres ouvertes dénonçant en particulier le manque de développement du logiciel Revit.

23. — Ce qui pourrait constituer un début d'explication à la non-transmission du relevé des charpentes de 2016 à l'EPRNDP.

d'un relevé contenant environ « 90 % des données » relatives aux parties disparues (Hamon, 2021). Pour Autodesk, mais aussi AGP dans une moindre mesure, il s'agit donc moins d'une opération réelle de transfert de compétences vers le système sociotechnique de la réhabilitation patrimoniale que de renouveler et de singulariser, au sein du secteur de la construction, l'image réputationnelle et le savoir-faire technique d'une entreprise à travers une caution culturelle.

Savoir-faire technique et réputation sont également au cœur d'une série d'initiatives menées par des centres de formation aux métiers de la réhabilitation patrimoniale et qui participent à la mission de médiation culturelle de l'EPRNDP visant à valoriser le chantier de NDP et les métiers qui y sont mobilisés. Après l'incendie, la maquette des compagnons de 1970, ses épures, mais aussi les relevés de R. Fromont et C. Trentesaux deviennent des traces documentaires qui permettent la concrétisation d'un chantier pédagogique associant chaillotains et compagnons.

Derrière la volonté de prouver « que les savoirs ancestraux sont toujours là », il y a aussi le besoin de « susciter des vocations » (Carraz, 2021). Les maquettes produites par ce chantier pédagogique et les ressources graphiques dont elles résultent sont éditorialisées dans le cadre de l'exposition itinérante « L'art de la charpente » inaugurée en juillet 2021. Ce projet a pour résultat la production d'une quinzaine de maquettes des charpentes, dont la clef de voûte est une maquette de la nef, du chœur et des transepts qui s'assemblent à la maquette de la flèche réalisée en 1970. Cet objet permet de matérialiser et d'actualiser l'attachement des compagnons à la Forêt de NDP qui a été « bâtie et modifiée par plusieurs générations de Compagnons charpentiers » (Carraz, 2021). Pour compléter le dispositif scénographique, une série d'affiches visent à décliner les modes de projections graphiques du dessin à la main pour représenter les charpentes en plan, coupe, axonométrie, éclatée et même en croquis. Le recours aux images numériques est rare, car tout le propos est d'asseoir « une forme de continuité » autour du triptyque – mémoire, transmission, savoir-faire – et d'assurer un « devoir de mémoire » (Carraz, 2021), de rendre présent un héritage. Bien que la stratégie puisse paraître pertinente au regard du besoin d'ancrer des systèmes sociotechniques séculaires dans le présent, on peut s'interroger sur l'objectif visant à créer des vocations. À invisibiliser les investissements massifs des dernières décennies en « matériel performant, machines à commande numérique, logiciels de conception 2D et 3D, logiciels de dessin assisté par ordinateur », on dessine auprès de futurs candidats un portrait partial, et partiel, d'une filière professionnelle dans laquelle le numérique est devenu un « moyen de production indispensable » (Rivier-Perret, 2020).

4. Vers une patrimonialisation de l'image

24. — <https://www.notredame-shurijo.com/fre/>

derniers secteurs économiques à s'informatiser en France. Le patrimoine bâti – marché de niche et singulier du secteur de la construction – connaît une numérisation encore plus récente qui se heurte en particulier à une communauté fondée sur des valeurs sociotechniques originales dans lesquelles le geste manuel est central et donc « à contre-courant de la standardisation contemporaine » (Calame, 2009). Ces dynamiques de rejet de techniques nouvelles ont déjà pu être explorées à travers les concepts d'« inertie » (Leroi-Gourhan, 1945) ou d'« effet jogging » (Bougnoux, 2013). En architecture, elles se manifestent en tant que « crises de la représentation » (Claeys, 2018). De l'émergence de la conception assistée par ordinateur dans les années 1960 à l'essor de l'IA générative des années 2020 en passant par le BIM, les jumeaux numériques ou encore le métavers, la course au progrès qui a lieu en architecture depuis plus d'un demi-siècle – en partie imposée par des jeux de stratégies techno-industrielles et politiques – repose sur un discours des promesses qui va de pair avec un contre-discours alarmiste. Il en résulte un « renforcement mutuel promesses/catastrophes [qui] polarise l'espace social et conduit à formuler les problèmes sous une forme où ils ne peuvent plus véritablement trouver de solutions » (Joly, 2013, 231).

Elles s'expriment de manière originale parmi les groupes impliqués dans la circulation des images de la Forêt. Relevé, restitution et maquette, en tant qu'expressions manuelles de la représentation architecturale, constituent un matériau mouvant et intarissable de recherches « en quête de » (Clarisse, 1997 ; de Mazières et Grubert, 2011) réponses qui s'expriment aussi bien dans l'espace médiatique scientifique qu'universitaire ou professionnel. La quête, expression mystique et initiatique d'une forme de recherche sans fin, fait entrer ces représentations dans des registres de valeurs singuliers. Face à la technique numérique, les images produites par la main transcendent la technique pour devenir le fruit de gestes artistiques dans l'« art du relevé » (Moignet-Gaultier, 2009), l'« art du trait », ou « l'art de la charpenterie ». Dans ce qui pourrait former une opposition classique de la tradition et de la modernité, des opérations de patrimonialisation (Davallon, 2023) permettent d'apporter de la nuance.

Les images produites par les architectes, les compagnons et l'historien, et dans une moindre mesure AGP sont des *traces redécouvertes* ou *révélées* à la suite de l'incendie. Pour les deux premiers relevés, ils sont le produit d'un héritage sociotechnique qui leur confère un ensemble singulier de valeurs, mêlant technique, réputation, esthétique ou encore hommage. Le relevé de Tallon tient sa valeur à la fois de son caractère innovant, à la réputation de son auteur, mais surtout de sa dimension

heuristique qui parvient à faire entrer une forme exogène de relevé dans une culture patrimoniale aux prises avec la tradition. Ces images et leurs discours d'escorte publicisés dans des expositions itinérantes, virtuelles, circulent dans le collectif et dans la société, auprès des pouvoirs publics comme du public en général. Elles sont associées à de nouvelles images, des restitutions et rematérialisations, fabriquées par la mobilisation d'un collectif étendu qui en garantit la pertinence et la validité par le recours à des méthodes éprouvées. Ce corpus est l'objet de sauvegarde et d'archivage, notamment au sein du chantier scientifique de NDP, par la mise en application des services dédiés de l'infrastructure de recherche Huma-Num²⁵. Enfin, relevés, restitutions et maquettes reprennent les images dont elles procèdent selon des publicisations qui peuvent servir différents desseins, mais qui produisent toutes des traces médiatiques de cette chaîne de production d'images. Exposition itinérante, virtuelle, téléport et nombre de documentaires, reportages et site internet concourent à fabriquer un patrimoine numérique que le futur musée de NDP prévoit de mettre à l'honneur (Gignoux, 2024). La vie en images de NDP est un « chantier permanent ». En en faisant l'un des axes, ce musée parachèvera la patrimonialisation de ces images numériques en les reliant à leur monde d'origine à travers son dispositif d'exposition. C'est aussi l'occasion de reconnaître la relation qu'entretient la cathédrale avec la science et la technique qui se déploient pour aider la production du savoir. Des daguerréotypes réalisés pour la restauration de NDP dans le milieu du xix^e aux projets numériques qui suivent l'incendie de 2019, l'histoire de la cathédrale est jalonnée par la fabrication visuelle de regards collectifs.

25. — <https://www.huma-num.fr>

Bibliographie

- ADELL, N. (2013). Arts de faire, arts de vivre. Chefs-d'œuvre inconnus des compagnons du tour de France. *Gradhiva*, 17, 118-143. <https://doi.org/10.4000/gradhiva.2638>
- AUGER, F., VILLANEAU, V. ET ANDRIEU, M. (2021, 13 décembre). Notre-Dame de Paris : mobilisation d'une filière autour de la restauration de la charpente [Vidéo]. *Salon international du Patrimoine culturel*. <https://www.patrimoineculturel.com/notre-dame-de-paris-mobilisation-dune-filiere-autour-de-la-restauration-de-la-charpente/>
- BOUGNOUX, D. (2019). *La crise de la représentation*. La Découverte. <https://doi.org/10.3917/dec.bougn.2019.01>
- BOUGNOUX, D. (2013). Viscosités pragmatiques. *Médium*, 35(2), 163-177. <https://doi.org/10.3917/mediu.035.0163>
- CALAME, F. (Réalisateur) (2009). *La tradition du tracé dans la charpente française* [Vidéo]. <https://www.unesco.org/archives/multimedia/document-323>
- CAMUS, C. (2021). Repenser sociologiquement l'architecture à partir de ses médiations. *SociologieS*. <https://doi.org/10.4000/sociologies.17153>
- CARRAZ, J. (2021). Notre Dame de Paris, l'art de la charpente. *10e Forum International Bois Construction France, Grand Palais Éphémère, Paris, 15-17 juillet 2021*. http://www.forum-boisconstruction.com/conferences/FBC2021_Carraz.pdf
- CHOUGNET, P. ET GARRIC, J.-P. (2020). *La ligne et l'ombre. Dessins d'architectes, XVI^e-XIX^e siècle*. Bibliothèque nationale de France.
- CLAEYS, D. (2018). Discontinuités des processus de conception architecturale : crises de la représentation?. *Acta Europæana Systemica*, 8, 19-36. <https://doi.org/10.14428/aes.v8i1.56203>
- CLARISSE, C. (1997). « *Ma quête d'architecture* », *maquettes d'architectures*. Éditions du Pavillon de l'Arsenal.
- CLUZEL, J.-S., NISHIDA, M., YAGASAKI, Z. ET YOSHIDA, K. (2020). Transmission du patrimoine architectural au Japon : décryptage. *Perspective*, 1, 43-66. <https://doi.org/10.4000/perspective.17541>
- DASSIÉ, V. (2024). Entre émotion et catastrophe patrimoniale. *In Situ*, 4. <https://doi.org/10.4000/insituarss.2866>
- DAVALLON, J. (2023). *Des traces patrimoniales en devenir : une analyse communicationnelle des modes de patrimonialisation*. ISTE Éditions.
- DAVALLON, J. (2006). *Le don du patrimoine : une approche communicationnelle de la patrimonialisation*. Lavoisier- Hermès.
- DE BIDERAN, J. (2013, 18 février). Premier aperçu de l'histoire des images de synthèse patrimoniales. Retour sur quelques expériences de restit-

- tion infographique. *L'âge du Virtuel*. <https://lageduvirtuel.hypotheses.org/384>
- DI GIACOMO, E. D. ET HAMON, G. (2021). *Le BIM pour le patrimoine historique. Renaissance et seconde vie*. Autodesk University. <https://www.autodesk.com/autodesk-university/class/Le-BIM-pour-le-patrimoine-historique-Renaissance-et-seconde-vie-2021>
- FANELLI, G. ET MAZZA, B. (2016). *Histoire de la photographie d'architecture*. Presses polytechniques et universitaires romandes.
- FROMONT, R. ET TRENTESAUX, C. (2016). Le relevé des charpentes médiévales de la cathédrale Notre-Dame de Paris : approches pour une nouvelle lecture. *Monumental*, 2016/1, 70-77.
- GAIDIBERT, F. (1997). *Les architectes et le patrimoine*. Mission du Patrimoine ethnologique, ministère de la culture. https://www.culture.gouv.fr/Media/Thematiques/ethnologie-de-la-france/Files/Rapports-de-recherche/2001-et-avant/Ethno_Gaudibert_1997_134.pdf
- GALANOPOULO, L. (2019, 20 mai). Notre-Dame : la recherche s'organise. *CNRS Le journal*. <https://lejournel.cnrs.fr/articles/notre-dame-la-recherche-sorganise>
- GIGNOUX, S. (2024, mai 2029). Le musée de Notre-Dame de Paris se rêve en grand. *La Croix*. <https://www.la-croix.com/culture/le-musee-de-notre-dame-de-paris-se-reve-en-grand-20240529>
- GIVRE, O. (2012). Savoirs et pouvoirs, stratégies et tactiques : dans « l'arène patrimoniale » du *nestinarstvo* (Bulgarie). *Civilisations*, 61(1), 103-120. <https://doi.org/10.4000/civilisations.3150>
- HAMON, G. (2021). Le relevé 3D du patrimoine et des sites archéologiques : la numérisation 3D d'œuvres d'art [Vidéo]. *Conférence « Numérisation 3D du patrimoine culturel »*. *Journées de la topographie 2021*, INSA, Strasbourg. <https://www.youtube.com/watch?v=agtWz7V-Zqs>
- HEINICH, N. (2024). *Notre-Dame des valeurs : retour sur une émotion patrimoniale*. PUF.
- IVSIC, L., RAJCIC, N., MCCORMACK, J. ET DZIEKAN, V. (2021). The Art of Point Clouds: 3D LiDAR Scanning and Photogrammetry in Science & Art. *10th International Conference on Digital and Interactive Arts*, 1-8. <https://doi.org/10.1145/3483529.3483702>
- JACQUOT, K. ET SALERI, R. (2024). Gathering, integration, and interpretation of heterogeneous data for the virtual reconstruction of the Notre Dame de Paris roof structure. *Journal of Cultural Heritage*, 65, 232-240. <https://doi.org/10.1016/j.culher.2023.06.010>
- JEANNERET, Y. ET PAQUOT, T. (2018). Entretien. P. Laudati et H. Boulekbache (dir.), *Architecture et communication*. L'Harmattan, 1-35.
- JOLY, P.-B. (2015). Le régime des promesses technoscientifiques. M. Audétat, *Pourquoi tant de promesses*. Hermann, 31-48.

- JOLY, P.-B. (2013). À propos de l'économie des promesses techno-scientifiques. J. Lesourne, et D. Randet (dir.), *La recherche et l'innovation en France*. Odile Jacob, 231-255. <https://doi.org/10.3917/oj.lesou.2013.01.0231>
- KETELAAR, É. (2006). (Dé)Construire l'archive. *Matériaux pour l'histoire de notre temps*, 82(2), 65-70. <https://doi.org/10.3917/mate.o82.0065>
- LE PAJOLEC, S. ET TILLIER, B. (2020). *L'émotion Notre-Dame : quand la France s'enflamme*. Éditions B2.
- LEROI-GOURHAN, A. (1945). *Milieu et techniques*. Albin Michel.
- DE MAZIÈRES, F. ET GRUBERT, M. (2011). *Le relevé en architecture ou l'éternelle quête du vrai*. Lieux dits.
- METTE, S. (2022, 16 février). *Rapport d'information n° 5042*. Assemblée nationale. https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/rapports/cion-cedu/l15b5042_rapport-information
- MILBURN, A. (2019). *Project Notre Dame exploring history with BIM*. Autodesk University, Las Vegas. <https://www.autodesk.com/autodesk-university/fr/class/Discovering-History-BIM-Project-Notre-Dame-2019>
- MOIGNET-GAULTIER, A. (2009). Le relevé de la ligne en architecture et l'idée de classicisme grec. *Journal des Savants*, 2(1), 173-209. <https://doi.org/10.3406/jds.2009.5896>
- MONFERRAN, J.-C., SALATKO, G. ET VOISENAT, C. (2024). Crafting exceptionality. Notre Dame de Paris: Between materiality and sacrality. *Journal of Cultural Heritage*, 65, 180-188. <https://doi.org/10.1016/j.culher.2023.02.002>
- MOUADDIB, E. M., PAMART, A., PIERROT-DESEILLIGNY, M. ET GIRARDEAU-MONTAUT, D. (2024). 2D/3D data fusion for the comparative analysis of the vaults of Notre-Dame de Paris before and after the fire. *Journal of Cultural Heritage*, 65, 221-231. <https://doi.org/10.1016/j.culher.2023.06.012>
- POULOT, D. (2019). Une catastrophe patrimoniale : Notre-Dame de Paris, entre émotions et controverses. *Culture & Musées*, 34, 247-262. <https://doi.org/10.4000/culture-musees.4245>
- RIVIER-PERRET, C. (2020). *Approche didactique de l'influence du numérique sur la formation des métiers artisanaux*. Thèse de doctorat, Aix-Marseille Université. <https://hal.science/tel-03463339>
- SAGNES, S. (2024). Mediators, users and narratives: The cathedral experience. *Journal of Cultural Heritage*, 65, 189-198. doi: 10.1016/j.culher.2023.06.011
- STOLERU, A. ET JACQUOT, K. (2020). HBIM : une analyse de la littérature scientifique. *SHS Web of Conferences*, 82. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20208202001>
- TALLON, A. (2012). La technologie 3D au service de Notre-Dame. Cardinal André Vingt-Trois (dir.). *Notre-Dame de Paris, la grâce d'une cathédrale*. La Nuée Bleue, 158-160.

TUHKUNEN, T. (2022). Entre saccage, hommage et manigance : Notre-Dame de Paris revisité par les jeux vidéo. *Publije*, 1. <https://revues.univ-lemans.fr/index.php/publije/article/view/176/169>

WITTMAN, R. (2020). Churches and States (Updated). *Future Anterior*, 17(1), 19-45.

Rentrer dans le tableau : étude des productions en réalité virtuelle de la collection ARTE Trips

Entering into the Painting: A Study of Virtual Reality Productions from the ARTE Trips Collection

Amanda Rueda

*LERASS (Laboratoire d'études et de recherches appliquées en sciences sociales),
Université Toulouse-Jean Jaurès
amanda.rueda@univ-tlse2.fr*

Muriel Lefebvre

*LERASS (Laboratoire d'études et de recherches appliquées en sciences sociales),
Université Toulouse-Jean Jaurès
muriel.lefebvre@univ-tlse2.fr*

Mélanie Le Forestier

*LERASS (Laboratoire d'études et de recherches appliquées en sciences sociales),
Université Toulouse-Jean Jaurès
melanie.le-forestier@univ-tlse2.fr*

Aurélié Mandin-Charrier

*LISST (Laboratoire interdisciplinaire Solidarités, Sociétés, Territoires) et LERASS
(Laboratoire d'études et de recherches appliquées en sciences sociales),
Université de Toulouse
aurelie.mandin-charrier@univ-toulouse.fr*

Claire Chatelet

*RIRRA21 (Représenter, inventer la réalité, du romantisme à l'aube du ^{xx}e siècle),
Université Paul-Valéry Montpellier 3
claire.chatelet@univ-montp3.fr*

RÉSUMÉ – ABSTRACT

Dans le paysage audiovisuel français, le groupe télévisuel franco-allemand ARTE s'est très tôt impliqué dans le développement et le soutien de contenus numériques « innovants ». Dans cette contribution, nous proposons d'analyser cinq des dix productions en VR/360° composant la collection *ARTE Trips* sur l'histoire de l'art. Nous interrogeons notamment le rapport aux œuvres initiales que ces dispositifs proposent en termes tant de promesse expérientielle que du type de médiations encadrant la rencontre avec les œuvres.

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

Mots-clés : réalité virtuelle, médiation, numérique, expérience, ARTE, histoire de l'art

In the French audiovisual landscape, the Franco-German television group ARTE became involved very early on in the development and support of “innovative” digital content. In this paper, we analyze five of the ten 360° VR productions included in the ARTE Trips art history collection. We examine the relationship to the initial works offered by these digital devices in terms of both the experiential promise and the ways in which encounters with the paintings are mediated.

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

Keywords: virtual reality, mediation, digital, experience, ARTE, art history

1. — Lors de la conférence Connect 2021 en octobre, Mark Zuckerberg a annoncé le nouveau nom de son groupe (comprenant notamment Facebook, Instagram, WhatsApp et Messenger). Il a exposé dans le même temps les évolutions d’Internet et de la VR dite « sociale » en promouvant un « Internet incarné » qui déboucherait sur un univers parallèle numérique : le « métaverse ».

largement entretenue par la double acception du terme : immersion comme *absorption* (c'est-à-dire l'implication dans un médium) et immersion comme *transport* (c'est-à-dire le fait d'être transporté dans une autre réalité). Puis dans un second temps, il convoque les recherches de Slater et Wilburg (1997), ainsi que les travaux de Schubert *et al.* (2001), pour distinguer « immersion » et « présence » : l'immersion renvoyant à « la description objective de l'environnement physique des dispositifs d'immersion », et la présence à « celle de l'environnement mental, de la motivation et de l'investissement psychologique des individus concernés » (Guelton, 2014, 15).

Le concept d'immersion s'avère donc difficile à saisir. Pourtant, la sensation de présence et la mobilisation perceptive sont au cœur de la problématique de l'immersion relative aux derniers dispositifs technologiques qui se voient regroupés désormais sous le sigle ambigu « XR », pour *eXtended Reality*. On voit ainsi se constituer trois domaines d'application principaux autour de ces technologies : le domaine des jeux vidéo tout d'abord, puis celui de la valorisation et de la patrimonialisation des œuvres d'art et, enfin, celui de la création audiovisuelle.

Dans le paysage audiovisuel français, le groupe télévisuel franco-allemand ARTE s'est très tôt impliqué dans le développement et le soutien de contenus numériques « innovants », en particulier autour de la réalité virtuelle et de la vidéo 360°. L'investissement dans la production et la diffusion de contenus numériques fait en effet partie intégrante de sa stratégie depuis la fondation du pôle web en 2008. Ce pôle a été créé pour explorer de nouveaux usages, essayer des dispositifs techniques innovants, tester des structures narratives et explorer des expériences utilisateur². Cette stratégie constitue « l'ADN d'ARTE » et le « levier de différenciation ou de distinction » du groupe, selon Alexander Knetig, le responsable du service des éditions numériques³. Depuis sa création, ce pôle web expérimente diverses formes qui se présentent soit comme des programmes natifs (uniquement pour le web et les nouveaux écrans), soit comme des contenus hybrides s'articulant avec des projets du pôle antenne. ARTE ne cesse ainsi de renouveler son offre audiovisuelle, s'inscrivant tout à la fois dans la logique d'expérimentation créative et technologique propre aux nouveaux médias (Manovich, 2010) et les missions fondamentales de la télévision publique française concernant la création, en particulier l'accès à la culture et à l'éducation artistique (Jost, 2011).

2. — Dossiers de presse ARTE.

3. — Propos recueillis dans le cadre d'un entretien réalisé le 17/10/2023.

En concevant de nouvelles formes audiovisuelles qui sont autant de dispositifs de médiation, ARTE expérimente différents types de relations à l'art et aux œuvres : narrativisation et réactualisation décalée de tableaux célèbres avec la web-série *A Musée Vous, A Musée Moi* (2018-2023), relecture féministe, queer et décoloniale de l'histoire de l'art avec la websérie *Merci de ne pas toucher!* (2020-2023), interactivité ludique avec la plateforme web *DADA DATA* (2016), ou encore immersion avec la collection *ARTE Trips*. Cette dernière collection d'expériences en réalité virtuelle ou en vidéo 360°, lancée en 2018, propose de transporter le public « à l'intérieur des plus beaux chefs-d'œuvre de la peinture⁴ » (Caravage, Munch, Bruegel, Monet, Manet, Böcklin ou Le Douanier Rousseau). Mais quel est cet intérieur que l'expérience immersive nous promet et quel(s) espace(s) nous fait-elle expérimenter ? Comment le dispositif construit-il une relation complexe entre différents espaces (l'espace de la peinture et celui de la simulation, mais aussi l'espace physique auquel notre corps reste nécessairement ancré) ? Quelles expériences de médiation conditionne-t-il ?

Dans cette contribution, nous proposons d'analyser cinq des dix productions en VR/360° composant la collection *ARTE Trips*⁵. Nous étudierons dans un premier temps, la bande-annonce d'*ARTE Trips*, ainsi que les discours d'escorte qui accompagnent cette collection, afin d'identifier quel type d'expériences se trouve proposé aux spectateurs·rices et quel « horizon d'attente » (Jauss, 1978) elle suggère. Dans un deuxième temps, nous analyserons ces productions afin d'appréhender leur configuration sémio-pragmatique et la façon dont elles proposent aux spectateurs·rices de « traverser la toile » pour entrer dans le tableau. Pour ce faire, les chercheur.es se sont mis.es en situation de spectateurs·rices des œuvres analysées. Enfin, dans une dernière partie, nous reviendrons sur le type de médiations envisagées par ces objets et la place des œuvres d'art dans ce dispositif technique.

1. Les promesses d'ARTE Trips

Accessible à la fois sur le site d'ARTE et sur le compte YouTube de la chaîne, la bande-annonce (1'33) d'*ARTE Trips* présentant l'ensemble des productions de la collection, se révèle riche de « promesses » diverses, par ses dimensions textuelle, visuelle et sonore.

4. — <https://www.arte.tv/digitalproductions/fr/arte-trips/>

5. — Le choix a été fait de travailler sur cinq des dix films qui nous ont été mis à disposition par leurs producteurs, les films n'étant plus disponibles sur la plateforme web *Arte.tv*.

En complément de la bande-annonce, notre analyse porte aussi sur vingt-deux énoncés d'accompagnement produits par ARTE⁶. Plusieurs grandes thématiques sont apparues qui, ensemble, contribuent à façonner une forme de « promesse expérientielle » pour le-a spectateur-ric.e. Le terme « expérience » est celui qui a la plus importante occurrence, exprimant par là la volonté de placer le public au cœur d'un environnement spécifique à éprouver. Cette expérience est tour à tour qualifiée dans les énoncés d'« interactive », d'« immersive », de « ludique », de « sensorielle ». Cette notion, issue essentiellement des travaux de Maurice Merleau-Ponty (1945) et John Dewey (1934/2005), renvoie ici à l'appréhension sensorielle par un public de dispositifs culturels et médiatiques ayant une dimension immersive – c'est-à-dire générant un sentiment d'immersion dans un univers ou un monde parallèle à celui dans lequel évolue quotidiennement le-a spectateur-ric.e. Mais d'autres « promesses expérientielles » sont également proposées dans les discours d'accompagnement des films de la série :

- la familiarité : elle est abordée dès la présentation de la collection *ARTE Trips* sur *Arte.tv* : « le casque de réalité virtuelle emporte le spectateur dans un univers parallèle où la familiarité avec l'œuvre est une évidence pour les sens ». Cette promesse

6. — Corpus secondaire composé d'énoncés collectés sur le site *Arte.tv* et le catalogue d'ARTE « *ARTE Trips. 7 expériences VR et 360* ».

s'exprime également par la récurrence de certaines expressions comme « tableaux culte », « le plus célèbre des tableaux », « des chefs-d'œuvre », « l'un des plus reproduits de l'histoire de la peinture ». Ces allusions sur l'accessibilité et la proximité de le-a spectateur·rice avec les œuvres, visent à estomper, voire à brouiller, les frontières entre l'art et le public : « nul besoin de connaître le Caravage pour se laisser emporter et partager ses frissons dans un labyrinthe ».

- La sensorialité : celle-ci s'exprime également dès la présentation de la collection : « c'est la dimension sensorielle qui l'emporte, une perception que l'on s'approprie autrement que par les mots d'un historien de l'art ». Est aussi évoquée l'expérience sensible et corporelle attendue de la part du public s'agissant notamment de l'appropriation de l'œuvre *Le Cri* de Munch, pour laquelle le-a spectateur·rice est incité(e) à « plonger sa main dans la toile » pour activer le dispositif. Elle est en outre illustrée par l'usage de termes renvoyant à des sensations corporelles comme le « vertige ». Ce terme ou son adjectif dérivé (« vertigineux ») apparaît cinq fois dans le corpus.
- L'aspect ludique : dans la bande-annonce, lors de la présentation de la production « Condamnés à jouer », le décor est assimilé à un jeu de plateau : « parce que le tableau devient un espace à vivre engageant et ludique avec des histoires et des mystères à découvrir ». La promesse renvoie ici à la proposition d'une expérience divertissante, loin de tout discours d'expertise sur l'histoire de l'art. On note par ailleurs, à la suite des travaux d'Abdelkader Baaziz, la promesse d'un « design ludique », identifiable à travers trois étapes : l'invitation, l'exploration et l'immersion (Baaziz, 2018, 6). L'invitation se caractérise par l'emploi des verbes « laisser », « proposer », « convier » dans les écrans d'accompagnement (qui apparaissent respectivement onze, cinq et quatre fois dans le corpus). L'exploration est identifiable par l'emploi de plusieurs champs lexicaux liant connaissances, découvertes et jeu. Enfin, l'immersion étant explicitement annoncée dès la présentation d'*ARTE Trips*, cette collection « convie le spectateur à une immersion en 360° ». Cette étape est notamment appréhendée à travers l'emploi du verbe « vivre » (qui apparaît six fois dans le corpus).

La rencontre de ces chefs-d'œuvre de la peinture reviendrait, selon les termes de la bande-annonce et de ses discours d'escorte, à « traverser

le miroir » pour « s'approcher des personnages qui les habitent, saisir les histoires qu'ils vivent, se laisser toucher par leur grâce ou effleurer leurs démons ». Il est précisé pour *Condamnés à jouer* : « Avec cette expérience immersive, on se rapproche comme jamais de ces différents personnages qui foisonnent dans la peinture du maître ». Cette promesse expérientielle est identifiable par l'emploi récurrent de verbes de déplacement comme « aller », « partir », « emmener », « plonger », « embarquer » qui renvoient précisément à des sollicitations sensori-motrices.

Ainsi, dans les films 360° de la collection *ARTE Trips*, un imaginaire du voyage se construit en deux temps. Tout d'abord, le-a spectateur-ric est invité-e à rencontrer l'œuvre au sein d'un espace muséal virtuel. Puis, son voyage se poursuit de l'autre côté du miroir, à l'intérieur même du tableau.

2. La rencontre avec l'œuvre

Partant d'une approche communicationnelle de l'exposition (Davallon, 2000), nous abordons dans cette partie cinq de ces dispositifs numériques à partir de leur construction de l'espace et de leur processus de médiatisation des œuvres. Ces films débutent en proposant des « gestes de mise en exposition » (Davallon, 2000, 11) et de mise en récit dans lequel on retrouve un double processus de médiatisation et de médiation des œuvres d'art. Notre approche du dispositif de réalité virtuelle s'appuie également sur le concept d'« expographie » mobilisé « pour désigner le travail opéré sur l'espace et les objets de l'exposition dans le processus de médiatisation de celle-ci » (Gharsallah-Hizem, 2009, 19). Si le « dispositif expographique » se définit « comme un ensemble signifiant, composé d'objets variés, organisés dans un espace donné » (Gharsallah-Hizem, 2009, 20), il se compose, dans le cadre de notre étude, d'un appareil technique (le casque de réalité virtuelle) et d'un univers diégétique (le film). C'est la façon dont ce dispositif participe à la mise en exposition, c'est-à-dire à « l'opération de créer un espace de médiatisation entre le visiteur et les objets, en constituant un environnement cognitif organisé, pour présenter un ensemble d'informations » (Gharsallah-Hizem, 2009, 20), qui nous intéressera plus particulièrement. Autrement dit, comment ces dispositifs de réalité virtuelle organisent-ils la rencontre avec les œuvres et sur quel mode interprétatif ?

Une fois le générique de début passé, chaque dispositif numérique révèle l'œuvre dans un agencement de l'espace calqué sur les expositions muséales. Nous sommes invités à la découvrir dans un mode de présentation classique : celui de l'accrochage d'un tableau sur une cimaise. Pour certains, ces tableaux sont exposés dans une reconstitution numérique de leur lieu d'exposition réel comme le musée de l'Orangerie pour

Les nymphéas de Monet ou *Les Noces de Cana* de Veronèse dans le monastère San Giorgio Maggiore à Venise, ou encore le Musée national d'Oslo pour *Le Cri*. D'autres prennent plus de liberté dans la représentation de l'espace d'exposition. Dans « Caravaggio, *in tenebris* », différentes œuvres de Caravage sont exposées dans la ville de Rome, celle-ci étant décrite dans le *teaser* du film comme la ville représentant le mieux le parcours biographique du peintre italien. « Condamnés à jouer » débute lui aussi avec une reproduction virtuelle du tableau *Jeux d'enfants* de Bruegel l'Ancien, exposé cette fois sur un arrière-plan complètement noir.

De fait, ce premier aspect de l'agencement spatial dans les films participe d'« une intentionnalité générale de monstration de la part de l'instance de production » (Davallon, 2000, 124) qui va conditionner la rencontre avec les œuvres d'origine. Dans une logique communicationnelle, ces dispositifs expographiques mettent en scène les spectateur·rices au cœur d'un parcours de visite. L'importance de la visualisation, qui fait pleinement partie du processus de mise en exposition (Desvallées et Mairesse, 2011), est ici renforcée par le dispositif technique en lui-même, dans la mesure où nous n'entrons dans cet univers diégétique qu'en mettant le casque de réalité virtuelle. Si le casque nous extrait de notre quotidien pour nous immerger dans une expérience sensible, comme peut le faire une exposition muséale, il induit cependant une dissonance cognitive liée au décalage entre nos systèmes vestibulaire et visuel. Le corps en VR est simultanément ancré dans le monde réel, et immergé dans un monde autre, imaginaire, auquel on accède par la vue, l'audition et le mouvement. Le dispositif VR individualise par ailleurs l'expérience là où l'exposition muséale se présente davantage comme un lieu d'interaction sociale (Dierking, 1994).

L'« expérience de l'œuvre » reste ainsi limitée, c'est-à-dire restreinte au cadre sémiotique proposé par les concepteur·rices des films. Le·a spectateur·rice n'a pas la possibilité de choisir son parcours, le sens de la visite étant imposé par le cadre narratif. Si l'ensemble des déplacements dans l'univers visuel du film s'effectue depuis un point de vue subjectif à la première personne, à l'instar des jeux vidéo, les possibilités d'actions sont de faible intensité (notamment sur un plan ludique) : au niveau temporel (le·a spectateur·rice ne peut que faire le choix de retirer le casque avant la fin du film), au niveau visuel (une liberté d'orientation de son regard dans un champ en 360°), ou au niveau des activités proposées (comme ne pas faire les actions prévues dans *Le Cri*, et ce n'est valable que pour un temps donné car le dispositif scénaristique inclut une injonction à l'action – toucher le tableau – avec l'apparition à l'écran d'un symbole d'aide⁷).

~~~~~

7. — [https://ifdigital.institutfrancais.com/sites/default/files/media/book-charles\\_ayats.pdf](https://ifdigital.institutfrancais.com/sites/default/files/media/book-charles_ayats.pdf)

### 3. Rentrer dans le tableau

Nous envisageons les films de la série *ARTE Trips* comme des dispositifs numériques reposant sur l'agencement de trois dimensions – plastique, narrative et immersive propres au 360° – qui sont agencées dans chacun de ces films de façon plus ou moins équilibrée, même si le plus souvent l'une d'elles paraît plus affirmée que les autres.

#### 3.1. Dimension plastique

Le dispositif VR d'*ARTE Trips*, par l'intermédiaire de la modélisation (Keumoe et Blot, 2023) de l'œuvre initiale, attache cette dernière à plusieurs principes propres aux nouveaux médias et à l'art numérique : la représentation numérique et la variabilité (Manovich, 2010). Le tableau est donné à voir à travers une image qui repose – et force souvent le regard à se focaliser – sur un ou plusieurs détails. Il est ainsi l'objet d'une exploration et actualisation répondant à une intention qui peut être plastique (« Claude Monet – L'obsession des Nymphéas ») ou narrative voire fictive (« *Le Cri* », « *Les Noces de Cana* », « *Condamnés à jouer* » et « *Caravaggio, in tenebris* »).

Dans « *Les Noces de Cana* » (1563) de Paul Véronèse (1528-1588), modélisé par Thomas Cheysson, Joséphine Derobe et Carlos Franklin en 2017, et dans « *Condamnés à jouer* », réalisé par Marie Sellier, Andrés Jarach et Gordon (2018) à partir du tableau *Jeux d'enfants* (1560) de Bruegel L'Ancien (1525-1569), l'exploration passe par le regard sur des détails qui enclenchent des séquences narratives. Elle est davantage plastique et s'associe au principe de variabilité dans « Claude Monet – L'obsession des Nymphéas » de Nicolas Thépot (2018), réalisé à partir de la composition *Les Nymphéas* (1899-1926) de Monet (1840-1926). Dans ce dernier film, les huit tableaux de la composition apparaissent par touches de couleurs qui se décomposent et se recomposent, se présentant enchaînés de manière chronologique – les dates de leurs réalisations s'affichant sur l'image (1908, 1914, 1918). Le passage des formes figuratives qui représentent les sources d'inspiration du peintre à des formes impressionnistes tirées des œuvres se fait de manière fluide à travers les mélanges de couleurs. La nature vivante représentée en 3D se métamorphose en traces de pinceaux qui rendent compte de la quête du peintre, son obsession même, à représenter la lumière au fil des saisons et les sensations afférentes. L'univers sonore vient appuyer cette sensorialité recherchée. Ainsi, le film 360° ne se limite pas à une simple représentation visuelle, mais il instaure un dialogue entre l'expérience sensorielle de l'artiste et son expression plastique.

Forme plastique contemporanisée en raison de sa matière numérique et sa promesse immersive, le film donne à voir le processus créatif de l'artiste. La question de la visibilité étant un enjeu essentiel de la réalité virtuelle, le dispositif permet ici d'entrer dans le tableau en train de se faire afin de comprendre comment les impressionnistes entendaient rendre visible la lumière par le choix des couleurs et des traces de peinture. L'aspect plastique affirmé est renforcé par le son qui fait entendre l'échange épistolaire entre Monet et son ami Clémenceau, interprété par les voix de deux comédiens.

Dans « Caravaggio, *in tenebris* » de Matthieu Van Eeckhout (2018), les trois tableaux du Caravage (1571-1610), *Les Tricheurs* (1594), *Méduse* (1597) et *Saint Jérôme écrivant* (1606), sont tout d'abord exposés sur les murs latéraux gigantesques du long escalier d'un ancien palais italien. Dans les bas-fonds, les personnages des tableaux sont découpés et réunis par un collage numérique dans l'interface-écran peuplé de serpents noirs animés. Le mouvement de la caméra, résolument ancré dans un point de vue subjectif, contraint le regard à survoler l'espace jusqu'à être aspirés par la bouche de Méduse ouverte sur un cri de frayeur.

Dans « *Le Cri* » de Sandra Paugam et Charles Ayats (2019), la variabilité atteint un degré supérieur. Le tableau coloré et encadré de Munch (1863-1944) est montré dans un espace muséal aux murs blancs. Lorsque la manette du-de la spectateur-riche le touche, il est progressivement envahi par des traces de pinceaux qui se métamorphosent en lignes en noir et blanc, puis s'échappent du cadre en se démultipliant. Le personnage horrifié du tableau, devenu fantôme volant, quitte alors furtivement l'interface-écran. Les lignes envahissent l'espace jusqu'à traverser le corps du-de la spectateur-riche qui s'y trouve immergé-e. Le tableau devient ainsi matière en mouvement.

### 3.2. La dimension narrative

Investies par le numérique, les œuvres d'art initiales sont introduites dans un processus de fictionnalisation proche de celui du cinéma. François Niney envisage la « modalisation par le dispositif », comme un processus qui relève d'un mode de production de sens dans et par l'expérience spectatorielle (Niney, 2009). Selon Roger Odin, les degrés de fictionnalisation définis par un continuum de procédés – narrativisation, diégétisation, mise en phase et fictivisation – participent à l'immersion dans l'expérience et à la place accordée à le-a spectateur-riche. Cette place dépend des niveaux de personnalisation de l'expérience – du « spectateur explorateur » au « spectateur-acteur » (Odin, 2000).

Le premier degré de fictionnalisation – la narrativisation – se matérialise par les voix off à la première personne incarnant Paul Véronèse dans « *Les Noces de Cana* » par laquelle il explicite la genèse de l'œuvre, ses intentions artistiques et les conséquences sur son destin d'artiste condamné par l'église « pour décrire des scènes triviales ». Un autre exemple se trouve dans l'incarnation du peintre et de son ami d'enfance Clémenceau dans « *Claude Monet – L'obsession des Nymphéas* ». Au-delà des aspects biographiques, les interprétations de la correspondance entre Monet et Clémenceau transmettent de manière éloquente la passion ardente du premier pour saisir l'essence intrinsèque de la nature, via une approche artistique et esthétique qui transcende les contraintes physiques de la vision. La matière documentaire se trouve narrativisée dans un cadre énonciatif nouveau rappelant la série *Palettes* diffusée sur La Sept puis ARTE (1988-2003), dans laquelle la dimension biographique et les propos concernent souvent le processus de création artistique. Dans les deux cas, cette narrativisation est accentuée par l'univers sonore immersif qui contribue au processus de diégétisation, à savoir : « voir un monde en lieu et place d'images sur un écran » (Odin, 2000, 19).

La modalisation ou mise en scène des espaces réels s'attache aux lieux de création ou d'exposition d'origine (le musée et l'atelier de Claude Monet, le monastère pour lequel a été commandé *Les Noces de Cana* de Véronèse, le palais romain dans « *Caravaggio, in tenebris* ») ou encore des espaces représentés dans le tableau *Jeux d'enfants* peint par Bruegel où la ville flamande médiévale devient le terrain de jeu des enfants dans le film VR « *Condamnés à jouer* ». Dans ce dernier, une imbrication d'univers diégétiques en mode « poupée russe » transporte de l'espace du musée à celui du tableau tout entier puis de l'espace du tableau à des détails où les personnages deviennent des dessins subtilement animés pendant la durée du jeu, puis du tableau à un espace domestique fictif où le jeu est interrompu par une voix féminine en off. Un travelling arrière dévoile alors une maquette reproduisant le tableau posé sur une table dans une chambre d'enfant comme un plateau de jeu. En choisissant des détails du tableau et en proposant un point de vue contemporain sur l'œuvre à travers des saynètes où jouent des enfants, « *Condamnés à jouer* » transforme le-a spectateur-riche, en observateur-riche du jeu. Ce film, par les voix, force le regard à se focaliser sur différents micro-récits et introduit une dimension interprétative de la toile tout en la détachant de l'histoire de l'art et du contexte dans laquelle elle a été créée. L'absence de voix off incarnant le peintre et le refus du registre documentarisant au bénéfice d'univers sonores immersifs donnent à l'expérience une forte dimension fictive.

Dans « *Le Cri* », le récit, s'apparentant à un cauchemar, est fondé sur des éléments biographiques du peintre Edvard Munch (la maladie des membres de sa famille, l'éruption d'un volcan en Indonésie et la découverte d'une sculpture péruvienne auraient inspiré la série peinte entre 1893-1917) et sur la tentative de représenter en images et en sons un état émotionnel de tension exacerbée par la destruction de l'espace muséal par des rouages mécaniques. Ce degré de fictionnalisation est accentué par un processus de mise en phase, c'est-à-dire « une modalité de la participation affective du spectateur au film » (Odin, 2000, 38). Le·a spectateur·rice expérimente corporellement la sensation de l'enfermement. Il n'y a plus d'échappatoire.

### 3.3. La dimension immersive

En partant du principe que « l'engagement du corps est au fondement de la dimension immersive » (Rueda *et al.*, 2021) des films en réalité virtuelle, nous pourrions postuler qu'il existe également une gradation des niveaux d'immersion dans le corpus analysé, allant du déplacement de la tête pour explorer l'espace du regard (degré zéro) à la sensation de déplacement dans l'espace du film et, passant également par des formes d'incitation à l'action et d'inclusion physique, émotionnelle, sensorielle, perceptuelle, fictionnelle plus développées.

Par la réduction de l'engagement corporel au seul regard et au mouvement de tête associé, « Condamnés à jouer » et « Claude Monet – L'obsession des Nymphéas » constituent des exemples du degré zéro de l'immersion. Dans le premier, le parcours visuel en 360° apporte un degré immersif minimal; quant au second, il s'inscrit dans un dispositif dont le peintre avait lui-même dessiné les plans (huit compositions des *Nymphéas*) au musée de l'Orangerie, instaurant une immersion visuelle par la disposition en 360°. Comme pour tout dispositif en VR, cette immersion propose des modes de présence singuliers (Bonfils *et al.*, 2021; Ballarini et Delestage, 2023) aux spectateurs·rices. Ces modes de présence singuliers, forts ou faibles (Gumbrecht, 2004, 135), se situent à l'articulation entre « l'espace des possibles » et « l'espace de l'action », configurés par l'expérience vécue. Via le casque, l'observation depuis n'importe quel endroit de l'espace représenté constitue la possibilité première du dispositif. Lorsque l'engagement du corps est plus important, d'autres caractéristiques viennent s'ajouter à cet effet de présence. Ainsi, dans « *Les Noces de Cana* » et « *Caravaggio, in tenebris* », l'exploration du regard se double d'un effet de déambulation produit par le long *travelling* avant subjectif qui trouble fortement la perception. Le vertige, l'inconfort et la perte

« *Le Cri* » propose une *interactivité* au sens où Samuel Bianchini et Jean-Paul Fourmentraux (2007) l'ont appréhendé avec la notion de « médias praticables », c'est-à-dire des environnements permettant une interaction grâce au mouvement de la manette. Le geste devient ici performatif, capable de déclencher une situation. Le film en VR opère comme un « média praticable » qui « réinscrit l'idée de dispositif dans une visée pragmatique de la création artistique », articulante à une « configuration » ou à un agencement technique, une « mise en œuvre d'art » et une forme renouvelée d'« attachement aux médias » (Bianchini et Fourmentraux, 2007, 97). Accaparé-e tout d'abord par la technicité du dispositif (couplage du casque et de la manette) qui l'incite à déclencher par le toucher un mouvement à la fois plastique et narratif menaçant, ensuite par le monde anxiogène du tableau et de l'espace simulé de la VR, le-a spectateur-ric se retrouve physiquement et émotionnellement opprimé.e. La prise (donner à voir le tableau autrement) et l'emprise (Bessy et Chateauraynaud, 1995) du dispositif immersif sont ici intensifiées. Ce dernier est finement construit à la fois par la narration, qui déclenche une « mise en phase » (Odin, 2000, 38) puissante, et par la plasticité numérique, qui rend tangible la matière picturale qui déborde littéralement le tableau.

#### 4. Dispositif de médiation : quel rapport aux œuvres ?

Pianezza *et al.* (2020) mettent en évidence que les discours autour de la médiation numérique patrimoniale s'appuient sur des arguments récurrents, qui relient « deux imaginaires aux enjeux symboliques forts » : celui du numérique et celui du patrimoine. En effet, ces deux imaginaires viennent nourrir les « promesses spectatorielles » attachées à *ARTE Trips*,

8. — Propos recueillis dans le cadre d'un entretien réalisé le 13/03/2024.

énoncées précédemment : le dispositif technologique permettrait de vivre une expérience inédite, sensible et immersive, mais aussi de se familiariser avec des œuvres d'art du patrimoine artistique.

Envisagée en tant que dispositif de médiation des tableaux de répertoire, la collection *ARTE Trips* rend compte d'un assemblage intermédial contemporain (Straw, 2021) d'œuvres d'art et de plusieurs médias – les médias audiovisuels traditionnels et les nouveaux médias, dont la réalité virtuelle. Cette intermédialité, qui est aussi une « remédiation » au sens de Bolter et Grusin (1999), induit des formes de médiation distinctes qui contemporanisent les œuvres en question.

Au-delà de l'agencement de l'espace dans lequel se retrouvent les spectateurs-rices, le processus de mise en exposition et de mise en récit se présente aussi comme un processus de médiation qui participe à l'opérativité symbolique des films. Ainsi, ces films 360° agencent trois dimensions constitutives des films en VR (plastique, narratif et immersif) qui induisent différentes formes de médiation, ou pour le dire autrement, différents modes d'adresse aux spectateurs-rices. Nous proposons ici d'explorer comment les productions de notre corpus s'inscrivent dans une gradation de médiations.

Si « *Les Noces de Cana* » s'inscrit dans le registre assez classique du discours savant sur l'histoire de l'art, « *Le Cri* » articule cette dimension à d'autres formes sensorielles. Au contraire, il n'existe aucun discours savant de médiation dans « *Condamnés à jouer* » qui extrait d'ailleurs l'œuvre du champ muséal pour la faire entrer dans un univers ludique, la transformant en plateau de jeu dans une chambre d'enfant. L'appropriation de l'œuvre par le biais d'un processus de fictionnalisation s'affranchit ainsi de toute volonté didactique, critique ou académique. À un niveau intermédiaire, « *Claude Monet – L'obsession des Nymphéas* » propose une médiation à la fois cognitive et sensorielle, tandis que le discours savant semble assujéti au registre ludique (sensibilisation à une démarche impressionniste). En quête des sensations et des émotions promises par le dispositif lui-même et par le discours paratextuel qui l'accompagne, on peut se demander cependant si le-a spectateur-riche ne risque pas d'abandonner l'écoute.

Les choix de réalisation peuvent aussi refuser toute volonté de médiation (ludique et/ou cognitive) pour proposer des expériences uniquement sensorielles. Dans « *Caravaggio, in tenebris* », par exemple, les tableaux sont soumis à un processus de métamorphose radicale : ils deviennent une interface où des figures animées absorbent virtuellement le-a spectateur-riche. Mais le dispositif peut également explorer des expé-

riences hybrides, à mi-chemin entre la médiation et l'emprise sensorielle, comme dans « *Les Noces de Cana* » et dans « *Le Cri* ». Dans ce dernier, la représentation du tableau sur les murs du musée, au début du film, se voit écartée. À sa place, le film forge l'expérience sensori-motrice comme une valeur propre au dispositif de la VR. Comme l'envisage Charles Ayats, co-réalisateur du film « *Le Cri* », toucher le tableau opère comme un « geste sacrilège » par rapport aux pratiques propres à la réception muséale.

## Conclusion : que deviennent les œuvres investies par ces dispositifs ?

Nous avons interrogé dans cette contribution le rapport aux œuvres originelles que ces dispositifs proposent en termes de promesse expérientielle et de médiations. Les technologies de la réalité virtuelle, via le visio-casque, renouvellent en effet les formes de médiation en proposant des expériences fondées sur l'engagement physique, intellectuel et émotionnel de la part du-de la spectateur-ric(e) vis-à-vis de l'œuvre revisitée. Cet engagement, que l'on peut associer à la capture « cognitive », dans la lignée des travaux sur l'économie de l'attention (Citton, 2014), et corporelle (via le casque), inscrit l'expérience de l'œuvre dans une logique d'individualisation forte – le-a spectateur-ric(e) se retrouve « isolé(e) » dans un monde imaginaire qui le coupe du monde réel et de la situation collective habituelle d'une visite muséale.

Les discours accompagnant l'expérience ancrent doublement les œuvres dans leur contexte originel, celui de l'époque de leur création, mais aussi, pour certains, celui de leur exposition (à l'exception de « Caravaggio, *in tenebris* » et « Condamnés à jouer »). Alors que la valeur d'exposition de l'œuvre originelle est souvent préservée et réactualisée dans ces films 360°/VR grâce au cadre muséal qui inaugure et clôture le récit, les films VR introduisent l'œuvre dans sa genèse et dans le contexte de son existence originale (l'époque et le lieu où elle a été créée). À travers le récit et la reconstitution des espaces de l'époque dans laquelle le tableau a été créé, ces films visent à réhabiliter la relation de l'œuvre avec le passé et l'Histoire. Ils proposent alors une temporalité qui confronte le temps du tableau (l'époque à laquelle il renvoie et le récit qu'il déploie) et le temps présent de son énonciation. La temporalité dénotée par les lieux – le monastère dans « *Les Noces de Cana* » et le palais romain dans « Caravaggio, *in tenebris* », par exemple – entre en tension avec la contemporanéité de l'image virtuelle et du dispositif VR. Ces procédés de narrativisation,

Ces productions ne semblent pas pour autant tenir la promesse expérientielle affichée par les discours d'accompagnement de la collection, en raison essentiellement des contraintes techniques du dispositif. La faisabilité de l'expérience et son corollaire, la crédibilité des mondes fabriqués, se heurtent aux environnements dans lesquels cette expérience s'inscrit. La maîtrise du visio-casque et des manettes d'interaction est loin d'être évidente. Le contexte de communication appréhendé comme un « faisceau de contraintes » sur lesquelles repose le fonctionnement ou le non-fonctionnement de la communication (Odin, 2011, 25), ainsi que le processus de production du sens (Odin, 2011, 39), s'avèrent peu clairs : éditorialisés par la plateforme numérique et médiatique *Arte.tv*, ces objets nécessitent une inscription et un accueil spatio-temporels physiques. Les festivals et les institutions muséales constituent de ce fait les espaces de communication privilégiés, comme le souligne Alexandre Roux<sup>9</sup>, de la société de production Lucid Realities, à l'origine de « Claude Monet – L'obsession des Nymphéas » et de « Condamnés à jouer ». Ces lieux de circulation sont donc essentiels pour permettre l'existence de ces objets à la fois techniques, sociaux et culturels que sont les contenus immersifs.

9. — Propos recueillis dans le cadre d'un entretien réalisé le 06/03/2024.

## Bibliographie

- BAAZIZ, A. (2018). Smart Muséums : Vers l'émergence de nouvelles médiations muséales. *AIDAinformazioni: Rivista di Scienze dell'informazione*, 36(3-4), 9-36. <https://univ-tln.hal.science/hal-02120339/>
- BALLARINI, M. ET DELESTAGE, C.-A. (2023). Dissonance des objectifs dans la chaîne de production des œuvres patrimoniales en réalité virtuelle. Trouver le compromis entre transmission des savoirs et expériences émotionnelles. *Réseaux*, 242(6), 163-202. <https://doi.org/10.3917/res.242.0163>
- BENJAMIN, W. (1939/2013). *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*. Payot.
- BIANCHINI, S. ET FOURMENTRAUX, J.-P. (2007). Médias praticables : l'interactivité à l'œuvre. *Sociétés*, 96(2), 91-104.
- BESSY, C. ET CHATEAURAYNAUD, F. (1995). *Experts et faussaires. Pour une sociologie de la perception*. Métailié.
- BOLTER J. D. ET GRUSIN R. (1999). *Remediation. Understanding new media*. The MIT Press.
- BONFILS, P. E. H., DUMAS, P., REMOND, E., STASSIN, B. ET VOVOU, I. (2021). L'éducation aux médias tout au long de la vie. *Colloque international Ticemed 12. L'Éducation aux médias tout au long de la vie : des nouveaux enjeux pédagogiques à l'accompagnement du citoyen*. Association Internationale Ticemed. <https://shs.hal.science/halshs-03206274>.
- CALLEJA, G. (2011). *In-Game: From Immersion to Incorporation*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/8429.001.0001>
- CITTON, Y. (2014). *Pour une écologie de l'attention*. Seuil.
- DAVALLON, J. (2000). *L'exposition à l'œuvre. Stratégies de communication et médiation symbolique*. L'Harmattan.
- DESVALLÉES, A. ET MAIRESSE, F. (dir.) (2011). *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*. Armand Colin.
- DEWEY, J. (1934/2005). *L'art comme expérience*. Gallimard, collection Folio essais.
- DIERKING, L. D. (1994). Rôle de l'interaction sociale dans l'expérience muséale (Publics et musées, Trad.). *Publics et Musées*, 5(1), 19-43. <https://doi.org/10.3406/pumus.1994.1035>
- GHARSALLAH-HIZEM, S. (2009). Le rôle de l'espace dans le musée et l'exposition. *Muséologies*, 4(1), 16-33. <https://doi.org/10.7202/1033529ar>
- GUELTON, B. (2014). *Les figures de l'immersion*. Presses universitaires de Rennes.
- GUMBRECHT, H. U. (2004). *Production of presence: What meaning cannot convey*. Stanford University Press.
- JAUSS, H. R. (1978). *Pour une esthétique de la réception* (C. Maillard, Trad.). Gallimard.

- JOST, F. (2011). Peut-on parler de télévision culturelle ?. *Télévision*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.3917/telev.002.0009>
- KEUMOE, G. D. ET BLOT, C. (2023). Transformer les pratiques muséales au Cameroun grâce à la visualisation 3D. *Humanités numériques*, 7. <https://doi.org/10.4000/revuehn.3315>
- MANOVICH, L. (2010). *Le langage des nouveaux médias* (R. Crevier, Trad.). Les Presses du réel.
- MERLEAU-PONTY, M. (1945). *Phénoménologie de la perception*. Gallimard.
- NINEY, F. (2009). *Le documentaire et ses faux-semblants*. Klincksieck.
- ODIN, R. (2011). *Les espaces de communication. Introduction à la sémio-pragmatique*. Presses universitaires de Grenoble.
- ODIN, R. (2000). *De la fiction*. De Boeck Supérieur.
- PIANEZZA, N., NAVARRO, N. ET RENAUD, L. (2020). Pour une archéologie de l'injonction : *leit-motifs* dans la presse autour des projets numériques patrimoniaux. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 19/3A(S1), 27-38. <https://doi.org/10.3917/enic.hs8.0027>
- RENAUD, L. (2019). Le paratexte pour penser la configuration des pratiques numériques. *Communication & langages*, 202(4), 83-95. <https://doi.org/10.3917/com1a1.202.0083>
- RUEDA, A., LEFEBVRE, M., MORETTI, I. ET MOLINIER, P. (2021). *Traveling While Black* : documentaire immersif et expériences des spectateurs. J.-C. Domenget, B. Lafon et S. Cordonnier (dir.), *Sociétés et espaces en mouvement. Actes du XII<sup>e</sup> congrès de la SFSIC, 9-10 juin 2021*. SFSIC, 940-949. <https://www.sfsic.org/wp-inside/uploads/2022/04/actes-congres-sfsic-2021-grenoble.pdf>
- SCHUBERT, T., FRIEDMANN, F. ET REGENBRECHT, H. (2001). The Experience of Presence: Factor Analytic Insights. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 10(3), 266-281. <https://doi.org/10.1162/105474601300343603>
- SLATER, M. ET WILBUR, S. (1997). A Framework for Immersive Virtual Environments (FIVE): Speculations on the Role of Presence in Virtual Environments. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(6), 603-616. <https://doi.org/10.1162/pres.1997.6.6.603>
- STRAW, W. (2021). Assemblages intermédiaires : papier, disque, film. *Communication & langages*, 208-209(2), 195-209. <https://doi.org/10.3917/com1a1.208.0195>
- TRICLOT, M. (2012). L'immersion n'existe pas. V. Tirloni (dir.), *L'image virtuelle*. Éditions Modulaires Européennes. <https://shs.hal.science/halshs-01666832>



Coordination :  
Marion Dalibert  
et Florence Rio

**VARIAS**



# L'engagement des artistes hip-hop à l'ère des réseaux socionumériques et de Black Lives Matter

*Rap Music, Obama and Black Lives Matter:  
Rappers' Activism in the Digital Era*

Keivan Djavadzadeh

*Cemti (Centre d'études sur les médias, les technologies et l'internationalisation),  
Université Paris 8  
kdjavadzadeh@univ-paris8.fr*

## RÉSUMÉ – ABSTRACT

Cet article met en évidence un engagement fort et en partie renouvelé des artistes hip-hop au tournant des années 2010, en lien avec l'essor des réseaux socionumériques. Déterminées à porter Obama au pouvoir en 2008, un grand nombre d'artistes ont témoigné d'un engagement partisan inédit à l'époque. Par la suite, lorsqu'un mouvement de contestation de grande ampleur s'est fait jour pour protester contre les violences policières et le sort fait aux personnes noires aux États-Unis, plusieurs artistes de premier plan ont mis leur notoriété et leur visibilité en ligne au service de la médiatisation du mouvement Black Lives Matter.

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

Mots-clés : rap, activisme, mouvement social, élections, réseaux socionumériques, Black Lives Matter, États-Unis

*This paper explores the renewal, as of 2010, of hip-hop artists' political activism in the age of social media and the Black Lives Matter movement. Hip-hop artists strongly supported Obama's candidacy in 2008; Obama was hailed as America's first hip-hop president. These artists subsequently lent their support to the Black Lives Matter movement, expressing feelings of identification with victims of police violence and seeking to give a voice to those who are voiceless. Hip-hop artists have thus used their fame and online visibility to help propel social change.*

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

*Keywords: rap, activism, social movement, elections, social media, Black Lives Matter, United States*

Rap « conscient », « engagé » ou « politique » : les expressions ne manquent pas pour souligner la dimension politique de cette musique. Au-delà de la diversité des scènes, des contextes géographiques et des époques, le rap est souvent abordé par le prisme de l'engagement et parfois ramené à une supposée essence contestataire. Si les lectures politiques du rap sont légion, il convient néanmoins de rappeler que cette musique n'a pas toujours été animée par un esprit ouvertement revendicatif. Expression culturelle populaire née dans le South Bronx, à New York, vers le milieu des années 1970, le rap était à l'origine une musique festive destinée à animer les fêtes de quartiers et les soirées en club. Ce n'est que progressivement, avec des morceaux comme « Hard Times » de Kurtis Blow (1980) et, surtout, « The Message » de Grand Master Flash and the Furious Five (1982), qu'un discours social et politique apparaît dans le rap (Rabaka, 2012, 58). Depuis lors, il est devenu fréquent de distinguer, dans les médias, la littérature universitaire ou parmi les fans, entre les artistes « conscient-es » et les autres, en valorisant les premier-ères au détriment des second-es. Cela à plus forte raison que le rap s'est transformé dans les années 1990, sous l'effet des investissements massifs de l'industrie musicale, et que « la musique, la mode et les modes de vie de la jeunesse noire des quartiers [ont été convertis] en marchandises » (Collins, 2006, 133).

La popularité du rap auprès d'un public blanc de classe moyenne a par ailleurs pu être interprétée dans les années 2000 comme le signe du passage à une Amérique « post-raciale », ce qu'aurait confirmé l'élection en 2008 de Barack Obama, auprès de qui un grand nombre d'artistes hip-hop s'étaient engagé-es. Outre que de nombreuses recherches se sont depuis attachées à déconstruire ce mythe, mettant en évidence une aggravation des inégalités matérielles ethnoraciales (Richomme, 2014) ainsi que la persistance de la racialisation médiatique (Rebillard et Noûs, 2020, 18), la distinction entre un rap « politique » et un rap qui ne le serait pas apparaît réductrice, en cela qu'elle ignore la nature complexe des « politiques culturelles noires » (Rose, 1994). On pourrait ainsi se demander si le caractère « politique » du rap est à rechercher du côté des paroles ou bien dans les prises de position des artistes dans le débat public. Ne pourrait-il pas se matérialiser aussi – et peut-être surtout – dans la façon dont des publics minoritaires s'emparent de morceaux, auxquels ils prêtent un sens politique ? Poser ces questions

Afin de rendre compte des continuités comme des transformations de l'engagement des artistes hip-hop en lien avec le contexte sociopolitique, la contribution reviendra d'abord sur la façon dont les artistes en sont venu-es à s'engager en faveur de Barack Obama puis du parti démocrate, après des années de mise à distance des partis politiques traditionnels. Si les réseaux socionumériques ont progressivement été mis à contribution à des fins de propagande électorale, les artistes ont aussi pu s'engager dans les campagnes par d'autres biais. Cela étant posé, l'article abordera plus spécifiquement le rapport de ces artistes au mouvement Black Lives Matter, en lien avec l'essor des réseaux socionumériques. Il s'agira notamment de voir comment les artistes ont participé de la mise en visibilité du mouvement en ligne, anticipant ou répondant aux injonctions qui leur étaient faites de s'engager. Et comment, ce faisant, ils et elles ont façonné leur image publique.

L'article repose d'abord sur une ethnographie en ligne (Jouët et Le Caroff, 2013), appuyée principalement sur l'observation de l'activité en ligne d'une vingtaine d'artistes hip-hop<sup>1</sup> entre 2016 et 2022, essentielle-

1. — Parmi ces artistes, dont la carrière est tournée vers les États-Unis, se trouvent 6 lack, Azealia Banks, Beyoncé, Cardi B, Chika, Common, DeJ Loaf, Doja Cat, Drake, Iggy Azalea,

En plus de cette immersion en ligne, je me suis tourné de manière secondaire vers un corpus composé de plusieurs centaines d'articles issus de la presse d'information généraliste (*Huffington Post*, *New York Times*, *Washington Post*, *Time*, etc.) mais aussi de la presse spécialisée musique (*Billboard*, *Vibe*, *XXL*, *The Source*, *Spin*, *Giant*, *Fader*, *Complex*, etc.) ou magazine (*Paper*, *Bust*, *Essence*, *Vogue*, *Interview*, etc.), ainsi que d'émissions de radio, principalement diffusées sur la station Hot 97

J. Cole, Joey Badass, Kanye West, Kendrick Lamar, Killer Mike, Lil Wayne, Lizzo, Megan Thee Stallion, Nicki Minaj, Noname, Princess Nokia, Rapsody, Rihanna, The Weeknd, Young M.A.

et Power 105.1, s'étalant du milieu des années 2000 à 2022. À travers ce corpus, il ne s'agissait pas de procéder à une analyse du discours journalistique rapportant les engagements des artistes de rap, et donc d'interroger leur médiatisation. Mon objectif était d'obtenir davantage d'informations, en prenant connaissance de modalités d'engagement n'ayant pas fait l'objet d'une publicité en ligne par les artistes ou situées au-delà de mon champ d'observation. À ce stade, il paraît important de lever toute ambiguïté : cet article porte sur l'image publique des artistes, et non sur leur degré réel de politisation ou la « sincérité » de leurs engagements, qui ne sauraient être mesurés à travers une observation en ligne. Des artistes fortement sensibilisé-es ou mobilisé-es auprès de différentes causes peuvent taire leur participation sur les réseaux quand d'autres, désintéressé-es de la question politique mais soucieux-ses de ne pas s'aliéner leur public, peuvent se contenter de messages sur les réseaux socionumériques ou de « likes », considérant qu'il s'agit là de modalités les engageant en réalité peu. Ainsi, l'étude ne prétend pas accéder à une sorte de « vérité » des positionnements politiques des artistes mais cherche plus modestement à rendre compte de leur *persona* (Dyer, 2004) à travers l'exposé des prises de position publique et des interactions des artistes de rap avec le public, sur Twitter et Instagram.

## 2. Comment Obama est devenu le premier président hip-hop

Que ce soit dans leurs chansons, leurs actions ou en interviews, les artistes hip-hop refusaient, depuis les années 1980, de prendre position en faveur de l'un ou l'autre des deux grands partis. De nombreux morceaux de rap ciblaient certes spécifiquement les politiques sécuritaires et d'austérité du parti républicain mais il aurait été exagéré d'y déceler les traces d'une quelconque allégeance au parti démocrate. Si ce dernier était relativement épargné, c'est avant tout parce qu'il était moins exposé sous les présidences Reagan et Bush. D'ailleurs, le retour aux affaires des démocrates, à la faveur de l'élection de Bill Clinton en 1992, ne suscita guère d'enthousiasme dans la culture hip-hop (Meyer et Snyder, 2013, 232-233). L'idée qu'un président, même démocrate, ne saurait représenter les jeunes noir-es des classes populaires y est alors très présente. Si plus de 80 % de l'électorat noir avait voté pour le candidat démocrate en 1992 et 1996, ce dernier était loin de faire l'unanimité auprès de la communauté hip-hop. Il est vrai que Clinton s'était aliéné une part importante des artistes et fans de rap avant même son élection, à la suite de ses attaques

Si les artistes hip-hop s'opposèrent ouvertement à George W. Bush et au parti républicain par la suite, ils et elles ne soutenaient pas pour autant le parti démocrate, dans un mouvement qui allait de l'indifférence à la dénonciation. La mise à distance des partis traditionnels n'est pas propre au monde du hip-hop et peut s'expliquer par un sentiment de défiance mais aussi une volonté d'autonomisation stratégique des artistes (Roussel, 2011, 126). Durant les années 1990 et 2000, les artistes hip-hop préfèrent former leurs propres associations ou s'engager auprès de celles déjà existantes jugées plus représentatives, comme la National Association for the Advancement of Colored People (NAACP) ou la plus controversée Nation of Islam de Louis Farrakhan. Bien que les artistes hip-hop ne donnent pas de consignes de vote, un nombre croissant s'impliquent en appelant, aux côtés de la NAACP entre autres, à s'inscrire sur les listes électorales. Les initiatives se multiplient dans les années 2000, en commençant par la création en 2001 du Hip-Hop Summit Action Network (HSAN) par Russel Simmons, cofondateur de Def Jam Records, et Benjamin Chavis, ancien secrétaire général exécutif de la NAACP (Watkins, 2005, 152-158). Des poids lourds du hip-hop, comme Common, Jay-Z, LL Cool J, Kanye West ou encore P. Diddy, s'associent aux actions du HSAN en vue d'obtenir l'inscription de la jeunesse noire sur les listes électorales<sup>2</sup>. En 2004, le dernier cité crée également sa propre fondation, Citizen Change, qui se donne pour objectif de rendre le vote « sexy » et dont les actions sont relayées par des médias d'information comme le *New York Times* ou le *Washington Post*. Si, dans un premier temps, les artistes n'appellent pas explicitement à voter pour l'un ou l'autre des candidats, les choses changent spectaculairement avec la campagne de 2008. Le slogan « *Vote or Die* » de Citizen Change en 2004 est d'ailleurs détourné par P. Diddy lui-même en 2008, laissant place à « *Obama or Die* ».

De manière ironique, Toni Morrison avait fait de Bill Clinton le « premier président Noir » des États-Unis (Rolland-Diamond, 2016, 468). Obama fut lui, sans contestation possible, le premier président hip-hop. Sa déclaration de candidature en février 2007 emporta largement l'adhésion

2. — Voir Hosten, A. (2004, 3 mai). From Street Poetry To Straight Politics: Hip-Hop's Growing Influence On Social Issues. *Jet*, 61-64.

des artistes hip-hop, dont nombre de médias généralistes s'empressent à l'époque de recueillir la parole<sup>3</sup>. Même les sorties pré-campagne d'Obama contre le rap n'apparaissaient pas rédhitoires (Nielson et Gosa, 2015, 5). Les grands noms de la culture hip-hop se mobilisèrent pour faire désigner puis élire Barack Obama, de John Legend à Jay-Z en passant par Kanye West, Will.i.am, P. Diddy, Mary J. Blige ou Beyoncé. Le soutien ostensible de certains rappeurs pouvait cependant se révéler à double tranchant. Barack Obama n'eut ainsi pas d'autre choix que de désavouer Ludacris, qui le soutenait, lorsque ce dernier publia « Politics As Usual », un morceau dans lequel il se montrait injurieux envers plusieurs responsables politiques. Pressé par les médias conservateurs et les Républicains de se désolidariser d'autres rappeurs durant la campagne, Barack Obama s'y refusa et leur conserva sa sympathie, conscient du pouvoir mobilisateur de la culture hip-hop. Pour la première fois, un candidat était parvenu à s'adjoindre les services d'artistes rap tout en conservant la respectabilité nécessaire pour se faire élire (Glorzelany-Mostak, 2016, 113-148).

Malgré toutes ses attentions, Obama vit ses liens avec la communauté hip-hop se distendre durant son mandat. Là où aucun artiste hip-hop de premier plan ne s'était véritablement exprimé contre lui en 2008, des voix dissonantes commencèrent à se faire entendre dès 2010 (Ogbar, 2015, 47-48). Lupe Fiasco fut l'un des plus virulents, qualifiant le président, dans une interview en 2011 pour l'émission *What's Trending* diffusée sur CNN, de « terroriste » en raison de sa politique internationale, notamment au Proche-Orient. Les soutiens de la première heure manifestaient eux aussi de l'impatience, à l'image de Jay-Z ne pouvant que constater que « les chiffres [du chômage] ne mentent pas<sup>4</sup> ». L'exercice du pouvoir avait entamé le crédit de Barack Obama auprès des artistes hip-hop et d'une partie de son électorat mais c'était bien souvent le système politique plus que l'homme lui-même qui se trouvait mis en cause. Toujours soutenu, Obama fut réélu à la faveur d'une mobilisation très importante de l'électorat noir, dont le taux de participation dépassa pour la première fois celui de l'électorat blanc<sup>5</sup>.

L'ère Obama se caractérise par un engagement inédit des artistes hip-hop. Davantage que le parti démocrate néanmoins, ce sont bien la personnalité charismatique d'Obama et le symbole que ce dernier

3. — Hamby, P. (2007, 17 août). Barack Obama gets name-dropped in hip-hop. CNN. <http://edition.cnn.com/2007/POLITICS/08/17/obama.hip.hop/index.html>

4. — Nielson, E. (2012, 23 août). How Hip-Hop Fell Out of Love With Obama. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/music/2012/aug/23/why-hip-hop-deserting-obama>

5. — Wheaton, S. (2013, 8 mai). For First Time on Record, Black Voting Rate Outpaced Rate for Whites in 2012. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2013/05/09/us/politics/rate-of-black-voters-surpassed-that-for-whites-in-2012.html>



Même chez des artistes féminines sensibles à la question, l'identité de genre de la candidate ne semblait pas être un argument suffisant. Le 8 mars 2016, dans la très populaire émission de radio *The Breakfast Club*, diffusée sur la radio new-yorkaise spécialisée dans les musiques dites « urbaines » Power 105.1, la rappeuse Cardi B, soutien de Bernie Sanders, déclarait : « J'aime bien Hillary, parce que c'est une femme, et une femme forte. Mais j'ai l'impression qu'elle est fausse, qu'elle est prête à sortir un dab juste pour gagner quelques voix et avoir l'air cool [...]. Ferme-la, tu t'en fous des Noirs, tu t'en fous des minorités. » Mariée à un ancien président perçu comme hostile au hip-hop et peu engagée sur les questions de justice sociale, Clinton n'incarnait pas le renouveau de la classe politique. Une fois intronisée par le parti démocrate, les artistes hip-hop s'exprimant sur l'élection se rangèrent néanmoins majoritairement derrière elle et, pour certain-es, se produisirent à des meetings de soutien<sup>8</sup>. Durant la campagne, seule la controversée Azealia Banks prit publiquement position en faveur de Donald Trump sur Twitter, avant de se rétracter sur Facebook (Images 3 et 4).



**Image 3 :** Tweets de Azealia Banks (@AZEALIABANKS) publiés le 1er février 2016<sup>9</sup>

8. — Phillip, A. (2016, 4 novembre). Clinton pitches to minority millennials with help from Beyoncé, Jay Z. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/news/post-politics/wp/2016/11/04/beyonce-big-sean-chance-the-rapper-to-perform-with-jay-z-at-hillary-clinton-concert-in-cleveland>.

9. — <https://twitter.com/AZEALIABANKS/status/694056922593562624> [compte suspendu].

7 octobre 2016 · Facebook Creator for iOS · 🌐

I tried.... I reached ....

I take it all back.

  976

122 commentaires 44 partages

 J'aime

 Commenter



8:38 PM · Jul 4, 2020



1.2M



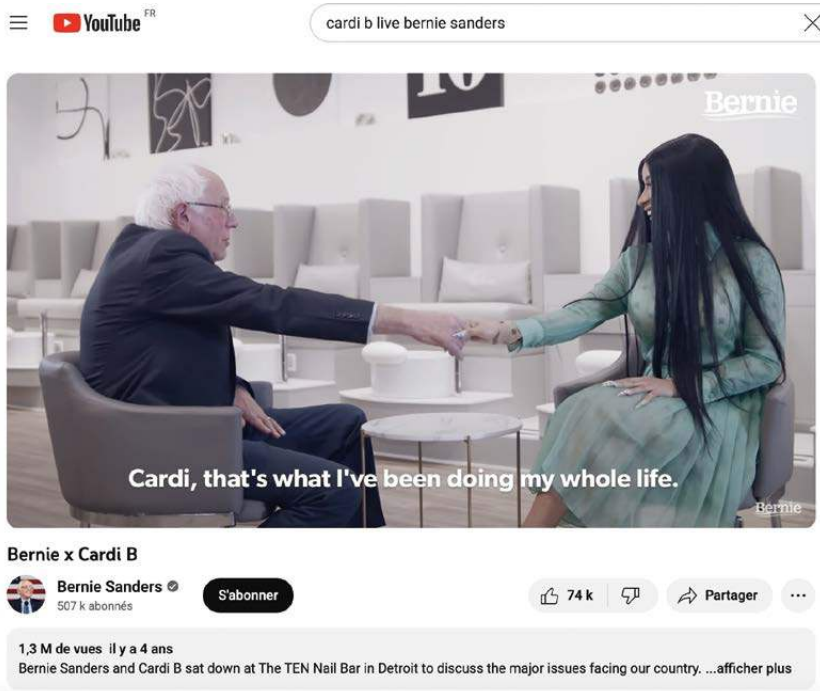
418.7K people are Tweeting about this

L'investissement des artistes hip-hop dans les campagnes électorales semble durable et se manifeste dès les primaires, comme nous avons pu l'observer lors de la présidentielle de 2020. Cardi B participa par exemple à la campagne de Bernie Sanders pour l'investiture démocrate, s'affichant

10. — <https://www.facebook.com/azealiabanksmusic/posts/i-made-a-major-mistake-endorsing-toupey-toupee-womens-rights-are-important-and-w/929472750490741/>

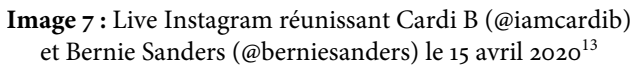
11. — <https://twitter.com/kanyewest/status/1279575273365594112> [tweet supprimé].

à ses côtés dans un clip de campagne tourné dans un salon de manucure (Image 6). Elle l'interrogea également à l'occasion d'un live Instagram ayant réuni jusqu'à 900 000 personnes (Image 7). L'engagement des artistes hip-hop ne se limite pas, néanmoins, aux périodes électorales. On les retrouve fortement mobilisé-es auprès du mouvement social et des actions communautaires, particulièrement dans un contexte de reconfigurations des luttes minoritaires (Célestine et Martin-Breteau, 2016).



**Image 6 :** Vidéo « Bernie x Cardi B » publiée sur YouTube (@BernieSanders) le 15 août 2019<sup>12</sup>

12. — <https://www.youtube.com/watch?v=p1ubTsrZFBU>



C'est durant le second mandat d'Obama que s'est structuré, autour de la thématique des violences policières et du racisme structurel de la société états-unienne, un mouvement social d'une ampleur inédite depuis celui des droits civiques. Le mouvement est né en juillet 2013 en réaction à l'acquiescement de George Zimmerman du meurtre de Trayvon Martin, un adolescent noir de dix-sept ans qu'il avait abattu. À l'annonce du verdict, Alicia Garza publie sur son compte Facebook le message suivant : « Personnes noires. Je vous aime. Je nous aime. Nos vies comptent. » Son amie Patrisse Cullors partage le statut, en lui adjoignant le hashtag #BlackLivesMatter qui, investi d'une « politique affective » (Cervulle et Pailler, 2014), deviendra viral. La militante associative Opal Tometi, forte de son expérience de *community organizing*, leur soumet l'idée de monter une plateforme en ligne afin de faciliter la coordination d'actions au niveau national de manière horizontale et décentralisée. Le mouvement prend véritablement de l'ampleur l'été suivant, avec les morts d'Eric Garner, décédé à New York après un plaquage ventral effectué par la police, et du jeune Michael Brown, tué par un policier blanc à Ferguson. Il continuera de gagner en importance, après les morts d'Alton Sterling, Philando Castile, Breonna Taylor et George Floyd, entre autres (Khan-Cullors et Bandele, 2018).

13. — [https://www.instagram.com/p/B\\_BYX1og27K/](https://www.instagram.com/p/B_BYX1og27K/)

Loin de constituer des phénomènes récents, la contestation des violences policières et du racisme institutionnel à l'encontre des minorités a néanmoins gagné en visibilité ces dernières années, dans un contexte de transformation de la visibilité policière à l'ère numérique (Meyer et Tanner, 2017). Les réseaux socionumériques ont en effet rendu possible et amplifié la mise en circulation d'images de violences policières et touché un large public engagé émotionnellement (Carney, 2016). L'une des initiatrices de Black Lives Matter avance ainsi que ce sont :

« les réseaux sociaux [qui] ont tout changé. Tous les jours, à chaque instant, les personnes noires sont bombardées d'images de nos morts. Et au bout d'un moment, ça produit un effet psychologique. Ça dit littéralement qu'en tant que personne noire, tu pourrais être le ou la prochaine. Ce sera bientôt ton tour<sup>14</sup> ».

Une communauté d'affects a ainsi pu se déployer en ligne, contribuant à l'alignement de l'individu sur le collectif à travers les émotions. Considéré-es par une large partie du public et des médias comme des leaders d'opinion, les artistes hip-hop ont été amené-es à prendre part à cette « économie affective » (Ahmed, 2004/2023).

Si les dimensions émotionnelles des processus de mobilisation ont longtemps été ignorées ou jugées secondaires par la littérature sur les mouvements sociaux, on reconnaît aujourd'hui leur centralité, particulièrement à l'heure des réseaux socionumériques (Alloing et Pierre, 2020). Puisque la participation engage les corps et les cœurs, elle suppose, au-delà des arguments rationnels, de se sentir suffisamment impliqué-e émotionnellement pour agir (Blondiaux et Traïni, 2018, 29). La question de l'affect est directement mobilisée par les artistes. C'est par exemple un sentiment d'identification que met en avant J. Cole dans un post de blog accompagnant la publication, le 14 août 2014, du morceau « Free », écrit après la mort de Michael Brown : « Ça aurait pu être moi. Ou ça aurait pu être mon meilleur ami. J'en ai assez de ne plus rien ressentir lorsque des hommes noirs meurent [...] J'ai écrit un morceau. Pour dire ce qu'on ressent » (Image 8). Plusieurs grands noms de la culture hip-hop, parmi lesquels Beyoncé, Common, Rihanna, Chance The Rapper ou encore Janelle Monáe, ont également participé à la campagne en ligne « 23 Ways You Could Be Killed if You Are Black in America », imaginée par Alicia Keys et son organisation caritative « We Are Here Movement » (Image 9).

14. — Gebreyes, R. (2014, 9 octobre). Patrice Cullors Explains How Social Media Images of Black Death Propel Social Change. *HuffPost*. [https://www.huffpost.com/entry/patrisse-cullors-social-media-black-death\\_n\\_5956906](https://www.huffpost.com/entry/patrisse-cullors-social-media-black-death_n_5956906)



Image 8 : Post sur le site du label Dreamville le 15 août 2014<sup>15</sup>



Image 9 : Vidéo « 23 Ways You Could Be Killed if You Are Black in America », postée sur YouTube (@MicDotCom) le 13 juin 2016<sup>16</sup>

15. — <http://www.dreamvillain.net/free/>.

16. — <https://www.facebook.com/MicMedia/videos/1177346632288125/>

Les artistes sont renvoyé-es à une fonction de représentation, qu'ils et elles peuvent revendiquer en retour en raison de leur « identification comme célébrités et [de] leur accès à des arènes médiatiques » (Roussel, 2009, 58). Princess Nokia estime que « les gens font davantage attention à ce que nous disons et [que] cela nous donne du pouvoir<sup>17</sup> ». Joey Bada\$\$ affirme lui se sentir investi de la mission « de parler au nom des sans voix [...] et d'informer le monde<sup>18</sup> », là où Rapsody avance que le premier devoir d'un-e artiste est de « refléter son époque<sup>19</sup> ». Si beaucoup s'enorgueillissent de ce « mandat de responsabilité minoritaire » (Hammou, 2014, 83-90), certain-es refusent les injonctions à s'exprimer au nom de toute une communauté et à prendre position sur des sujets politiques, transgressant les règles implicites du contrat de communication du rap. C'est le cas d'\$ap Rocky qui, dans une interview pour *Time Out*, s'étonnait que l'on puisse attendre de lui un avis sur les mouvements de protestation :

19. — Carmichael, R. (2019, 9 août). With 'Eve,' Rapsody Wields The Legacies Of Legendary Black Women, From Nina To Serena. *NPR*. <https://www.npr.org/2019/08/09/749645215/with-eve-rapsody-wields-the-legacies-of-legendary-black-women-from-nina-to-seren>

« Pourquoi est-ce que je devrais me sentir obligé de rapper à propos de Ferguson ? [...] Parce que je suis Noir ? On me prend pour Al Sharpton<sup>20</sup> ou quoi ? [...] Je suis A\$ap Rocky. Je n'ai jamais signé pour être un activiste [...] Je vis à Soho et Beverly Hills. Comment tu veux que je m'identifie<sup>21</sup> ? »

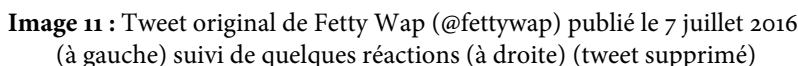
Quant à Lil Wayne, interrogé le 2 novembre 2016 dans l'émission *Nightline*, diffusée sur la chaîne ABC, sur le mouvement Black Lives Matter, avec lequel il affirmait ne pas se sentir en phase, il mit fin à l'interview en déclarant, irrité, ne pas être « un putain de politicien ».

Au-delà des sensibilités, cette réticence à s'exprimer sur les sujets politiques peut s'expliquer, entre autres, par une certaine conception de l'activité d'artiste ainsi que par des considérations commerciales (Roussel, 2011, 175). Les artistes hip-hop souhaitent généralement échapper au stigmate de l'artiste « politique », moins porteur commercialement. Cela à plus forte raison que certains sujets, particulièrement ceux liés au racisme et aux violences policières, apparaissent clivants. Ne pas prendre position et se taire sur les sujets prêtant à controverse n'est pas une stratégie sans risque pour autant, les artistes pouvant être rappelé·es à l'ordre. Parce qu'ils avaient accepté de se produire à la mi-temps du Super Bowl, contrevenant au boycott officiel de l'événement par le monde du hip-hop, Travis Scott et Big Boi firent l'objet de pressions de la part de fans et de militant·es (mais aussi d'artistes). Dans une pétition largement relayée grâce à son hashtag, on demanda aux rappeurs de renoncer à leur participation à l'événement ou de mettre #UnGenouATerre [#TakeAKnee] durant leur performance (Image 10).

20. — Militant des droits civiques et homme politique africain-américain lié au parti démocrate.

21. — Barlow, E. (2015, 8 septembre). ASAP Rocky talks dropping acid, Ferguson and being intimidated by women. *Time Out*. <https://www.timeout.com/newyork/music/asap-rocky-talks-dropping-acid-ferguson-and-being-intimidated-by-women>.





23. — [https://twitter.com/search?q=RavenxMiyagi%20all%20lives%20matter&src=typed\\_query&f=top](https://twitter.com/search?q=RavenxMiyagi%20all%20lives%20matter&src=typed_query&f=top)

Devant les menaces que fait peser sur une carrière dans le rap ce type de controverses, les artistes n'ont généralement pas d'autres choix que de réagir, la plupart du temps pour préciser leurs propos ou faire amende honorable, à l'image de Fetty Wap présentant ses excuses ou de Denzel Curry estimant avoir été mal compris (Images 13 et 14).



**Image 13 :** Tweet de Fetty Wap (@fettywap) publié le 8 juillet 2016<sup>24</sup>



**Image 14 :** Tweet de Denzel Curry (@RavenxMiyagi) publié le 11 juillet 2016 (tweet supprimé)

Si des artistes ont pu être attaqués pour leur engagement jugé défail-  
lant, un plus grand nombre se sont distingués par leur soutien appuyé  
au mouvement de contestation. Au-delà du fait de publier des morceaux  
ou albums inspirés par les événements en cours, beaucoup ont tiré profit  
de leur visibilité en ligne pour commenter les événements, faire part de  
leur indignation et partager des informations en lien avec les mobilisa-  
tions en cours. Certain-es artistes rendirent publics leurs dons sur les  
réseaux socionumériques, comme The Weeknd (Image 15) ou Noname.  
Cette dernière interpella directement les célébrités à faire un don égal  
ou supérieur au sien en faveur du Minnesota Freedom Fund (Image 16).

24. — <https://twitter.com/fettywap/status/751277351065964544>

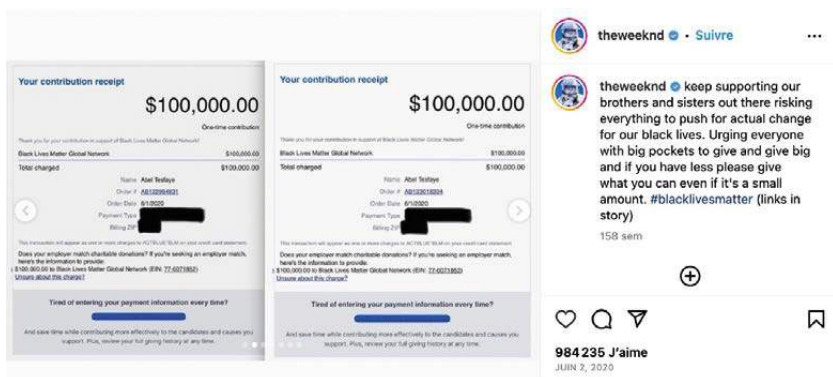


Image 15 : Post Instagram de TheWeeknd (@theweeknd) publié le 2 juin 2020<sup>25</sup>



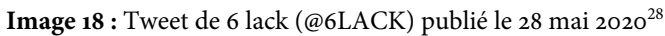
Image 16. Tweet de Noname (@noname) publié le 28 mai 2020<sup>26</sup>

Son initiative fut couronnée de succès puisqu'un grand nombre d'artistes, parmi lesquels J.I.D, 6 lack, Rico Nasty, Kali Uchis, Kehlani, Aminé ou Tierra Whack, lui répondirent en la citant (Images 17 et 18).

\*\*\*\*\*

25. — <https://www.instagram.com/p/CA60WgJBgRD/>

26. — <https://twitter.com/noname/status/1266031250222886914> [compte supprimé].



28. — <https://twitter.com/6LACK/status/1266052474336673793>

apparaissant très émue, contestait dans un *live* le cadrage médiatique faisant des manifestant-es rassemblé-es à Minneapolis, ville où est mort George Floyd, des émeutier-ères ou des pillard-es (Image 20).



**Image 19 :** Post Instagram de Chika (@chikalogy) publié le 31 mai 2020<sup>29</sup>

**Image 20 :** Live Instagram de Lizzo (@lizzobeating) publié le 31 mai 2020 (Live Instagram [contenu éphémère])



29. — <https://www.instagram.com/p/CA2AejhHxU6/>

## Conclusion : « We Gon' Be Alright »

Loin du discours éculé sur la dépolitisation du rap, cette contribution met en évidence des formes renouvelées d'engagement de la part des artistes hip-hop au tournant des années 2010, à travers leurs déclarations et leur activité en ligne, notamment sur les réseaux socionumériques. Déterminé-es à porter Obama au pouvoir en 2008 et, dans une moindre

30. — [https://www.instagram.com/p/CAw\\_QG6gcDJ/](https://www.instagram.com/p/CAw_QG6gcDJ/)

mesure, à le faire réélire en 2012, ces artistes se sont mobilisé-es de manière inédite auprès d'un candidat démocrate que beaucoup considéraient comme l'un des leurs. Par la suite, lorsqu'un mouvement de contestation de grande ampleur s'est fait jour pour protester contre les violences policières et le sort fait aux personnes noires aux États-Unis, un grand nombre d'artistes ont mis leur talent, leur notoriété et leur visibilité en ligne au service de sa médiatisation et œuvré à sensibiliser le public à la cause. Déclarant s'identifier aux victimes et porter la responsabilité, en tant que célébrités noires relevant des musiques hip-hop, de représenter les expériences d'un public dont ils et elles s'autorisent, ces artistes ont contribué à porter dans l'espace public la voix des sans-voix et contesté les cadrages médiatiques dominants. L'analyse de l'activité en ligne des artistes hip-hop depuis l'émergence du mouvement Black Lives Matter illustre la façon dont ils et elles ont joué un rôle de leader d'opinion sur le « *Black Twitter* » (Harlow et Benbrook, 2017). Elle montre aussi comment le contexte socio-politique a été l'occasion, pour des artistes identifié-es, de faire évoluer, de confirmer ou d'aller contre l'image publique qu'on leur connaissait.

Le soutien en ligne des artistes à Black Lives Matter s'est manifesté de diverses façons, allant des messages indignés ou informatifs sur les réseaux sociaux à la publicisation de leur participation à des marches ou à des campagnes de levée de fonds. Un très grand nombre d'artistes ont ainsi rendu compte de leurs actions en faveur du mouvement et ont engagé un dialogue, via les réseaux sociaux, avec les publics mobilisés. Et si certain-es ont pu se singulariser par des positionnements plus critiques, s'attirant les foudres d'une partie de leurs fans, la plupart des artistes, quel que soit leur niveau de notoriété, ont été amené-es à répondre favorablement, à des degrés divers, aux injonctions à la solidarité exprimées en ligne. Les liens entre le mouvement et le hip-hop ne sont néanmoins pas à sens unique. En témoigne la campagne menée par Black Lives Matter pour obtenir la libération du rappeur 21 Savage, menacé d'expulsion des États-Unis pour un défaut de visa. Si Black Lives Matter a profondément influencé la culture hip-hop, l'inverse se vérifie également. Les manifestant-es engagé-es dans le mouvement ont fait de la musique avec laquelle ils et elles ont grandi – et ont parfois développé leur conscience politique – la bande-son de la contestation. Le morceau « *Alright* » de Kendrick Lamar en est devenu l'hymne non-officiel. Entonné aux quatre coins du pays, le refrain porte en lui les espoirs de cette génération en ces temps troublés : « *We gon' be alright* ».

## Bibliographie

- AHMED, S. (2004/2023). Économies affectives. *POLI – Politiques des Cultural Studies*, 17. [https://polirevue.files.wordpress.com/2024/04/ahmed\\_sara\\_poli17.pdf](https://polirevue.files.wordpress.com/2024/04/ahmed_sara_poli17.pdf)
- ALLOING, C. ET PIERRE, J. (2020). Le tournant affectif des recherches en communication numérique. *Communiquer*, 28, 1-17. <https://doi.org/10.4000/communiquer.6472>
- BAYM, N. K. (2018). *Playing to the Crowd. Musicians, Audiences, and the Intimate Work of Connection*. New York University Press.
- BLANDIN, C. (2017). Le web : de nouvelles pratiques militantes dans l'histoire du féminisme?. *Réseaux*, 201, 9-17. <https://doi.org/10.3917/res.201.0009>
- BLONDIAUX, L. ET TRAÏNI, C. (2018). *La démocratie des émotions. Dispositifs participatifs et gouvernementabilité des affects*. Presses de Sciences Po.
- CARNEY, N. (2016). All Lives Matter, but so Does Race: Black Lives Matter and the Evolving Role of Social Media. *Humanity & Society*, 40(2), 180-199. <https://doi.org/10.1177/0160597616643868>
- CEFAÏ, D. (1996). La construction des problèmes publics. Définitions de situations dans des arènes publiques. *Réseaux*, 75, 43-66. <https://doi.org/10.3406/reso.1996.3684>
- CÉLESTINE, A. ET MARTIN-BRETEAU, N. (2016). « Un mouvement, pas un moment » : *Black Lives Matter* et la reconfiguration des luttes minoritaires à l'ère Obama. *Politique américaine*, 28, 15-39. <https://doi.org/10.3917/polam.028.0015>
- CERVULLE, M. ET PAILLER, F. (2014). #mariagepourtous : Twitter et la politique affective des hashtags. *Revue française des Sciences de l'information et de la communication*, 4. <https://doi.org/10.4000/rfsic.717>
- CHARAUDEAU, P. (2011). *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*. De Boeck / Ina.
- COLLINS, P. H. (2006). *From Black Power to Hip Hop: Racism, Nationalism, and Feminism*. Temple University Press.
- DALIBERT, M., LAMY, A. ET QUEMENER, N. (2016). Introduction. *Études de communication*, 47, 7-20. <https://doi.org/10.4000/edc.6595>
- DIALLO, D. (2019). *Collective Participation and Audience Engagement in Rap Music*. Palgrave Pivot.
- DYER, R. (2004). *Le star-system hollywoodien, suivi de Marilyn Monroe et la sexualité*. L'Harmattan.
- FORMAN, M. (2002). *The Hood Comes First. Race, Space and Place in Rap and Hip-Hop*. Wesleyan.
- FRASER, N. (1992/2001). Repenser la sphère publique : une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement. *Hermès*, 31, 125-156. <https://doi.org/10.4267/2042/14548>
- GLORZELANY-MOSTAK, D. (2016). Kee-pin' It Real (Respectable) in 2008:

- Barack Obama's Music Strategy and the Formation of Presidential Identity. *Journal of the Society for American Music*, 10-2, 113-148. <https://doi.org/10.1017/S1752196316000043>
- GUIGNARD, T. ET LE CAROFF, C. (2020). Gouvernementalité et plateformes numériques : l'influence de Facebook sur la participation et les médias d'actualité. *Études de communication*, 55, 135-158. <https://doi.org/10.4000/edc.10896>
- GUILLARD, S. ET SONNETTE-MANOUGUIAN, M. (2020). Légitimité et authenticité du hip-hop : rapports sociaux, espaces et temporalités de musiques en recomposition. *Volume !*, 17(2), 7-23. <https://doi.org/10.4000/volume.8482>
- HALL, S. (1982/2008). La redécouverte de l'« idéologie » : retour du refoulé dans les *media studies*. S. Hall, *Identités et cultures. Politiques des cultural studies*, édition établie par Maxime Cervulle. Éditions Amsterdam, 119-126.
- HAMMOU, K. (2014). *Une histoire du rap en France*. La Découverte.
- HARLOW, S. ET BENBROOK, A. (2017). How #Blacklivesmatter: exploring the role of hip-hop celebrities in constructing racial identity on Black Twitter. *Information, Communication & Society*, 22-3, 352-368. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1386705>
- HONNETH, A. (1992/2000). *La lutte pour la reconnaissance*. Éditions du Cerf.
- JAUSS, H. R. (1978). *Pour une esthétique de la réception*. Gallimard.
- JOUËT, J. ET LE CAROFF, C. (2013). L'observation ethnographique en ligne. C. Barats (dir.), *Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales*. Armand Colin, 147-165.
- JULLIARD, V. (2016). #Theorie-dugendre : comment débat-on du genre sur Twitter?. *Questions de communication*, 30, 135-157. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.10744>
- KHAN-CULLORS, P. ET BANDELE, A. (2018). *When They Call You a Terrorist. A Black Lives Matter Memoir*. St. Martin's Griffin.
- LÉCOSSAIS S. ET QUEMENER, N. (dir.) (2018). *En quête d'archives. Bricolages méthodologiques en terrains médiatiques*. Ina.
- LEMIEUX, C. (2007). À quoi sert l'analyse des controverses? *Mil neuf cent. Revue d'histoire intellectuelle*, 25(1), 191-212. <https://doi.org/10.3917/mnc.025.0191>
- LUSANE, C. (1999). *African Americans at the Crossroads: The Restructuring of Black Leadership and the 1992 Elections*. South End Press.
- MERCER, K. (1990). Black art and the burden of representation. *Third Text*, 4(10), 61-78. <https://doi.org/10.1080/09528829008576253>
- MEYER, C. A. ET SNYDER, T. D. (2013). The New Political Rhetoric of Hip-Hop Music in the Obama Era. E. Rojas et L. Michie (dir.), *Sounds of Resistance: The Role of Music in Multicultural Activism*. ABCIO, 229-249.

- MEYER, M. ET TANNER, S. (2017). Filmer et être filmé. La nouvelle visibilité policière à l'ère de la sous-veillance. *Réseaux*, 201, 175-205. <https://doi.org/10.3917/res.201.0175>
- NIELSON, E. ET GOSA, T. L. (2015). *The State of Hip-Hop in the Age of Obama. The Hip Hop & Obama Reader*. Oxford University Press, 1-28.
- OGBAR, J. O. G. (2015). Message from the Grassroots: Hip-Hop Activism, Millenials, and the Race for the White House. T. L. Gosa et E. Nielson (dir.), *The Hip-Hop and Obama Reader*. Oxford University Press, 31-53.
- RABAKA, R. (2012). *The Hip Hop Movement: From R&B and the Civil Rights Movement to Rap and the Hip Hop Movement*. Lexington Books.
- REBILLARD, F. ET NOÛS, C. (2020). La médiatisation analysée au prisme de la racialisation. Antériorités états-uniennes et tendances de la recherche française. *Réseaux*, 223, 9-42. <https://doi.org/10.3917/res.223.0009>
- RENNES, J. (2016). Les controverses politiques et leurs frontières. *Études de communication*, 47, 21-48. <https://doi.org/10.4000/edc.6614>
- RICHOMME, O. (2014). Beyond Equal Rights. The Persistence of Ethno-Racial Inequalities in America. *LISA*, 12(7). <https://doi.org/10.4000/lisa.6912>
- ROLLAND-DIAMOND, C. (2016). *Black America. Une histoire des luttes pour l'égalité et la justice (XIX<sup>e</sup>-XXI<sup>e</sup> siècle)*. La Découverte.
- ROSE, T. (1994). *Black Noise. Rap Music and Black Culture in Contemporary America*. Wesleyan University Press.
- ROUSSEL, V. (2011). *Art vs War. Les artistes américains contre la guerre en Irak*. Presses de Sciences Po.
- ROUSSEL, V. (2009). Parler au nom de publics. *Sociétés contemporaines*, 74(2), 49-71. <https://doi.org/10.3917/soco.074.0049>
- VOIROL, O. (2005). Les luttes pour la visibilité. Esquisse d'une problématique. *Réseaux*, 129-130, 89-121.
- WATKINS, S. C. (2005). *Hip Hop Matters: Politics, Pop Culture, and the Struggle for the Soul of a Movement*. Beacon Press.

# Quelles pratiques de Facebook par les candidat·es lors de la campagne présidentielle française de 2017 ?

*Presidential candidates' Facebook practices during the 2017  
French presidential campaign*

Stéphanie Wojcik

EA 3119 – Céditec (Centre d'étude des discours images, textes, écrits,  
communication), UPEC – Université Paris-Est Créteil ; chercheure associée  
Centre Internet et Société CIS UPR 2000 CNRS  
stephanie.wojcik@u-pec.fr

Après avoir exploré les dynamiques temporelles de la campagne présidentielle numérique de 2017 sur Facebook pour cinq candidat-es (Benoît Hamon, François Fillon, Marine Le Pen, Emmanuel Macron et Jean-Luc Mélenchon), cette étude se penche sur leurs ethos et rhétoriques respectifs. Elle met en lumière l'absence d'uniformisation dans leurs stratégies électorales. Les pages des candidat-es reflètent de manière inégale leurs actions sur le terrain ou leurs apparitions médiatiques. La communication numérique, tout en valorisant leur programme ou leur personnalité, contribue également à diffuser une publicité négative. Les efforts de mobilisation prennent des formes variées, mais leur importance diffère selon les candidat-es.

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

Mots-clés : campagne électorale, actes de langage, Facebook, élection présidentielle, temporalités, communication politique, négativité.

*In this article we explore the temporal dynamics of the 2017 digital French presidential campaign on Facebook with regard to five candidates: Benoît Hamon, François Fillon, Marine Le Pen, Emmanuel Macron and Jean-Luc Mélenchon. We then analyze the ethos and the rhetorical strategies of each candidate. Our results show a lack of uniformity in electoral approaches, with each candidate's Facebook page reflecting on-the-ground activities and media appearances to varying degrees. While digital communication is instrumental in highlighting each candidate's political program and persona, it also facilitates the spread of negative publicity. The strategies for seeking voters' support are diverse, but the relative importance given to each differs significantly among the candidates.*

◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

*Keywords: election campaign, speech acts, Facebook, French presidential election, temporalities, political communication, negativity*

Sommés d'être présents sur une diversité toujours plus grande de dispositifs et supports numériques, en particulier à l'occasion des campagnes électorales, partis et candidat-es doivent tirer parti des spécificités propres à chacun (Bossetta, 2018) en vue d'enranger le plus de votes possible le jour de l'élection. Quelles que soient les variations observables dans la communication numérique électorale, celle-ci est le plus souvent envisagée dans une perspective téléologique où l'on cherche à déterminer les fonctions qu'elle peut remplir durant la campagne, qu'il s'agisse d'informer, de persuader, d'engager, de mobiliser ou, plus rarement, d'interagir avec l'électorat (Lilleker *et al.*, 2011; Magin *et al.*, 2017; Russmann *et al.*, 2021).

En raison des affordances des différents réseaux sociaux, les travaux sur les contenus numériques proposés par les acteurs politiques s'intéressent prioritairement à la manière dont ceux-ci peuvent susciter l'engagement des internautes, cette dernière notion étant appréhendée sous forme de métriques propres à chacune des plateformes (« like », « partage », « commentaire », « retweet »...) (Gerodimos et Justinussen, 2015; Koc-Michalska et Vallée, 2017; Lam *et al.*, 2021), parfois de manière comparative entre plateformes (Boulianne et Larsson, 2021) ou pays (Hameleers *et al.*, 2020; Bene *et al.*, 2022). Par exemple, Manon Metz, Sanne Kruikemeier et Sophie Lecheler (2020), dans leur étude de la communication sur Facebook et Instagram de député-es allemand-es, montrent que la publication de contenus émotionnels et privés produit des effets positifs sur l'engagement du public. D'autres enquêtes comme celle de Koc-Michalska *et al.* (2021) examinent comment le moment de publication et le contenu visuel augmentent l'attention des électeurs et électrices et cherchent à déterminer si les publications réactives – lorsque les partis répondent aux commentaires – génèrent davantage de réactions, sont partagées plus souvent ou suscitent plus de commentaires. En revanche, comme le souligne Porismita Borah (2016), relativement peu d'études examinent le contenu même des comptes ou des pages des candidat-es, indépendamment des effets qu'il peut avoir sur l'engagement, strictement numérique, de leurs publics. À partir de l'étude des pages Facebook de trois candidats aux élections américaines en 2008 et 2012 (John Mc Cain, Mitt Romney et Barack Obama), cette autrice cherche à comprendre les stratégies des candidats avec des concepts issus de la

Parmi les problématiques explorées dans les études de communicationnelles, et ce bien avant le développement des plateformes numériques, la personnalisation de la communication politique apparaît centrale (Van Aelst *et al.*, 2012). La personnalisation renvoie au fait que les hommes et femmes politiques mettent intentionnellement en lumière leurs caractéristiques personnelles plutôt que leur parti dans une démarche de communication stratégique (Hermans et Vergeer, 2013). Xénia Farkas et Marton Bene (2021) distinguent ainsi deux dimensions de la personnalisation : l'individualisation et la privatisation. Dans le premier cas, au lieu des partis, les hommes et femmes politiques apparaissent individuellement comme des acteurs centraux dans l'arène politique et, dans le second cas, la privatisation signifie que les politicien·nes sont présentés·es comme des individus privés – leurs caractéristiques personnelles et leur vie sont au premier plan de la communication au détriment de leurs traits professionnels. Les médias sociaux sont particulièrement adaptés à ce type de communication car ils offrent aux candidat·es la possibilité de créer un profil personnel et de nouer en théorie un lien direct avec l'électorat (Enli et Skogerbø, 2013). De plus, la dimension visuelle de ces plateformes peut intensifier une telle personnalisation en valorisant les images personnelles des hommes et femmes politiques dans une optique de positionnement stratégique (Lalancette et Raynald, 2024). Dès lors, il est possible de s'interroger sur les opérations de valorisation et mise en récit de soi des candidat·es, comme sur les formes de mise en relation avec les publics auxquels celles-ci s'adressent en étudiant le contenu de pages Facebook dédiées à la communication électorale. Alors que la majorité des études académiques se centre sur Twitter, en particulier en raison de la relative facilité de collecte des grands volumes de données accessibles de manière automatisée via son API (*Application Programming Interface*), les campagnes se reposent fortement sur Facebook pour diffuser tout type de communication stratégique (Stromer-Galley *et al.*, 2021).

1. — Nous avons retenu le 29 janvier 2017 comme point de départ de l'observation car il s'agit de la date où la première citoyenne désigne Benoît Hamon comme candidat. À cette date, tous-tes les candidat-es se sont déclarés-es.

Macron et Jean-Luc Mélenchon – lors de la campagne présidentielle française de 2017, ce texte propose de caractériser les formes spécifiques de la communication électorale numérique. Bien qu'il s'agisse d'une étude descriptive exploratoire et qu'elle n'examine pas les effets du contenu, cette analyse nous aide à comprendre comment les candidat-es utilisent un réseau social pour atteindre les électeurs et les électrices.

Nous nous intéressons en premier lieu aux caractéristiques formelles et à la dynamique temporelle de ces posts tout au long de la campagne : dans quelle mesure évoluent-ils ou non en rapport avec les temps forts de la campagne se déroulant en dehors des réseaux sociaux ? Quels sont les liens que ces posts entretiennent avec les environnements médiatiques et les autres espaces de campagne ? En effet, Facebook seul ne suffit pas à mener campagne et est systématiquement intégré dans une stratégie de campagne plus large qui s'appuie également sur des moyens traditionnels tels que les affiches, le porte-à-porte, les interventions dans les médias, la presse écrite et surtout, dans le cas d'une élection nationale, la télévision. De fait, comme le note Marie Neihouser (2019), l'étude de ces formes de relais intermédiatiques permet d'éclairer tant le besoin de légitimation des candidat-es que le niveau de professionnalisation de la communication numérique. Ensuite, nous cherchons à catégoriser ces posts. Dans un temps saturé d'activités de campagne pour partie créées en vue d'occuper les espaces médiatiques, la recherche de la mise en visibilité de leurs actions et propositions, appuyée par une gestion algorithmique que les acteurs tentent de maîtriser à leur profit, peut d'autant plus les conduire à privilégier des contenus facilement partageables, plus visuels qu'écrits, ayant davantage recours aux émotions et aux sentiments qu'à une argumentation raisonnée. La communication politique sur les réseaux sociaux se caractérisant par un degré de personnalisation croissant (Metz *et al.*, 2020), particulièrement en période électorale (Russmann *et al.*, 2021 ; Ceccobelli, 2018), nous avons cherché à appréhender la manière dont la communication numérique des candidat-es pouvait également présenter une telle caractéristique.

Certains travaux cherchent à catégoriser les discours tenus par les candidat-es en campagne électorale, dans différents contextes nationaux, à l'occasion de divers types d'élection. S'intéressant aux liens pouvant être entretenus entre posts des candidat-es et engagement des internautes (mesuré à travers les fonctionnalités propres à la plateforme, ce qui renvoie à la possibilité de « liker », partager et commenter un contenu), Roman Gerodimos et Jákup Justinussen (2015) vont ainsi mêler divers modèles de stratégie rhétorique pour appréhender une centaine de posts figurant

sur la page Facebook de Barack Obama lors de la campagne présidentielle de 2012. Outre des aspects liés à la morphologie des posts, ils vont ainsi composer une grille d'analyse comportant à la fois des éléments de la rhétorique aristotélicienne, d'une approche fonctionnelle (attaque, défense ou soutien d'une politique ou d'une personne) et d'instruments rhétoriques tels que la question, l'appel, la citation ou encore l'humour. Alors que cette proposition méthodologique se caractérise par un certain degré de complexité et mêle des approches aux fondements épistémologiques différents, d'autres tentatives d'appréhension du discours électoral sur Facebook optent pour davantage de simplicité apparente. Ainsi, Marion Sandré (2019) se propose de déterminer les fonctions communicationnelles, en distinguant ce qui relève de la fonction du « dire » (ce qu'on fait par exemple dans les médias ou sur le terrain, ce qu'on est) et de celle du « réagir » (à une actualité, à des discours politiques) et « solliciter » (des réactions médiatiques comme le partage, la participation physique ou à distance à des activités politiques ou le vote).

Partant d'abord de l'idée que le discours politique, en période électorale, se caractérise notamment par la volonté de son auteur ou autrice d'agir sur son environnement, nous avons opté pour une catégorisation qui s'appuie sur la théorie des actes de langage ou d'actes illocutoires initialement développée par John R. Searle et John L. Austin, dont Catherine Kerbrat-Orecchioni rappelle qu'ils concernent « les différentes actions que l'on peut accomplir par des moyens langagiers (comme l'action de promettre ou d'ordonner, mais non point celles de courir ou de tricoter) » (Kerbrat-Orecchioni, 2005, 16). Cette théorie permet en outre de se défaire des oppositions factices entre énoncé factuel et opinion, qui sont parfois utilisées pour objectiver des contenus discursifs en ligne, pour analyser plus précisément les paroles qui cherchent à agir sur leur interlocuteur et interlocutrice, voire sur le monde environnant. Ainsi, huit actes de langage ont été décelés dans le corpus (« affirmer », « annoncer », « appeler », « critiquer », « rendre hommage », « interpeller », « proposer » et « remercier ») qui contribuent à tracer les profils numériques différenciés des candidat-es. De manière complémentaire, nous nous sommes intéressée aux différentes formes d'appels à action – en ligne ou hors ligne – pratiquées par les candidat-es, telles que l'appel aux dons, à la mobilisation et au partage de contenus, étant entendu qu'une part importante de l'action des candidat-es et de leurs équipes consiste justement à mobiliser leurs soutiens au fur et à mesure que se rapproche le terme de l'élection (Stromer-Galley *et al.*, 2021) et particulièrement sur Facebook comparativement, par exemple, à Twitter (Stier *et al.*, 2018).

Notre catégorisation porte sur un corpus constitué de 500 posts sélectionnés par ordre chronologique : pour chacun des cinq candidat·es, ont ainsi été codés les 100 premiers posts émis entre le 29 janvier et le 5 mars 2017 (date à laquelle le corpus de 100 posts par candidat est atteint).

Le texte aborde successivement le déroulement de la campagne dans sa dimension temporelle, puis l'ethos des candidat·es tel qu'il transparaît à travers des indices textuels et iconographiques, et enfin leurs rhétoriques appuyées par différents actes de langage.

## 1. Dynamiques temporelles de la campagne présidentielle sur Facebook

À partir de l'ensemble des messages postés sur Facebook par ces cinq candidat·es durant toute la durée de la campagne, nous analysons dans un premier temps ses dynamiques temporelles.

189

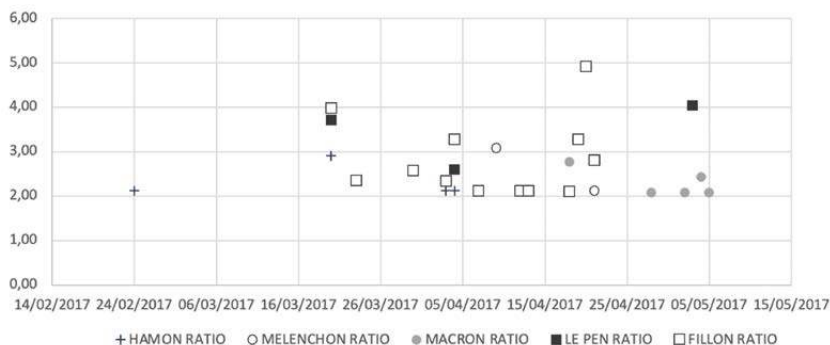
| Candidat·e         | Nombre de posts archivés | Nombre de commentaires archivés (dont réponses) | Nombre de commentaires par post (moyenne) | Nombre de réponses par commentaire (moyenne) |
|--------------------|--------------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Benoît Hamon       | 519                      | 322 432<br>(106 043)                            | 621,26                                    | 0,33                                         |
| Jean-Luc Mélenchon | 517                      | 719 131<br>(255 167)                            | 1 390,97                                  | 0,35                                         |
| Emmanuel Macron    | 583                      | 805 413<br>(251 898)                            | 1 381,50                                  | 0,31                                         |
| Marine Le Pen      | 622                      | 1 329 386<br>(346 233)                          | 2 137,28                                  | 0,26                                         |
| François Fillon    | 436                      | 697 777<br>(227 140)                            | 1 600,41                                  | 0,33                                         |

**Tableau 1 :** Nombre de posts Facebook et de commentaires par candidat·e (29 janvier-7 juin 2017)

De manière générale, l'activité de la candidate du Front national (FN) sur Facebook est plus intense que celle de ses concurrents et suscite également beaucoup plus de commentaires. Ainsi, sur la période comprise entre le 29 janvier et le 7 juin 2017 (un mois après la date du second tour), Marine Le Pen a posté 622 posts qui ont généré un total de 1 329 386 commentaires (Tableau 1). De leur côté, sur la même période, Emmanuel Macron et Jean-Luc Mélenchon ont posté respectivement 583 et 517 posts sur Facebook,

Afin de pouvoir comparer les jours où les posts sont les plus nombreux pour chacun des candidat-es, nous avons créé un « ratio » qui tient compte du nombre total, variable, de posts. A ainsi été divisé puis multiplié par 100 le nombre de posts par jour par le nombre total de posts sur l'ensemble de la période considérée. La Figure 1 représente ce ratio lorsqu'il est supérieur à 2, soit, en moyenne, 10 messages par jour.

2. — Nous n'avons pas utilisé une application existante, par exemple Netvizz qui était disponible jusqu'en 2019, ni CrowdTangle, un outil d'analyse du contenu public de Facebook développé par cette entreprise (renommée Meta en 2021) et dont l'accès aux chercheur-euses, en 2017, se faisait de manière très partielle. Meta a d'ailleurs fermé cet outil en août 2024.



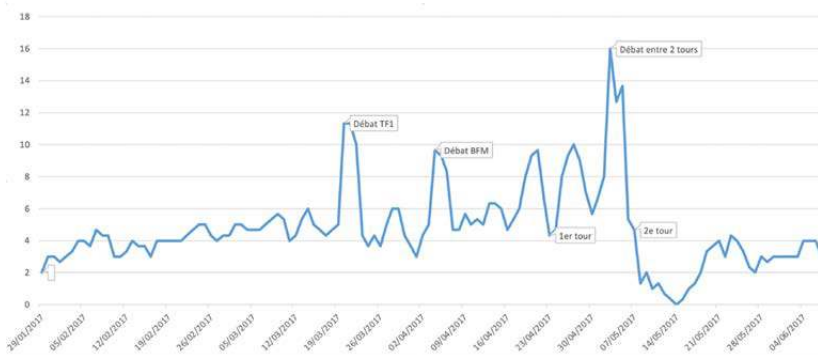
**Figure 1 :** Nombre de posts par candidat-e (ratio)

On peut ainsi observer que, même si le nombre total de ses posts est inférieur à celui des autres candidat-es, François Fillon est celui qui poste beaucoup plus fréquemment sur une seule journée, et ce durant la période de campagne intense que constituent les mois de mars et avril 2017. *A contrario*, Jean-Luc Mélenchon a une activité quotidienne relativement modeste tandis que Marine Le Pen et surtout Emmanuel Macron concentrent logiquement leur production entre le 1<sup>er</sup> et le 2<sup>nd</sup> tour.

Une représentation graphique des volumes de posts et de différents événements de la campagne (Figures 2 et 3) laisse entrevoir des logiques sensiblement différentes parmi les candidat-es puisque ils/elles donnent une plus ou moins grande importance à chacune de ces activités, qu'il s'agisse des prestations médiatiques ou des événements sur le terrain comme les meetings. Les dates des scrutins sont également précédées par une augmentation relative du nombre de posts chez certains candidat-es.

Pour Hamon, Fillon et Le Pen, les débats télévisés constituent des moments de campagne numérique cruciaux en ce qu'ils suscitent sur leur page le plus de messages. Ainsi, le débat télévisé du 20 mars 2017, animé sur TF1 par Gilles Bouleau et Anne-Sophie Coudray, qui rassemblait les cinq « grand-es » candidat-es a respectivement suscité 15, 17 et 23 posts chez Hamon, Fillon et Le Pen. Dans chacun des cas, il s'agit d'extraire du débat et de mettre en valeur des citations des candidat-es représentatives de leur position sur un sujet donné (l'environnement, la justice, le travail, les retraites, l'immigration...), parfois accompagnées du hashtag #LeGrandDébat. Une telle pratique illustre le caractère transmédiateur des campagnes contemporaines avec une reprise, pour les réseaux sociaux, des contenus sélectionnés en fonction de leur potentiel de viralité et susceptibles de provoquer un fort engagement de la part des publics de

ceux-ci. De la même manière, le débat du 4 avril organisé par BFM TV et RMC, animé par Ruth Elkrief et Laurence Ferrari et qui réunissait cette fois les 11 candidat-es, donne également lieu à la production la plus prolifique pour ces trois candidat-es sur leur page Facebook. Enfin, la date du 3 mai 2017 – lorsque Emmanuel Macron fut opposé à Marine Le Pen lors du traditionnel débat de l’entre-deux-tours retransmis sur TF1 et France 2 et animé par Nathalie Saint-Cricq et Christophe Jakubyszyn – constitue l’acmé de la production numérique de Marine Le Pen dont la page Facebook héberge ce jour-là pas moins de 25 posts, tous extraits de sa prestation télévisée. Sur celle d’Emmanuel Macron, seulement dix posts concernent ce débat dont la plupart constituent une critique des choix et propositions politiques de Marine Le Pen. Cette correspondance entre événement médiatique et production numérique est particulièrement visible chez Marine Le Pen dans la mesure où les autres aspects de sa campagne apparaissent relativement minorés en ce qu’ils ne suscitent, comparativement, que peu de posts.



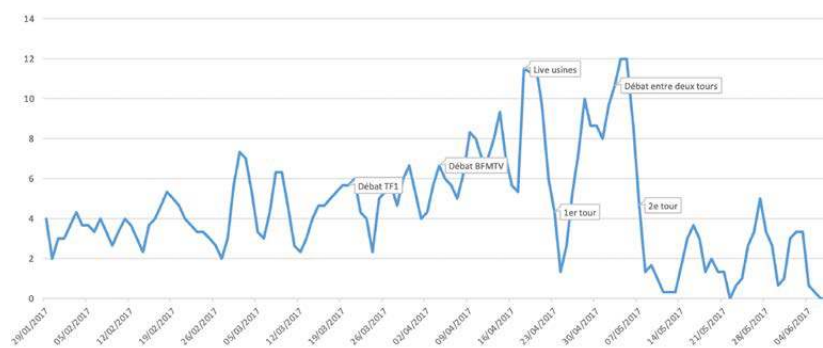
**Figure 2 :** Évolution du nombre de posts sur la page Facebook de Marine Le Pen entre le 29 janvier et le 7 juin 2017

Mais pour d’autres candidat-es, la proximité n’est pas dépendante des interventions dans les médias mais de la campagne sur le terrain. C’est notamment le cas de Jean-Luc Mélenchon pour lequel le volume le plus important de posts, le 9 avril 2017, correspond au jour de son meeting à Marseille, jour où il annonce également qu’aura lieu un meeting « hologramme » la semaine suivante.

Dans le cas d’Emmanuel Macron, la productivité de sa page Facebook – tout du moins lorsqu’il s’agit de considérer les dates où le nombre de posts est élevé – ne semble pas uniquement liée à des événements

précis. En effet, le 18 avril est la date qui suscite le plus de messages sur son compte et elle est assez significative de la variété de contenus qu'il peut poster durant une journée puisqu'y sont mêlés des extraits vidéo de ses déplacements sur le terrain, en l'occurrence à Rungis et dans l'usine Krys de Bazainville, des propositions sur le travail et un rappel du premier tour qui aura lieu le dimanche suivant. Les 13 dates où Macron a posté dix messages ou plus ne font ainsi pas référence à un événement unique, de terrain ou médiatique, qui serait commenté de multiples fois, comme cela peut être observé sur les autres pages, mais rendent compte d'une diversité d'activités et de sujets. Les journées les plus prolifiques sont aussi celles où la page Facebook de Macron héberge des contenus programmatiques, des déclarations et des propositions d'action dans tel ou tel domaine, sans lien direct avec un événement de campagne ou une intervention dans les médias.

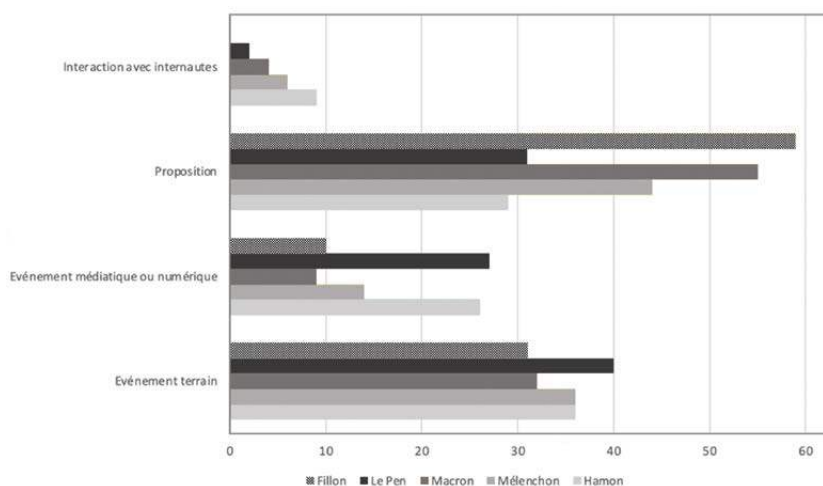
Comme l'illustre la Figure 3 et contrairement à ce qui put être observé pour Marine Le Pen, le nombre de posts Facebook chez Emmanuel Macron est relativement constant durant la période de campagne retenue, les pics d'activité précédant les jours de scrutin mais ne caractérisant pas des moments spécifiques de la campagne physique ou médiatique.



**Figure 3 :** Évolution du nombre de posts sur la page Facebook d'Emmanuel Macron entre le 29 janvier et le 7 juin 2017

Un aperçu plus qualitatif des messages montre que, même en début de campagne (29 janvier-2 mars 2017), les candidat-es appréhendent différemment les activités sur le terrain et leurs interventions dans les médias comme substance principale de leurs posts Facebook. La Figure 4 illustre la répartition des posts, selon qu'il s'agisse de rendre compte d'un aspect de la campagne en présentiel (par exemple, meetings, visite sur le terrain, réunions internes, rencontres avec des personnalités politiques

ou de la société civile), d'une prestation dans les médias (interview, débat, tribune dans la presse écrite ou à la télévision), de publiciser des propositions de politiques publiques ou des prises de position à l'égard de telle problématique, ou bien d'entretenir une interaction avec les internautes. Le codage a été réalisé sur 100 posts, pour chacun des cinq candidat-es, dans la période considérée.



**Figure 4 :** Activités de la campagne et prestations médiatiques dans les posts Facebook

La catégorie « Interaction avec les internautes » apparaît la moins fournie quel-le que soit le/la candidat-e (Figure 4), ce qui s'inscrit dans un constat antérieurement établi dans la littérature. En effet, les partis et les campagnes utilisent souvent les réseaux sociaux comme un autre canal pour diffuser unilatéralement leurs messages à des audiences imaginées, plutôt que de s'engager dans des échanges bilatéraux ou multilatéraux avec les citoyen-nés (Kalsnes, 2016). En revanche, les autres types de post font l'objet d'équilibres différents selon les candidat-es. Si Benoît Hamon répartit de manière sensiblement identique ses posts Facebook entre proposition et écho des activités de sa campagne, les trois autres candidat-es font des choix éditoriaux assez différents. Ainsi, François Fillon opte clairement pour un espace de publication de son programme et de ses propositions et fait assez peu état de ses prestations médiatiques ou de ses rencontres sur le terrain. Son peu d'appétence pour les médias peut partiellement s'expliquer par leur caractère critique à son encontre,

*Le Canard enchaîné* ayant révélé le 25 janvier 2017 le caractère fictif de l'emploi d'attachée parlementaire de Pénélope Fillon.

La page Facebook d'Emmanuel Macron se fait également peu l'écho de ses interventions dans les médias, au profit d'une plus grande activité mettant en valeur ses propositions et divers types de déclarations. Jean-Luc Mélenchon adopte une logique similaire en privilégiant les publications consacrées à son programme et, dans une moindre mesure, à ses meetings. La page de Marine Le Pen est, avec celle de Benoît Hamon, la moins utilisée pour diffuser des idées ou des propositions de manière indépendante de ses autres activités de campagne, la majorité de ses posts constituant une reprise des propos tenus lors de ses déplacements ou de ses prises de parole dans les médias traditionnels.

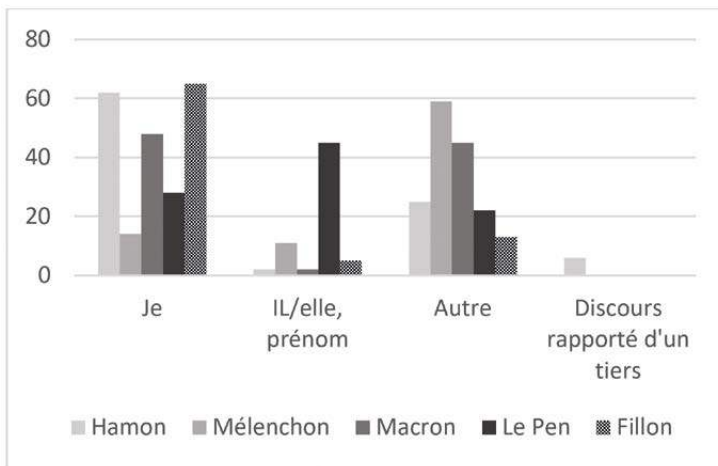
À partir du corpus constitué des 500 posts sélectionnés, nous consacrons la deuxième partie à l'analyse des caractéristiques formelles des messages avant d'aborder en troisième partie la rhétorique mobilisée par les candidat·es.

## 2. Indices textuels et iconographiques de l'ethos des candidat·es sur Facebook

Il est courant de considérer que les supports numériques de communication électorale permettent aux candidat·es d'informer leurs partisan·es et sympathisant·es de leurs diverses activités de campagne et de procéder à diverses opérations rhétoriques destinées à les mobiliser (Lilleker *et al.*, 2011). Les équipes de campagne émettent également des propositions d'actions à mener, qu'elles soient ou non en ligne, pour donner du crédit et de la visibilité aux programmes et personnalités politiques en campagne (Blanchard, 2023). Une telle approche fonctionnaliste demeure valable pour appréhender la communication sur Facebook lors de la campagne présidentielle de 2017, puisque ces objectifs se retrouvent chez tous·tes les candidat·es sans exception. La Figure 4 illustre bien le fait que la page Facebook d'un·e candidat·e constitue un relais de ses activités de campagne et de ses interventions médiatiques, qu'il s'agisse de les annoncer (16 % de l'ensemble des posts), d'en rendre compte en direct ou en différé, ou de les commenter en insérant un lien vers, par exemple, la page Facebook ou le site web d'un média. De telles pratiques éditoriales de relais permettent au/à la candidat·e de mettre en exergue une image active et dynamique, comme cela a pu être constaté aussi dans le cadre des publications sur Twitter (Dakhli, 2017). En revanche, les fonctionnalités interactives comme les « Facebook Live » sont faiblement exploitées et de manière

inégale, puisque François Fillon n'en organisera aucun alors que Benoît Hamon en réalisera neuf dès le début de la campagne.

Parallèlement, des travaux antérieurs ont mis en exergue le rôle des médias numériques dans la construction de l'ethos discursif et la mise en scène des acteurs politiques, conduisant parfois à l'élaboration de véritables figures-types de candidat-e (Roginsky et De Cock, 2015). Nous nous intéressons également à la construction de l'image des différent-es candidat-es en essayant d'appréhender le degré de personnalisation de leur communication, en reprenant la distinction entre individualisation et privatisation (Farkas et Bene, 2021). À cette fin, nous avons considéré plusieurs indices textuels et iconographiques : comment sont désigné-es les candidat-es dans *leur* post lorsqu'ils en sont le sujet, et quelles sont les personnes qui apparaissent dans les nombreuses photographies qui jalonnent leurs publications<sup>3</sup>. *A priori* le/la candidat-e (ou son équipe) est supposé être le/la locuteur-riche principal-e de sa propre page Facebook<sup>4</sup>. Cela n'exclut pas une relative variété dans l'emploi des pronoms personnels et des manières de se désigner soi-même. La Figure 5 illustre la propension variée des cinq candidat-es à utiliser « je », « il/elle » ou un prénom, un pronom personnel autre (par exemple « nous ») ou bien à utiliser la page comme support d'un discours produit par une autre personne.



**Figure 5 :** Type de locuteur-riche dans les posts Facebook des cinq candidat-es (29 janvier-2 mars 2017)

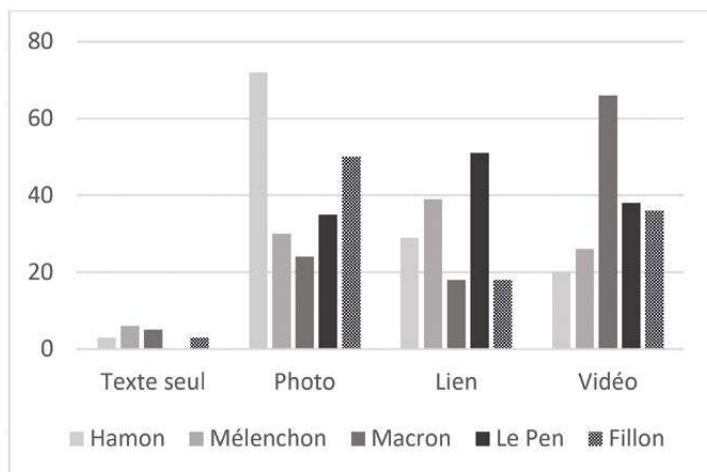
3. — Les propos qui suivent concernent uniquement le début de la campagne puisque le codage des posts – 100 pour chacun des cinq candidat-es – a été réalisé sur la période 29 janvier-2 mars 2017.

4. — Précisons toutefois que si les comptes Facebook sont bien nominatifs, les candidat-es ne sont pas celles et ceux qui rédigent systématiquement tous les messages postés.

Il est possible de relever d'abord le contraste entre l'emploi du « je », très fort chez François Fillon (présent dans 65 % de ses posts) et Benoît Hamon (62 %), tous deux issus d'un processus de primaire qui a pu engendrer chez ces deux candidats la nécessité d'affirmer davantage leur individualité. En revanche, le « je » est très peu utilisé par le leader de La France insoumise (LFI), Jean-Luc Mélenchon (il l'est dans 14 % des posts), dont les posts peuvent soit décrire les activités de la personne désignée par son nom complet « Jean-Luc Mélenchon », soit être signés par l'acronyme « JLM » pour signifier qu'il s'agit bien du candidat lui-même qui a rédigé le texte, et non l'un des membres de son équipe de campagne, et ce pour généralement affirmer une prise de position. Parmi les caractéristiques des partis digitaux, dont LFI peut constituer un exemple, figurent leur ancrage dans une plateforme numérique comme pivot organisationnel (Greffet, 2022) ainsi que la place prédominante du leader. Toutefois, les publications sur la page de LFI tendent plutôt à valoriser le collectif et non pas véritablement son créateur. Marine Le Pen pratique quant à elle de manière très importante l'auto-citation de propos tenus dans d'autres contextes ou rédigés pour d'autres supports, par exemple, son blog. Dans ce cadre, c'est son nom complet (« Marine Le Pen ») et le pronom personnel « elle » qui sont les plus fréquemment employés sur sa page. En dernier lieu, Benoît Hamon est le seul à faire de sa page Facebook un support d'hébergement du discours d'une tierce personne, sans que l'on puisse déterminer si cette personne est réelle ou imaginée puisqu'il s'agit de faire parler des citoyen·nes « ordinaires », comme dans ce dialogue posté le 17 février 2017 entre le candidat et, semble-t-il, un jeune militant :

- « Bonjour, je peux te prendre en photo ?
- Oui avec plaisir.
- Tu n'es peut-être pas majeur... Un de tes parents t'accompagne ?
- Oui, oui, ma mère est là.
- C'est ton premier meeting politique ?
- Non pas du tout, déjà en 2012 j'étais venu voir Lionel Jospin.
- J'avais 10 ans. »
- [...] #LeCoeurDeLaFrance

Sur le plan formel, l'examen des caractéristiques des posts montre que très peu d'entre eux ne sont composés que de textes (Figure 6).



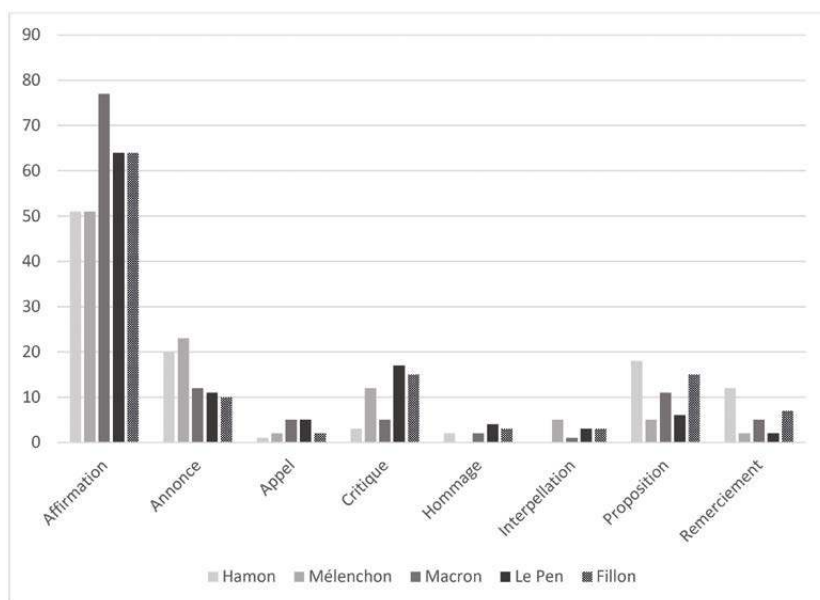
**Figure 6 :** Type de publication Facebook (29 janvier-2 mars 2017)

Conformément à ce qui a pu être observé pour d'autres élections (Koc-Michalska *et al.*, 2021), la communication visuelle est prédominante, quel que soit le/la candidat-e considéré-e. Le plus souvent, les textes sont accompagnés de photographies, vidéos ou renvoient à un autre espace *via* un lien hypertexte. Ainsi, plus de la moitié des posts de Marine Le Pen fait référence à l'un de ses autres supports, son site web de campagne, son blog ou sa chaîne YouTube, et plus rarement vers le site web d'un média qui rediffuse l'émission où elle est intervenue. Peut-être le signe d'une plus ou moins grande professionnalisation de leur équipe de campagne, Hamon et Macron ont des choix différents pour ce qui est de l'usage des photos et des vidéos. Alors que Hamon privilégie l'accompagnement de ses posts par des photos (72 % d'entre eux), Macron opte pour de la vidéo dans 66 % de ses publications. Mélenchon est le candidat dont les publications sont les plus rarement assorties d'illustrations. Sans surprise, ce sont les candidat-es eux/elles-mêmes qui sont le plus souvent représenté-es sur les photos. Hormis Benoît Hamon qui pose dans 12 % de ses photos avec des citoyen-nés ou militant-es, les autres candidat-es figurent seul-es sur les images. Dans une logique destinée à illustrer le degré de proximité qu'il entretient avec la population, Benoît Hamon est également le seul à avoir posté des photos qui ne représentent que des citoyen-nés. Par ailleurs, la famille du candidat n'apparaît que chez un seul candidat, François Fillon. Du seul point de vue des illustrations iconographiques des posts, tout du moins en début de campagne, Facebook ne constitue pas un espace de privatisation ou de mise en scène de l'intimité des personnalités politiques

candidat·es, contrairement aux observations qui ont pu être faites par ailleurs quant à la « peopolisation » de la communication politique dans les médias audiovisuels (Desterbecq, 2015).

### 3. Rhétorique des candidat·es

Outre ces aspects liés à la mise en scène de l'activisme et des qualités des personnalités politiques, Facebook constitue aussi un instrument dans une stratégie de mobilisation plus large qui prend appui sur des ressorts rhétoriques que nous proposons d'appréhender à travers la théorie des actes de langage ou actes illocutoires (Kerbrat-Orecchioni, 2005). Ainsi, à partir d'une première lecture de l'ensemble du corpus, nous avons retenu huit actes de langage : « affirmer », « annoncer », « appeler », « critiquer », « rendre hommage », « interpellier », « proposer » et « remercier ».



**Figure 7 :** Type d'actes de langage présents dans les posts Facebook des cinq candidat·es (29 janvier-2 mars 2017)

Naturellement, nous n'avons pas considéré tous les actes de langage existants dans le corpus car, en dehors de l'amplitude du travail que cela pourrait représenter, seuls certains d'entre eux nous paraissent pouvoir conduire à caractériser si les pages des candidat·es constituent des espaces de mise en scène de soi avec une forte composante affirmative (« affirmer », « rendre hommage »), d'élaboration ou d'affichage de proposition

ou d'action (« annoncer », « proposer »), de critique (« critiquer », « inter-peller ») ou encore de mobilisation (« appeler », « remercier »). Comparativement et de manière assez flagrante, la catégorie « Affirmation » est la plus développée (Figure 7), quelle que soit le/la candidat-e considéré-e, Emmanuel Macron apparaissant comme celui qui utilise le plus cet acte de langage, plutôt caractéristique d'une personnalité déterminée et sûre d'elle. S'ensuivent de manière inégale parmi les candidat-es les catégories « Annonce », « Proposition » et « Critique ».

### 3.1. Critique et négativité

La dimension critique des posts Facebook renvoie à deux types d'attaques à l'égard des adversaires telles qu'elles ont été identifiées par Zachary Auter et Jeffrey Fine (2016) : les attaques personnelles et les attaques sur les enjeux. Elle est plus particulièrement présente chez Le Pen, Fillon et Mélenchon, qui prennent Emmanuel Macron comme cible privilégiée. Sa personnalité fait notamment l'objet d'attaques de la part de Marine Le Pen qui lui reproche son mépris et son inconsistance. Ainsi, pour Marine Le Pen : « M. Macron nous a habitués à déverser son mépris sur tout ce qui représente peu ou prou la France ! – Marine Le Pen, direct Facebook (17/02/2017) » (Le Pen, 17 février 2017<sup>5</sup>). Ou bien encore :

« Emmanuel Macron a enfin daigné présenter un programme aux journalistes. Il était temps, à 50 jours du premier tour... Il a donc pris beaucoup de temps pour rédiger cela, avec le renfort nous dit-il de moult experts. Le résultat est pourtant bien décevant et constitue une menace majeure pour l'avenir de la France et des Français. Et même sur certains points, son projet consiste en une négation de la France [...]. » (Le Pen, 2 mars 2017).

Comme Élodie Berthet (2020) le souligne dans son étude des tweets émis par la candidate du FN lors de cette même campagne présidentielle, celle-ci fonde une partie de ses attaques sur son passé de banquier, une telle activité ne pouvant être compatible avec une digne préservation des intérêts de la France, qu'elle se propose de protéger : « M. Macron n'est pas indépendant : il est le candidat des grandes puissances financières et des mondialistes ! Moi, je suis la candidate de la défense du peuple. – Marine Le Pen, LCP (01/02/2017) Visitez le site officiel de campagne <https://www.marine2017.fr> » (Le Pen, 2 février 2017).

5. — Toutes les citations sont issues des pages Facebook du corpus ; la source de la citation est signalée entre parenthèses sous la forme : (Nom du/de la candidat-e, date de la publication).

Le programme utilisé pour collecter ces données n'enregistrait pas l'URL de chacun des posts mais simplement leur identifiant numérique.

On retrouve chez François Fillon des fondements similaires aux critiques qu'il porte à l'encontre d'Emmanuel Macron. Non seulement ce dernier ne disposerait d'aucun programme mais il pâtit en outre d'une incapacité statutaire à prétendre à la direction du pays, comme l'illustrent les deux citations suivantes : « Emmanuel Macron, c'est le cas d'école de l'illusionnisme politique, qui a inventé la campagne présidentielle sans programme présidentiel » (Fillon, 10 février 2017) et « Ce n'est pas aux conseillers du président, comme monsieur Macron l'était, qui n'ont aucune légitimité, de gouverner le pays. #LeGrandDébat » (Fillon, 20 mars 2017). La disqualification de Macron par Fillon s'appuie également sur sa prétendue proximité avec l'ancien président socialiste dont il est finalement le prolongement : « Emmanuel Macron est la continuité de François Hollande. C'est son hologramme en plus jeune. #Elections2017 » (Fillon, 13 mars 2017).

En début de campagne, François Fillon n'est pas lui-même exempté de critiques. Il semble apparaître comme un candidat particulièrement dangereux pour Marine Le Pen et pour Jean-Luc Mélenchon qui lui adressent des critiques nominatives. De manière similaire à ce qui a pu être observé pour Alain Juppé lors des primaires de la droite en 2016 (Theviot, 2021), Facebook est utilisé comme une caisse de résonance d'une campagne négative lancée à l'aide de mots-clés sur Twitter. En effet, articulé à une campagne lancée sur ce réseau par l'équipe de Marine Le Pen avec le hashtag #LeVraiFillon qui accompagne des visuels peu amènes à son égard, le site web éponyme est également publicisé à partir de la page Facebook de la candidate frontiste. Avec une économie de moyens certaine, celle-ci interpelle ainsi ces abonné·es : « Partagez ! Consultez le site [www.levraifillon.fr](http://www.levraifillon.fr) » (Le Pen, 20 février 2017). Cette invite au partage et à la consultation d'un site parodique à l'égard du candidat vainqueur des primaires de la droite et du centre s'inscrit dans une web campagne beaucoup plus large qui s'appuie également sur les réseaux socionumériques Twitter, Facebook et YouTube pour lesquels le pôle numérique du FN produit des contenus (Stephan, 2020). Dès lors, comme le note Gaël Stephan, « la communauté frontiste en ligne se constitue comme chambre d'écho de l'hostilité émanant du parti beaucoup plus qu'elle n'en est le moteur » (Stephan, 2020, 144).

Alors que Le Pen et Fillon procèdent par attaques personnelles, Jean-Luc Mélenchon centre ses critiques sur la teneur du programme du candidat de la droite qu'il résume en un slogan : « Le programme de Fillon ? Travailler plus pour gagner moins. » (Mélenchon, 16 février 2017).

L'examen des posts de la catégorie « Critique » conduit également à repérer une tonalité clairement polémique chez les mêmes trois candidat-es (14 % des posts de Fillon, 11 % de ceux de Le Pen et 7 % de Mélenchon). La difficulté ici tient surtout à la définition des contours précis de la polémique qui semble intuitivement très présente dans les espaces de discussion en ligne qu'il s'agisse de formes relativement anciennes, comme les forums partisans, ou plus récentes comme les réseaux socio-numériques (Mercier, 2015). Pour Juliette Rennes, la polémique se caractérise « par des marqueurs d'oppositions, voire des formes de violences verbales (injure, insulte, vitupération, sarcasme...) qui tendent à emphatiser les antagonismes plutôt que par la présence d'arguments visant à donner prise à la discussion » (Rennes, 2016, 25). De manière similaire, pour Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau (2002), la polémique peut ainsi reposer sur à la fois des phénomènes d'énonciation localisés (par exemple, l'insulte, l'apostrophe...) et des techniques argumentatives (citations tronquées, amalgame...). Aussi, une telle qualification suppose une observation fine des discours qui puisse prendre en considération la multiplicité des formes de violences verbales.

Un événement au début de l'année 2017 a particulièrement conduit les candidat-es à produire des posts polémiques : il s'agit de « l'affaire Théo » du nom de ce jeune homme arrêté le 2 février à Aulnay-sous-Bois et dont l'interpellation, violente, a causé des blessures entraînant une infirmité permanente. Une telle arrestation a provoqué des manifestations dénonçant les violences policières. Les différent-es candidat-es ont naturellement une vision très différente de l'affaire, la désignation des coupables se faisant sans nuance. Sur sa page, Jean-Luc Mélenchon déclare (le message est signé « JLM ») : « Soutien à Théo et sa famille. Expulsion des tortureurs de la police républicaine. » (Mélenchon, 6 février 2017).

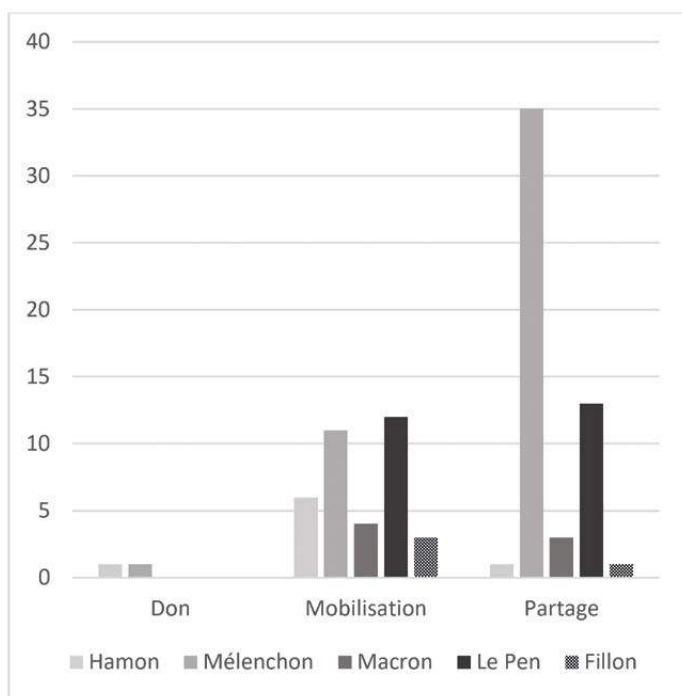
Pour Marine Le Pen et sans davantage de nuance, le gouvernement est coupable d'avoir laissé des « racailles » alliées aux « milices d'extrême gauche » déchaîner la violence dans les quartiers :

« En plein état d'urgence, il est à mon sens tout à fait irresponsable de laisser s'organiser une manifestation contre la police et de prétendues violences policières. [...] Ce gouvernement est en effet resté sans réaction pendant des années devant des racailles qui font leur loi dans certains quartiers et n'hésitent pas à déchaîner leur violence dès qu'une manifestation leur en donne l'occasion [...]. <https://www.marine2017.fr/carnets/soutien-syndicat-de-magistrature-aux-manifestations-anti-police-danger-republique/> » (Le Pen, 18 février 2017).

### 3.2. L'appel à la mobilisation en ligne et hors ligne

Quoique quantitativement peu développée sur la période considérée – le début de la campagne –, la catégorie « Appel » a par ailleurs plus particulièrement retenu notre attention puisqu'une grande partie de la littérature dédiée à la communication électorale numérique porte sur le rôle des plateformes numériques dans la possible reconfiguration des pratiques d'engagement à l'égard des partis (Vaccari et Valeriani, 2016).

Nous avons déterminé dans quelle mesure celle-ci incitait les internautes à agir en faveur du/de la candidat·e, au regard de trois aspects que sont l'appel à la mobilisation, l'appel aux dons et l'incitation à partager les contenus publiés sur la page Facebook, comme l'illustre la Figure 8.



**Figure 8 :** Les formes de l'appel à l'action présentes dans les posts Facebook des cinq candidat·es (29 janvier-2 mars 2017)

Même si elle ne recouvre pas la totalité des nombreux « actes participatifs en ligne » qui ont pu être décelés lors de précédentes campagnes électorales (Greffet *et al.*, 2014), la mobilisation telle qu'elle est envisagée par les candidat·es emprunte une multitude de formes. Il peut ainsi s'agir

d'encourager les internautes à s'abonner à leur chaîne YouTube ou à faire du live tweet, ou à commenter une émission où ils et elles interviennent, à l'aide d'un hashtag dédié. Par exemple, la page de Jean-Luc Mélenchon contient systématiquement les hashtags correspondant aux émissions où il participe (#JLMinéditFR3, #LEmissionPolitique, #BFMPolitique, #19hRuthElkrief...).

À l'occasion de leurs passages télévisés, les leaders des partis cherchent ainsi à intégrer leurs soutiens comme possibles vecteurs d'influence en encourageant leur expression sur leurs propres réseaux sociaux. Aussi, la page Facebook renvoie parfaitement à l'idée de « double écran » qui implique, dans la stratégie de communication, l'intégration et l'alternance entre les médias diffusés en direct et les réseaux sociaux (Vaccari *et al.*, 2015). Cette catégorie peut également renvoyer à des activités hors ligne, par exemple, l'incitation à adhérer au parti, à venir à un meeting ou à une manifestation en faveur du/de la candidat·e et de ses propositions. Le 15 mars 2017, Jean-Luc Mélenchon poste ainsi ce message : « Ce samedi 18 mars, RDV à 14 h place de la Bastille pour notre marche pour la 6<sup>e</sup> République ! Diffusez l'info : partagez cette vidéo ! <https://18mars2017.fr/> ». Emmanuel Macron propose quant à lui aux internautes de rejoindre les comités locaux :

« Demandez le programme ! Rendez-vous ce week-end, partout en France, pour échanger avec les équipes d'En Marche. Plus de 500 kiosques sont tenus par nos adhérents pour vous présenter nos actions et les grandes orientations de notre projet.

Adhérez : [bit.ly/j-adhere](http://bit.ly/j-adhere)

Rejoignez un comité : <https://en-marche.fr/comites> »

(Macron, 4 mars 2017).

De son côté, Benoît Hamon invite les internautes à s'inscrire pour participer à son conseil citoyen : « Nous sommes intéressés par vos propositions pour enrichir notre programme. Parce que l'expertise citoyenne est indispensable, participez à notre Conseil Citoyen ! » (22 février 2017). Pour François Fillon, la mobilisation renvoie essentiellement à la présence dans ses meetings : « Je vous attends nombreux jeudi 2 mars à 19 h, à Nîmes. Inscription : [www.fillon2017.fr/nimes](http://www.fillon2017.fr/nimes) » (Fillon, 23 février 2017).

Les candidat·es prennent ainsi acte du « système médiatique hybride » décrit par Andrew Chadwick (2013), soit l'interdépendance des médias durant la campagne afin de profiter aussi bien des actions de terrain que de celles permises par les médias traditionnels ou le web, en vue de mettre en valeur le/la candidat·e ou de dénigrer l'adversaire. L'appel à

partager un contenu est très présent dans les posts de Jean-Luc Mélenchon, contrairement aux quatre autres candidat-es qui incitent moins leurs abonné-es à afficher sur leur propre page des contenus ouvertement partisans. Cet appel au partage peut également être associé à des *hashtags* qui renvoient à des événements hors ligne de la campagne, comme les meetings (#JLMHologramme), à des propositions (#JLMChiffrage) ou au slogan du candidat (#LaForceDuPeuple). Si les posts de Marine Le Pen ne comportent pas aussi fréquemment que ceux de Jean-Luc Mélenchon un appel à les partager, il n'en demeure pas moins qu'il s'agit là d'une action sur laquelle elle compte comme elle l'explicite dans ce message :

« Chers amis, [...] j'ai besoin que nous renforçons encore notre action en ligne ! Et notamment sur Facebook, où vous avez tous un rôle important à jouer. D'abord en partageant mes actualités, avec vos amis. Aussi en incitant le maximum d'entre eux à rejoindre notre action militante : invitez le maximum de vos amis à devenir fan de ma page, c'est un beau service que vous pouvez me rendre. Enfin en relayant sur Facebook les 144 engagements que j'ai pris devant les Français, et que vous pouvez trouver facilement sur Twitter pour ceux qui militent aussi sur cet autre réseau social. Par conséquent, je compte sur chacun d'entre vous. Ensemble, faisons tous campagne au nom du peuple ! Merci à tous ! – Marine Le Pen » (Le Pen, 15 février 2017).

Les pages de Macron et Fillon se caractérisent par une utilisation beaucoup plus modeste de l'appel à leurs partisans respectifs.

## Conclusion

Si l'intégration des réseaux sociaux dans les stratégies de campagne des candidat-es est désormais un impératif, leurs pratiques – concernant ici seulement Facebook – ne reflètent pas des choix identiques lorsqu'elles cherchent à s'articuler à l'ensemble des moyens communicationnels concomitamment mis en œuvre pour atteindre les électeur-rices. Les pages Facebook des candidat-es observées développent un rapport différencié aux temps de la campagne et aux événements qui la jalonnent, chacun-e des candidat-es n'indexe pas en effet de manière similaire ses messages sur Facebook aux actions se produisant sur le terrain ou aux apparitions médiatiques. Alors que la page de Marine Le Pen permet surtout de faire écho à ses prestations dans les médias traditionnels, celle de Jean-Luc Mélenchon constitue plutôt le support d'une narration de ses activités de terrain, alors que celle de Benoît Hamon rend compte de manière sensiblement équivalente de sa présence sur le terrain et dans

les médias. Les stratégies éditoriales d'Emmanuel Macron et de François Fillon sur Facebook semblent plus autonomes à l'égard de la campagne hors ligne et reposent davantage sur la publicisation de leur programme et propositions.

La littérature a pu antérieurement affirmer que l'ancienneté des organisations partisans et leur orientation politique jouent un rôle important dans la manière dont ils utilisent Facebook pour faire campagne, les partis les plus récents et l'extrême droite étant plus soucieux de favoriser la participation directe de leurs membres alors que ceux plus anciens ou conventionnels privilégieraient, pour leurs partisan-es, la consommation d'informations délivrées par le centre (Neihouser *et al.*, 2022). À l'aune de notre étude descriptive, ces deux critères devraient pouvoir être mis en perspective avec d'autres facteurs, par exemple, le rapport aux médias que ces partis entretiennent de manière générale et la temporalité de la campagne, soit le moment où l'observation a lieu. Alors même que l'interactivité a pu être vue par les chef-fes de partis comme le vecteur de nouvelles possibilités démocratiques susceptibles de résoudre l'apathie politique et de remédier à leurs tendances oligarchiques (Chadwick et Stromer-Galley, 2016), celle-ci ne se manifeste pas franchement lors de ce début de campagne présidentielle. Sauf chez Benoît Hamon qui a organisé des *live*, Facebook ne permet pas d'instaurer un dialogue avec les internautes, les pages des candidat-es se cantonnant essentiellement à les mettre en scène et à valoriser leurs propositions. En cela, la communication numérique de la présidentielle 2017 fait écho aux constats établis depuis longtemps à propos d'autres moments de compétition électorale quelle que soit leur échelle, constats qui révèlent la réticence fréquente des partis et candidat-es à mettre en œuvre des formes d'échange bilatéral ou multilatéral avec leurs publics (Koc-Michalska et Vallée, 2017).

La communication visuelle, s'appuyant sur des photos et des vidéos, est prédominante chez l'ensemble des candidat-es, sauf pour Jean-Luc Mélenchon qui opte davantage pour de longs développements écrits. Qu'il s'agisse de l'emploi des pronoms personnels ou des représentations photographiques, l'individualisation de la communication électorale apparaît très marquée notamment chez François Fillon et, dans une moindre mesure, Benoît Hamon. Si, de manière attendue, la communication numérique permet bien de mettre en avant la personne et les qualités du/de la candidat-e, elle contribue, notamment pour Fillon, Le Pen et Mélenchon, à véhiculer une publicité négative tout particulièrement à propos d'Emmanuel Macron. De ce point de vue, la page Facebook constitue bien un instrument de la négativité qui a pu être

observée continûment et sur d'autres supports à l'égard du candidat de En marche et ce, tout au long de la campagne (Lefébure, 2020). Celle-ci peut d'autant plus se déployer que les candidat-es invitent fréquemment leurs lecteur·rices à circuler entre leurs différents espaces de publications numériques, en indiquant des mots-clés pour Twitter ou en intégrant des liens vers les autres supports de la campagne, blogs ou sites web. Toutefois, si elles cherchent effectivement à atteindre un large public, ces pages sont significatives de l'absence d'uniformisation des stratégies électorales chez les cinq candidat-es. La volonté de mobiliser via Facebook partisan-es et sympathisant-es apparaît inégalement partagée parmi eux et elle, la page du leader de LFI et, dans une moindre mesure, celle de la présidente du FN se démarquant assez nettement de leurs concurrents dans les appels adressés à leurs communautés respectives.

## Bibliographie

- AUTER, Z. J. ET FINE, J. A. (2016). Negative Campaigning in the Social Media Age: Attack Advertising on Facebook. *Political Behavior*, 38(4), 999-1020. <https://doi.org/10.1007/s11109-016-9346-8>
- BERTHET, É. (2020). Le banquier et l'héritière. Comment les candidats du second tour de l'élection présidentielle française de 2017 ont consolidé leur positionnement dans la négativité. *Questions de communication*, 38(2), 201-218. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.23924>
- BENE, M., CERON, A., FENOLL, V., HASSLER, J., KRUSCHINSKI, S., LARSSON, A. O., MAGIN, M., SCHLOSSER, K. ET WURST, A.-K. (2022). Keep Them Engaged! Investigating the Effects of Self-Centered Social Media Communication Style on User Engagement in 12 European Countries. *Political Communication*, 39(1), 1-25. <https://doi.org/10.1080/10584609.2022.2042435>
- BLANCHARD, G. (2023). The use of digital technology by the candidates to campaign from within versus outside of an established party. A comparison between the candidates in the 2017 French presidential election. *Communication, Technologies et Développement*, 13. <https://doi.org/10.4000/ctd.9259>
- BORAH, P. (2016). Political Facebook use: Campaign strategies used in 2008 and 2012 presidential elections. *Journal of Information Technology et Politics*, 13(4), 326-338. <https://doi.org/10.1080/19331681.2016.1163519>
- BOSSETTA, M. (2018). The Digital Architectures of Social Media: Comparing Political Campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 U.S. Election. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(2), 471-496. <https://doi.org/10.1177/1077699018763307>
- BOULIANNE, S. ET LARSSON, A. O. (2021). Engagement with candidate posts on Twitter, Instagram, and Facebook during the 2019 election. *New Media & Society*, 25(1), 119-140. <https://doi.org/10.1177/14614448211009504>
- CECCOBELLI, D. (2018). Not every day is Election Day: A comparative analysis of eighteen election campaigns on Facebook. *Journal of Information Technology & Politics*, 15(2), 122-141. <https://doi.org/10.1080/19331681.2018.1449701>
- CHADWICK, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press.
- CHADWICK, A. ET STROMER-GALLEY, J. (2016). Digital Media, Power, and Democracy in Parties and Election Campaigns: Party Decline or Party Renewal? *The International Journal of Press/Politics*, 21(3), 283-293. <https://doi.org/10.1177/1940161216646731>
- CHARAUDEAU, P. ET MAINGUENEAU, D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Seuil.

- DAKHLIA, J. (2017). Comptes personnels et enjeux publics : la communication de responsables politiques sur Twitter. M. Burger, J. Thornborrow et R. Fitzgerald (dir.), *Discours des réseaux sociaux : enjeux publics, politiques et médiatiques*. De Boeck Supérieur, 109-139. <https://doi.org/10.3917/dbu.thorn.2017.01.0109>
- DESTERBECQ, J. (2015). *La peopolisation politique. Analyse en Belgique, France et Grande-Bretagne*. De Boeck.
- ENLI, G. S. ET SKOGERBØ, E. (2013). Personalized Campaigns in Party-Centred Politics. *Information, Communication & Society*, 16(5), 757-774. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.782330>
- FARKAS, X. ET BENE, M. (2021). Images, Politicians, and Social Media: Patterns and Effects of Politicians' Image-Based Political Communication Strategies on Social Media. *The International Journal of Press/Politics*, 26(1), 119-142. <https://doi.org/10.1177/1940161220959553>
- GERODIMOS, R. ET JUSTINUSSEN, J. (2015). Obama's 2012 Facebook Campaign: Political Communication in the Age of the Like Button. *Journal of Information Technology & Politics*, 12(2), 113-132. <https://doi.org/10.1080/19331681.2014.982266>
- GREFFET, F. (2022). Les partis politiques par temps de plateformes. Mobilisations électorales, transformations organisationnelles, initiatives citoyennes. *Réseaux*, 236(6), 9-33. <https://doi.org/10.3917/res.236.0009>
- GREFFET, F., WOJCIK, S. ET BLANCHARD, G. (2014). S'engager dans la campagne présidentielle. *Politiques de communication*, 3(2), 25-58.
- HAMELEERS, M., SCHMUCK, D., BOS, L. ET ECKLEBE, S. (2020). Interacting with the ordinary people: How populist messages and styles communicated by politicians trigger users' behaviour on social media in a comparative context. *European Journal of Communication*, 36(3). <https://doi.org/10.1177/0267323120978723>
- HERMANS, L. ET VERGEER, M. (2013). Personalization in e-campaigning: A cross-national comparison of personalization strategies used on candidate websites of 17 countries in EP elections 2009. *New Media & Society*, 15(1), 72-92. <https://doi.org/10.1177/1461444812457333>
- KALSNES, B. (2016). The Social Media Paradox Explained: Comparing Political Parties' Facebook Strategy Versus Practice. *Social Media + Society*, 2(2). <https://doi.org/10.1177/2056305116644616>
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. (2005). *Les actes de langage dans le discours. Théorie et fonctionnement*. Armand Colin.
- KOC-MICHALSKA, K., LILLEKER, D. G., MICHALSKI, T., GIBSON, R. ET ZAJAC, J. M. (2021). Facebook affordances and citizen engagement during elections: European political parties and their benefit from online strategies? *Journal of Information Technology & Politics*, 18(2), 180-193. <https://doi.org/10.1080/19331681.2020.1837707>

- KOC-MICHALSKA, K. ET VALLÉE, O. (2017). Les élections présidentielles : Un événement politique en ligne : Les acteurs politiques et leur performance sur Facebook lors des élections présidentielles françaises de 2012. *Sciences de la société*, 102, 150-167. <https://doi.org/10.4000/sds.7170>
- LALANCETTE, M. ET RAYNAULD, V. (2024). Les médias socionumériques et la politique. Enjeux de personnalisation, d'intimisation et de célébritisation à l'ère numérique. M. Lalancette et F. Bastien (dir.), *Médiatisation de la politique. Logiques et pratiques*. Presses de l'Université du Québec, 177-200.
- LEFÉBURE, P. (2020). De la castagne en campagne : La communication électorale négative, fait politique et objet d'étude. *Questions de communication*, 38, 9-32. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.23545>
- LILLEKER, D. G., KOC-MICHALSKA, K., SCHWEITZER, E. J., JACUNSKI, M., JACKSON, N. ET VEDEL, T. (2011). Informing, engaging, mobilizing or interacting: Searching for a European model of web campaigning. *European Journal of Communication*, 26(3), 195-213. <https://doi.org/10.1177/0267323111416182>
- MAGIN, M., PODSCHUWEIT, N., HASSLER, J. ET RUSSMANN, U. (2017). Campaigning in the fourth age of political communication. A multi-method study on the use of Facebook by German and Austrian parties in the 2013 national election campaigns. *Information, Communication & Society*, 20(11), 1698-1719. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1254269>
- MERCIER, A. (2015). Twitter, espace politique, espace polémique. L'exemple des tweet-campagnes municipales en France (janvier-mars 2014). *Les Cahiers du numérique*, 11(4), 145-168.
- METZ, M., KRUIKEMEIER, S. ET LECHELER, S. (2020). Personalization of politics on Facebook: Examining the content and effects of professional, emotional and private self-personalization. *Information, Communication & Society*, 23(10), 1481-1498. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1581244>
- NEIHOUSER, M. (2019). Un média personnel à disposition de tous les candidats ? Étude des pages Facebook des futurs députés lors de la campagne législative de 2017. A. Théviot (dir.), *Médias et élections. Les campagnes 2017 : primaires, présidentielle et législatives françaises*. Presses universitaires du Septentrion, 103-119.
- NEIHOUSER, M., FIGEAC, J. ET LE-COZ, F. (2022). Faire campagne dans Facebook. Une pratique privilégiée par l'extrême droite et les partis émergents. *Politiques de communication*, 19(2), 55-86. <https://doi.org/10.3917/pdc.019.0055>
- RENNES, J. (2016). Les controverses politiques et leurs frontières. *Études de communication*, 47(2), 21-48. <https://doi.org/10.4000/edc.6614>
- ROGINSKY, S. ET DE COCK, B. (2015). Faire campagne sur twitter. Modalité-

- tés d'énonciation et mises en récit des candidats à l'élection européenne. *Les cahiers du numérique*, 11(4), 119-144. <https://doi.org/10.3166/lcn.11.4.119-144>
- RUSSMANN, U., HASSLER, J., FENOLL, V. ET MAGIN, M. (2021). Social Media as a Campaigning Tool in Elections: Theoretical Considerations and State of Research. J. Haßler, M. Magin, U. Russmann et V. Fenoll (dir.), *Campaigning on Facebook in the 2019 European Parliament Election*. Springer, 23-39.
- SANDRÉ, M. (2019). Êre digitale et politique : quelle communication électorale sur Facebook. *Cahiers du Centre de Linguistique et des Sciences du Langage*, 59, 119-139. <https://doi.org/10.26034/la.cdclsl.2019.55>
- LAM, S. Y. B., CHEUNG, M. F. M ET LO, W. H. (2021). What Matters Most in the Responses to Political Campaign Posts on Social Media: The Candidate, Message Frame, or Message Format? *Computers in Human Behavior*, 121. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106800>
- STEPHAN, G. (2020). Diriger l'hostilité de la communauté frontiste en ligne. L'exemple de la campagne #LeVraiFillon. *Questions de communication*, 38(2), 125-144. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.23823>
- STIER, S., BLEIER, A., LIETZ, H. ET STROHMAIER, M. (2018). Election Campaigning on Social Media: Politicians, Audiences, and the Media-tion of Political Communication on Facebook and Twitter. *Political Communication*, 35(1), 50-74. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1334728>
- STROMER-GALLEY, J., ROSSINI, P., HEMSLEY, J., BOLDEN, S. E. ET MCKERNAN, B. (2021). Political Messaging Over Time: A Comparison of US Presidential Candidate Facebook Posts and Tweets in 2016 and 2020. *Social Media + Society*, 7(4). <https://doi.org/10.1177/20563051211063465>
- THEVIOT, A. (2021). Facebook, vecteur d'amplification des campagnes négatives?. *Questions de communication*, 38(1), 101-124.
- VACCARI, C., CHADWICK, A. ET O'LOUGHLIN, B. (2015). Dual Screening the Political: Media Events, Social Media, and Citizen Engagement. *Journal of Communication*, 65(6), 1041-1061. <https://doi.org/10.1111/jcom.12187>
- VACCARI, C. ET VALERIANI, A. (2016). Party Campaigners or Citizen Campaigners? How Social Media Deepen and Broaden Party-Related Engagement. *The International Journal of Press/Politics*, 21(3), 294-312. <https://doi.org/10.1177/1940161216642152>
- VAN AELST, P., SHEAFER, T. ET STANYER, J. (2012). The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 203-220. <https://doi.org/10.1177/1464884911427802>



Coordination :  
Joachim Schöpfel

# NOTES DE LECTURE





deux principaux axes. D'abord, il identifie les opérations fondamentales de ce processus par le biais d'analyses de terrain ainsi que de textes pratiques, normatifs et prescriptifs. Ces documents définissent et intègrent ce nouveau statut au sein des objets eux-mêmes. Il examine ensuite les caractéristiques de la relation ainsi établie, formulant l'hypothèse selon laquelle la reconnaissance des objets en tant que patrimoine équivaut à se considérer débiteur envers ceux qui les ont produits. Cette hypothèse repose sur deux considérations principales : d'une part, les objets patrimoniaux conservent une propriété symbolique de leurs créateurs, conférant une valeur reconnue dans le présent et offrant aux groupes revendiquant cette reconnaissance une identité temporelle, et d'autre part, ces objets doivent être conservés pour être transmis, la reconnaissance d'une dette formant la base de cette obligation.

Cet ouvrage découle d'un projet initial visant une approche communicationnelle des pratiques historiques. Cependant, l'évolution de la notion de patrimoine et l'émergence de nouveaux modes de patrimonialisation, particulièrement le patrimoine immatériel, ont rapidement montré que se limiter à un simple réexamen du matériau utilisé lors de la première phase n'était plus suffisant.

Ainsi, Jean Davallon décide d'inclure une investigation couvrant les modifications et les élargissements survenus dans la production des objets patrimoniaux depuis la dernière décennie du xx<sup>e</sup> siècle et au début du xxi<sup>e</sup> siècle. L'objectif reste inchangé : comprendre la patrimonialisation des traces du passé. Qualifier quelque chose de patrimoine n'implique pas nécessairement de lui reconnaître une essence transcendante, mais ce n'est pas pour autant lui dénier toute qualité négative. La patrimonialisation vise à doter ces objets de valeurs et de significations spécifiques, instaurant ainsi un statut symbolique reconnu.

Dans l'introduction du *Don du Patrimoine*, Jean Davallon adopte une approche similaire à celle d'Umberto Eco, avec l'idée que le texte est défini comme une machine à produire de la signification en associant un dispositif langagier et son interprète. Cette conception du texte communicationnel, et non plus linguistique, déplace notre approche de son fonctionnement : l'énonciation devient déterminante, influençant l'interprétation par le lecteur d'un dispositif médiatique plutôt que d'une simple combinaison d'unités de signification.

Trois groupes de textes médiatiques co-existent. Le premier groupe comprend les textes qui sont des opérateurs directs de patrimonialisation, divisés en deux sous-groupes : les textes régissant le processus, notamment les textes prescriptifs à visée performative ou injonctive, et

les documents savants produits par les spécialistes, scientifiques ou autres personnes engagées dans le processus de patrimonialisation. Le deuxième groupe intègre l'abondante littérature scientifique étudiant et discutant les processus de patrimonialisation. Le troisième groupe rassemble tous les textes qui assurent la publication des objets patrimoniaux, qu'ils soient matériels ou immatériels, ainsi que les enregistrements, catalogues et documents de médiation.

Ces trois formes de textes médiatiques circulent dans différents cercles : professionnels, scientifiques et culturels. L'analyse socio-sémiotique des textes médiatiques en tant que trace des pratiques révèle la présence de deux catégories de traces : d'une part, les traces du passé, que Jean Davallon cherche à montrer comme des objets en train d'acquérir un statut patrimonial, et d'autre part, les traces de pratiques sociales de patrimonialisation.

Cet ouvrage examine également les régularités et les changements touchant les différents éléments : les objets, les opérations, les agents, les valeurs, les savoirs et les rapports au temps. Analyser ces variations ne consiste pas ici à étudier des situations sociales spécifiques, ni à tracer l'histoire d'une évolution, ni à comprendre la dynamique sociale traversant le monde patrimonial. En revanche, sous l'influence de l'activité du domaine patrimonial, de nouvelles régularités émergent à travers les textes médiatiques. Ces textes deviennent alors des points de singularité, indiquant, déclarant ou revendiquant explicitement l'émergence de nouvelles manières de patrimonialiser, plus ou moins en rupture avec les modes dominants existants.

La nouvelle manière de patrimonialiser peut soit fusionner avec les modes existants, les infléchissant et les faisant bifurquer, soit diverger sous forme de variantes, jusqu'à éventuellement constituer une nouvelle ligne de force autonome, prenant la forme d'un mode de patrimonialisation distinct. Ce jeu de lignes de force traversant le social est alors perceptible à travers certains textes médiatiques.

Bien que la catégorie « patrimoine » ait été utilisée de manière sporadique et souvent en lien avec la notion plus couramment employée de « monument historique », son ascension sur la scène culturelle et médiatique ne commence véritablement qu'à partir des années 1970. Cependant, au moment où elle semblait s'affirmer comme une catégorie potentiellement unificatrice des divers objets du passé que l'on souhaite préserver et transmettre, sa pertinence, sa légitimité et son expansion furent vivement contestées.

La catégorie de « patrimoine » semble échapper à toute tentative de définition précise. Son incapacité à intégrer complètement la notion de monument historique réside dans le fait qu'elle est « ouverte ». Elle englobe les monuments historiques tout en étant le produit d'une dynamique propre. Cette dynamique perpétuellement ouverte inclut constamment de nouveaux objets, non seulement des vestiges anciens mais aussi des éléments plus récents, des traces mémorielles, etc.

C'est là une des difficultés de l'objet patrimonial : il se présente comme « ouvert ». Cette ouverture engendre des enjeux permanents de définition, des conflits de délimitation et des concurrences entre types d'objets ou de traces. D'un autre côté, cette ouverture constitue une « virtualité actualisée », créant un horizon de tensions spécifiques et de dynamiques de transformation sociales.

Jean Davallon propose de lier cette dynamique aux traits spécifiques d'une « économie symbolique » présente dans notre société, traitée comme une variable distincte. Cependant, elle peut aussi être vue comme le résultat du processus même de patrimonialisation. Celui-ci se fonde sur la reconnaissance d'une dette symbolique envers le passé, exprimée sous la forme de traces patrimoniales à conserver et à transmettre. La patrimonialisation repose ainsi sur l'actualisation de cette dette, rendue tangible et visible par la médiation des textes et des pratiques sociales.

Le processus de patrimonialisation n'est pas linéaire et peut durer plusieurs années, avec des étapes de pause et de reprise, mobilisant divers acteurs sociaux, scientifiques, administratifs, économiques, experts et politiques. Il est capital que chacun soit impliqué pour construire un intérêt suffisant, condition nécessaire au succès du programme de patrimonialisation. Cette prise de conscience de la valeur de l'élément amorce une transformation semblable à une découverte, initiant la production et la représentation de cet élément.

Le patrimoine immatériel, parfois appelé « patrimoine vivant », souligne l'absence de rupture entre la vie fonctionnelle de l'élément et sa vie en tant qu'objet patrimonial. Même après son inscription, l'élément continue d'exister socialement sous sa forme originelle. Cependant, dès la demande d'inscription, l'élément subit un changement majeur, entrant dans le domaine administratif ou politique de la convention, initié par la construction de sa représentation savante. La production de cette représentation implique de définir, décrire et connaître l'origine de l'élément, à partir de diverses pratiques et mémoires qui le manifestent.

Ainsi, préserver le processus en tant que patrimoine nécessite de maintenir cette conjonction et hiérarchie. L'objectif est de conserver

le double mode d'existence sociale de l'élément, typique de tout objet patrimonial en tant que trace du passé et représentation savante. Il ne s'agit pas de recommencer le processus d'inscription, mais d'activer le processus comme auparavant et de mobiliser la représentation savante pour réaffirmer la continuité de son statut patrimonial.

La patrimonialisation des entités complexes, observée depuis les années 1960 et 1970, a souvent été perçue comme une simple épiphanie des nouvelles méthodes de patrimonialisation. Jean Davallon explore comment un rassemblement d'objets peut devenir une entité complexe par la mise en exposition, s'appuyant sur la muséographie de Georges-Henri Rivière et examinant la patrimonialisation de ces objets à travers des exemples du patrimoine urbain. L'analyse de documentaires révèle l'émergence d'une patrimonialisation médiatique de ces paysages complexes.

En conclusion, la patrimonialisation des objets complexes implique de maintenir une conjonction et une hiérarchie des modes d'existence sociale des éléments patrimoniaux. Le processus d'intégration et de contextualisation des objets dans les vitrines muséales illustre comment des éléments disparates peuvent être réunis pour former une entité cohérente et représentative d'un patrimoine culturel spécifique.

Dans l'ouvrage *Des traces patrimoniales en devenir*, Jean Davallon s'adresse principalement à un public académique et professionnel intéressé par les dynamiques communicationnelles, la muséologie, l'ethnologie et les études sur le patrimoine. Cet ouvrage vise autant les chercheurs, enseignants et étudiants en sciences humaines et sociales que les professionnels du secteur patrimonial, tels que ceux œuvrant dans les musées ou dans la conservation. Il apporte une réflexion profonde sur les processus de patrimonialisation, à savoir la manière dont certains objets, pratiques ou lieux se voient conférer un statut patrimonial, devenant ainsi dignes de préservation pour leur valeur actuelle et future.





nication. La première partie pose les bases théoriques de la réflexion du chercheur présentant notamment la conceptualisation de la culture en communication. La seconde partie présente des applications concrètes de l'approche sémiopragmatique dans divers contextes. Enfin, dans la troisième et dernière partie, l'auteur développe la notion d'interculturalisation dans un monde globalisé et médiatisé et affirme l'importance de reconnaître la pluralité identitaire dans les sociétés contemporaines.

Dans la première partie, Alexander Frame retrace l'histoire du concept de culture, passant des premières définitions anthropologiques aux approches critiques contemporaines. L'auteur propose une définition communicationnelle de la culture en insistant sur son caractère processuel ainsi que sur l'importance de la prise en compte de la communication interpersonnelle (p. 50). Par ailleurs, les cultures doivent être appréhendées comme des traces structurantes des interactions, à la fois matérielles et immatérielles (p. 59) dans l'objectif de faire sens : c'est la notion de sémiogénèse, également appelée *sensemaking* dans l'ouvrage, en référence aux travaux de K. Weick.

Selon l'auteur, les travaux de Pierre Bourdieu, bien qu'essentialistes, ont en effet permis d'ouvrir la voie à une conception processuelle de la culture en reconnaissant la dimension évolutive des traits culturels (p. 29). Alexander Frame s'appuie sur les théories de la psychologie sociale pour rappeler au lecteur que la vision essentialiste (« solide ») de la culture est pourtant naturelle, dans le sens où elle répond à un besoin cognitif de catégorisation sociale (p. 37), « qui fonctionne tel un "raccourci cognitif", une manière commode pour le cerveau de diviser la complexité impensable du monde en groupes, en classes et en catégories pour plus facilement se l'approprier » (p. 51). Avec le tournant postmoderne, Alexander Frame rappelle que la culture devient progressivement une notion « liquide » en s'appuyant sur l'expression de Z. Bauman (p. 29), voire un « signifiant flottant » comme cela est reproché par les auteurs critiques comme F. Dervin (p. 35), à tel point que la légitimité de l'existence même du terme de culture est remis en cause (p. 44). Alexandre Frame s'oppose à ces visions critiques en affirmant que les cultures sont avant tout des représentations et des réalités sociales qu'il convient d'étudier (p. 47) et qu'il est nécessaire de les appréhender à diverses échelles.

Alexandre Frame mobilise les théories de la sociologie de la figuration, en s'appuyant notamment sur les travaux de E. Goffmann, J.-J. Boutaud et N. Elias, et plus généralement de l'école de Brême, pour raisonner davantage en termes d'identités culturelles, sources de problématiques de rapports de pouvoir que l'auteur propose de surmonter grâce à l'ap-

proche sémiopragmatique. Il définit ainsi de manière précise et imagée les trois échelles d'analyse, à savoir les niveaux méso-, macro- et micro-sociaux (p. 71) pour pouvoir ensuite interroger la manière dont les cultures peuvent influencer les individus sur le plan cognitif. Empruntant à Berger et Luckmann la théorie de la « socialisation primaire », l'auteur montre que les traits culturels sont intériorisés par les individus dès leur enfance et structurent ainsi leur manière de concevoir le monde (p. 73). Il invite ainsi le lecteur à se questionner sur la possibilité de se défaire d'une « culture d'origine » ou sur la socialisation d'un individu exposé à plusieurs environnements culturels et affirme sa position en faveur de la conception d'une culture « forte » ancrée dans la socialisation. En ce sens, l'approche sémiopragmatique d'Alexander Frame est également performative (p. 79), holistique (p. 88) et « attentive aux problématiques identitaires » (p. 82). En s'appuyant sur les théories de l'identité (Stryker) et l'intersectionnalité, il explique notamment que les individus activent la plupart du temps de manière simultanée plusieurs identités en fonction des divers contextes (p. 85). Les nombreux exemples proposés par l'auteur ainsi que le recours aux métaphores marquantes des divers chercheurs (la culture comme « blocs et fils » empruntée à Holliday, ou encore comme « fluide non-newtonien » d'Ogay et Edelmann) aident le lecteur à comprendre ces diverses notions (p. 87). C'est également en mentionnant la métaphore de la configuration comme « décor » et la figuration comme « action » de E. Goffmann (p. 106), celle de la ventriloquie de F. Cooren (p. 108), ou encore la métaphore du jeu de N. Elias (p. 112), qu'Alexander Frame parvient à expliciter le triptyque « préfiguration/figuration/configuration » et la « théorie des actants », nécessaires à la compréhension de la performance des repères de signification à l'occasion des interactions.

Le concept central de l'ouvrage est l'interculturalité, défini dans la deuxième partie comme un processus qu'il convient de distinguer de l'acculturation ou de l'assimilation, termes jugés réducteurs. L'interculturalité est présentée comme un processus continu d'évolution culturelle, influencé par des contacts entre différents groupes sociaux. Frame s'appuie notamment sur les travaux de Jacques Demorgon (p. 219), qui différencie l'interculturel d'ajustement (conscient) de l'interculturel de genèse (moins conscient, mais plus profond). Ce dernier serait responsable de la genèse et de l'évolution des cultures à travers les interactions entre individus et groupes.

Alexander Frame souligne le lien de continuum entre la communication interculturelle et la communication interpersonnelle en s'appuyant notamment sur ses travaux antérieurs portant sur la figure de

l'étranger (p. 144). Pour montrer la manière créative dont les individus se servent de leurs cultures, Alexander Frame cite de nombreux exemples issus du monde de l'entreprise ainsi que ceux de la figure du cadre professionnel expatrié (p. 162).

Un des points majeurs de l'ouvrage est la critique du nationalisme méthodologique qui réduit la culture à des stéréotypes nationaux figés. Frame explique que cette vision est problématique, car elle confond les échelles microsociale (individus) et macrosociale (groupes). Il montre que les cultures sont plus fluides et se construisent par le biais d'interactions à plusieurs niveaux. Il est essentiel de reconnaître la pluralité des identités sociales qui coexistent chez un individu, et qui ne se limitent pas aux identités nationales, souvent survalorisées dans les études interculturelles (p. 74). En critiquant le nationalisme méthodologique, Alexander Frame propose ainsi de dépasser la sémiosphère nationale pour s'intéresser au « sémioscape » global (p. 226), qui serait un « continuum sémiotique qui englobe l'ensemble des sémiosphères ». En ce sens sa vision sémiopragmatique, influencée par celle de Katriina Siivonen, est originale et presque métaphysique : « Chaque individu n'a accès qu'à une partie infime du sémioscape global, en fonction de ses connaissances et de ses expériences, mais cette toile de fond supposée relie l'ensemble, dans une structuration connective abstraite qui dépasse les trois dimensions » (p. 226).

Frame s'appuie sur des métaphores marquantes pour illustrer ses concepts, comme celle de la culture en tant que « boîtes à outils » ou « répertoires » (A. Swidler, p. 59), où les individus piochent pour co-construire du sens à travers leurs interactions. Il insiste également sur l'idée que tout groupe social, même restreint, peut développer des traits culturels partagés, comme illustré par l'exemple des membres d'un voyage organisé (p. 65). Ainsi la culture est présentée dans sa dimension collective. Elle n'est pas idiosyncrasique mais repose sur « l'idéal d'un ensemble de traits partagés » (p. 65).

Dans la dernière partie, Frame introduit la notion de « cohabitation identitaire » (citant Dominique Wolton), dans laquelle les cultures se croisent et se transforment au sein des sociétés globalisées. Il insiste sur l'importance d'une vision cosmopolitique, où la mondialisation devient un terrain d'échanges créatifs plutôt qu'un choc entre civilisations. Enfin, il propose d'utiliser les techniques du marketing comme le *soft power* ou encore le *nation-branding* pour adopter une vision cosmopolitique, susceptible d'influencer positivement les attitudes envers les États-Nations (p. 315). La mondialisation doit ainsi être abordée selon Alexander Frame davantage sous l'angle d'une « cohabitation identitaire »

que d'une cohabitation culturelle en soubassement d'une vision des cultures en mille-feuilles.

Cet ouvrage propose une réflexion approfondie sur la nature évolutive des cultures et la manière dont elles sont façonnées par les interactions humaines. En développant une approche sémiopragmatique, Frame dépasse les modèles figés et ouvre la voie à une compréhension plus dynamique des cultures dans un contexte mondialisé et médiatisé.

La richesse de cet ouvrage réside non seulement dans la profondeur de l'analyse, mais aussi dans l'utilisation d'une vaste littérature scientifique des SIC et du champ anglophone des *communication studies*, dont de nombreux extraits sont traduits par l'auteur. Cet ouvrage s'adresse principalement aux chercheurs, universitaires et étudiants avancés en sciences de la communication, sociologie et études culturelles. Les professionnels du management interculturel y découvriront des outils conceptuels précieux pour analyser et comprendre les dynamiques culturelles dans divers contextes. Cependant, leur application sur le terrain pourrait s'avérer difficile, en raison d'une vision qui s'oppose aux grilles simplificatrices fréquemment utilisées dans le management interculturel et la formation en entreprise.

Enfin, nous pouvons souligner la présence d'un glossaire sémiopragmatique en fin de volume, particulièrement appréciable, dans la mesure où il aide le lecteur à s'orienter parmi les nombreux concepts théoriques complexes et à comprendre les nuances de la sémiopragmatique.



## 227

Université de Nice, Laboratoire GERiiCO, Lille, France  
camille.laville@yahoo.fr

La deuxième partie aborde le recours à l'IA et aux algorithmes de recommandation pour la diffusion des contenus journalistiques et culturels.

2. — <https://www.obvia.ca/>

Le premier chapitre fait un état des lieux des différentes expérimentations de l'IA par les rédactions journalistiques, que ce soit pour la collecte et l'analyse de l'information, la production ou la distribution. Le second chapitre propose une analyse comparative du recours à l'IA des algorithmes et des *Big Data* par les plateformes audiovisuelles, que ce soit pour la recommandation de contenus ou comme guide pour la création de nouveaux contenus. Les contributions suivantes portent spécifiquement sur les algorithmes de recommandation de contenus. Ainsi, Lily-Canelle Mathieu s'interroge sur le dilemme agentiel permanent auquel fait face l'usager·ère des plateformes face au système de recommandation algorithmique, entre soumission et tentative d'émancipation. La contribution suivante s'interroge sur la marge d'autonomie laissée par le système de recommandation algorithmique de Netflix aux usager·ères pour découvrir et explorer de nouveaux contenus. Les deux dernières contributions de cette partie questionnent la dimension éthique du recours à l'IA. La première est dédiée à l'expérimentation d'algorithmes de contenu à contenu en matière de patrimoine cinématographique tandis que la seconde aborde le partenariat de données entre les acteur·rices comme une solution collective intégrant les acteur·rices culturel·les.

La troisième partie de l'ouvrage porte sur l'intelligence artificielle et la sauvegarde du patrimoine culturel. Il réunit des réflexions et des expérimentations de l'IA appliquées à des objets culturels et patrimoniaux spécifiques. La première contribution dédiée au Sénégal en matière d'IA est partagée entre la crainte de voir disparaître les identités culturelles particulières et la possibilité d'accélérer la diffusion des savoirs et savoir-faire dans les différentes langues d'usage au Sénégal. Le texte suivant porte sur le recours à l'IA pour la transcription de documents ou la reconnaissance automatique d'images dans le cadre de recherches archéologiques. Cette partie se clôt sur l'analyse de Lina Uzlyte qui explore comment l'IA investit les espaces de la visite guidée et questionne les enjeux déontologiques afférents.

La dernière partie de l'ouvrage est consacrée aux répercussions de l'IA sur la propriété intellectuelle, les droits humains et la diversité culturelle. Les trois premières contributions questionnent les enjeux juridiques qu'implique le croisement de l'IA avec la culture : quel statut pour les productions algorithmiques ? Peut-on parler de droit d'auteur en la matière ? Dans son texte, Camille Alegre souligne notamment que le concept de droit d'auteur semble peu adapté aux réalisations produites via l'IA en ce qu'elles sont le fruit d'un processus collectif mêlant de nombreux acteurs·rices. Quant à Stephen Monteiro, il aborde précisément la

question de la reproduction et diffusion des œuvres sur les plateformes de partage malgré les systèmes de contrôle mis en place avec la collaboration de l'IA. Dans les deux contributions suivantes, Lucia Flores Echaiz traite de la gouvernamentalité algorithmique suivie par une réflexion d'Iris Richer et Clémence Varin qui plaident pour le développement d'une intelligence artificielle éthique et responsable, tenant compte de la diversité culturelle. C'est également de diversité ou plus précisément d'absence de diversité dont il est question dans les deux dernières contributions. La première aborde les normes discriminatoires envers les femmes au sein des outils développés par l'IA, véhiculant des stéréotypes sexistes. La seconde réflexion menée par Thibault Grison et Virginie Julliard porte sur la manière dont la modération menée par l'IA conduit à invisibiliser les contenus LGBT, et comment les communautés mettent en place des stratégies de contournement des systèmes de modération générés par l'IA.

Outre la qualité et la variété des contributions réunies au sein de cet ouvrage, l'une des forces de celui-ci est qu'il nous invite à penser l'intelligence artificielle dans sa transversalité. Les objets, les terrains, les acteur·rices questionné·es au travers de ces contributions s'éclairent mutuellement et participent à une meilleure appréhension de l'IA. Ajoutons que si les contributeur·rices évoquent leurs difficultés à circonscrire les différentes manifestations de ce processus technologique et plus encore à en prédire les impacts sur l'environnement culturel et médiatique, cet ouvrage constitue sans nul doute un état des lieux exhaustif des enjeux que soulève l'IA en 2024.



**Auréli Laborde, *Violences numériques et résistances au travail*<sup>1</sup>**

Salma El Bourkadi  
Université de Lille, Laboratoire GERiCO, Lille, France  
salma.el-bourkadi@univ-lille.fr

**A**dapté de son HDR en sciences de l'information et de la communication, l'ouvrage d'Aurélie Laborde explore les violences numériques ainsi que la résistance des individus et des collectifs dans le cadre du travail, considérées comme l'une des facettes sombres, invisibles, cachées, discrètes et peu étudiées des organisations. Son approche appelle à prendre en compte la dimension politique de la communication organisationnelle et propose une démarche de recherche-action collaborative permettant d'éclairer les pratiques professionnelles inciviles et violentes produites dans les organisations, prolongées dans les dispositifs numériques et invisibilisées par le management.

La première partie du livre est consacrée aux violences numériques ordinaires en contexte professionnel. À travers quatre chapitres, Aurélie Laborde s'appuie sur plusieurs travaux de recherche menés depuis une quinzaine d'années sur les transformations des relations professionnelles relatives à l'équipement numérique du travail. D'abord, l'auteure souligne que les cadres normatifs et juridiques qui définissent le harcèlement et la violence au travail, ne prennent pas en considération les nouvelles réalités du travail numérique et hybride. Elle examine les technologies numériques comme des dispositifs susceptibles d'accélérer la fragmentation des relations sociales et la production des interactions inciviles et violentes au travail. En s'appuyant sur les conclusions du programme de recherche Civilinum<sup>2</sup> qu'elle a co-piloté, Aurélie Laborde insiste pour envisager les incivilités numériques (contenus et formes inappropriées des messages, usages inappropriés des outils et automatismes intrusifs)

1. — Laborde, A. (2023). *Violences numériques et résistances au travail*. De Boeck Supérieur, coll. Culture & Communication.

2. — <https://civilinum.u-bordeaux-montaigne.fr>

comme le symptôme d'un dysfonctionnement organisationnel rendant vulnérables les individus et les collectifs au travail et donnant lieu à ces incivilités socialement construites. Ce regard constructiviste nourri des travaux d'Antony Giddens et de Gilles Herreros a pour intérêt de considérer le pouvoir d'agir des acteurs et de rejeter l'approche déterministe de la souffrance au travail et la solitude devant elle. L'euphémisation des violences numériques au travail s'explique ainsi par le déni organisationnel en justifiant ce phénomène par des causes extérieures et à travers des discours managériaux et institutionnels détournant la responsabilité des organisations vers celle des individus.

La deuxième partie traite les résistances discrètes au travail et se compose également de quatre chapitres. Elle aborde la disqualification de la résistance par les « techno-discours » fondés sur une idéologie conditionnant les formes d'appropriation des technologies et rejetant toute critique qui remet en question ses arguments. Alors que les travaux de recherche sur les résistances à l'usage des technologies des années 2000 sont focalisés sur le non-usage perçu comme une défaillance, le tournant « positif » dans les approches sur les résistances transformatrices des organisations émerge à partir des années 2010. Aurélie Laborde montre que l'usage des technologies joue un rôle de révélateur des dysfonctionnements organisationnels et permet de libérer les paroles. Elle révèle aussi que l'usage peut servir à développer une conscience politique des formes de domination au travail. Le « *soft control* » du management n'entraîne pas une disparition de la résistance, mais une évolution vers des pratiques cachées et créatrices profitant des failles technologiques que l'auteure analyse à travers le concept de l'« exploit » d'Alexander Galloway et Eugène Thacket. Pour penser la résistance comme source de transformation constitutive des organisations, Aurélie Laborde propose d'allier approche critique des usages et approche centrée sur les résistances analysées à partir de la notion du pouvoir d'agir. Elle note ainsi l'importance de penser la résistance au travail comme processus évolutif car donnant lieu à de nouvelles formes de résistance discrètes et invisibles, et dépassant le cadre organisationnel.

La troisième partie constituée de trois chapitres rend compte de la démarche de recherche-action collaborative pour éclairer la face obscure des organisations. Aurélie Laborde revient sur l'approche de recherche-action qu'elle associe au paradigme du pragmatisme en partant du principe que c'est l'action qui permet de générer des connaissances scientifiques. Pour illustrer cette approche, le programme Civilinum sur l'évolution de la civilité au travail est cité pour expliquer que la démarche

de terrain s'est déroulée en trois temps : les réunions régulières qui ont permis de définir l'objet et les problématiques rencontrées par les chercheurs et les organisations ; les *focus groups* organisés en plusieurs thématiques et réunissant une vingtaine de participants ; et la co-rédaction d'un livre blanc sur les incivilités numériques. Cet exemple engage des questionnements sur la neutralité scientifique, la réflexion éthique, le processus de construction des connaissances ou encore la perspective critique de la démarche de recherche. L'auteure explique ces éléments afin de défendre une démarche de recherche originale qu'elle appelle la « recherche-action collaborative », et qui s'intéresse aux objets considérés comme « négatifs » dans les organisations, qui est inscrite dans l'action et vise l'action, et qui s'appuie sur la réflexivité continue et les critiques des différents acteurs participants. Aurélie Laborde conclut que cette démarche recherche simultanément la production des connaissances, l'apprentissage et l'action dans un contexte professionnel caractérisé par de fortes transformations, incertitudes et complexité renforcées par les nouvelles formes du travail à l'ère du numérique.

L'ouvrage d'Aurélie Laborde cadre les nombreux travaux de recherche sur les usages des technologies au travail, propose de nouveaux éclairages sur les violences numériques et les résistances discrètes, et présente la recherche-action collaborative comme approche pertinente pour mener des recherches dans les milieux professionnels en mutation permanente. À travers les perspectives critiques qu'elle présente, Aurélie Laborde soutient la mobilisation des praticiens dans le processus de construction de la recherche.



## Nicolas Sarzeaud, *Les Suaires du Christ en Occident*<sup>1</sup>

Marianne Cailloux  
Université de Lille, Laboratoire GERiCO, Lille, France  
marianne.cailloux@univ-lille.fr

Tiré de sa thèse soutenue à l'EHESS sous la direction d'Étienne Anheim et Pierre-Olivier Dittmar en 2021, le livre de Nicolas Sarzeaud, *Les Suares du Christ en Occident*, qui traite de la période du Moyen Âge à nos jours, a été édité par Guy Stavridès aux éditions du Cerf en mai 2024. Aujourd'hui chercheur associé au Centre de recherches historiques (CRH), l'auteur propose une étude des différents tissus porteurs d'une image d'homme crucifié, qui ont été considérés à partir du haut Moyen Âge comme le suaire par les chrétiens, soit le linceul ayant servi à envelopper le corps de Jésus Christ au moment de sa mort telle que racontée dans la Passion du nouveau testament biblique. Ces images textiles sont porteuses de promotions par des personnalités religieuses et investies de croyances autour de leur capacité miraculeuse, apotropaïque et rédemptrice ; elles ont aussi des répercussions au niveau politique, social et culturel pour l'Occident chrétien.

L'ouvrage est organisé en trois parties et onze chapitres de longueur inégale (entre 8 et 28 pages) dont certains auraient pu être regroupés pour une progression plus fluide. En effet, celle-ci suit un ordre chronologique avec un début étymologique et sémiotique assumé permettant d'exposer les items principaux du corpus, les suaires de Besançon, Cadouin et Turin, ainsi que leurs « produits dérivés ». Cette approche offre un panel polymédiatique (textes, enluminures, gravures, peintures, photographies, etc.) à travers une enquête sur corpus interrogeant les discours et les pratiques. L'éditeur présente l'ouvrage comme un « thriller théologico-historique » ; au-delà des effets sensationnalistes qui accompagnent souvent un tel sujet, surtout quand il s'agit du suaire de Turin, il s'agit bien d'un travail scientifique, dépassant l'approche historique pour entrer dans

1. — Sarzeaud, N. (2024). *Les Suaires du Christ en Occident*. Éditions du Cerf.

une transdisciplinarité véritable. Très bien écrit et passionnant, le livre s'adresse à un public de spécialistes de la religion sous l'Ancien Régime mais est accessible à un public bien plus large, de l'amateur éclairé aux étudiants de premier cycle.

L'articulation de l'ouvrage, préfacé par l'éminent Jean-Claude Schmitt, se déclare ainsi autour des enjeux anthropologiques, sociaux et politiques des objets étudiés. Par-delà cette inscription pluridisciplinaire, il est clair que les objets étudiés sont considérés par l'auteur comme des médias et sont investis par des notions info-communicationnelles. L'appareil bibliographique est mobilisé pour démontrer leur capacité d'agentivité et de performance (Bartholeyns, Gell, Golsenne), le dynamisme des processus de fabrication à l'œuvre dans les régimes du visuel organisant représentations, discours et imaginaires (Barthes, Recht, Severi). Toute l'analyse autour de la sensibilité de l'image réactualise avec conviction la sémio-pragmatique telle qu'élaborée par les héritiers de Roger Odin (chapitre VIII), alors que les études visuelles internationales (Belting, Bredekamp, Hamburger, Marin) sont largement abordées.

La première partie s'attarde plus volontiers sur « la centaine de suaires » et comment l'objet se construit comme dévotion à travers ses (re)productions, en faisant des allers et retours constants entre philosophie, théologie et histoire culturelle du fait religieux (Arasse, Didi-Hubermann, Rubin). Les acteurs sont ainsi étudiés au prisme de leurs actions et réactions (culte, commande, transfert) qui publicisent l'objet et en développent les tenants politiques et sociaux, en convoquant les notions de systèmes et de régimes dans le droit fil de Michel Foucault.

La complexité des rapports à l'image sous l'Ancien Régime – par exemple le fait qu'un objet « prene » et pas un autre en fonction des succès communicationnels – est décortiquée dans la deuxième partie, intitulée « Le triomphe des saintes tâches ». La période de la fin du Moyen Âge et du début de la période moderne est particulièrement propice à l'analyse des dynamiques politiques (injonctions, réceptions, appropriations), les économies inhérentes aux (re)productions religieuses et les médiatisations qui les animent. La question du rôle sociologique des écrits et des productions savantes est particulièrement investie pour étudier la fabrique d'une histoire, servie par les modulations des médias par les figures de pouvoir (Latour).

La troisième partie se penche plus finement sur l'utilisation des images dans des contextes de crise, notamment la Réforme et les courants post-tridentins de raffermissement au prisme du culte des images religieuses. L'auteur déconstruit, un peu rapidement par rapport au

foisonnement du manuscrit doctoral original, l'idée d'un désenchantement comme marqueur d'une entrée dans la modernité occidentale. La tendance à la périodisation, présente aussi malgré tout dans les sciences de l'information et de la communication, dans cette dernière partie laisse place à une proposition épistémologique autour des faire-communautés autour des suaires et de leur conception évolutive et perdurante en tant que reliques dans les périodes contemporaines. La notion de relique est ainsi un fil conducteur pour mieux problématiser et comprendre ce qui se dit et se montre de ces images, et comment sont activées leurs différentes sémantiques ainsi que les pouvoirs, par ailleurs aussi médiatiques (au sens le plus pragmatique) et non seulement surnaturels, qui leur sont attribués.

Le plus intéressant en ce sens porte sur toute une réflexion autour de la notion de trace et d'indice (documentaire ou historique) à partir des travaux de Carlo Ginzburg (chapitre VII). Le livre de Nicolas Sarzeaud démontre subtilement comment les concepts SIC peuvent déconstruire des objets historiques – et notamment comment ils sont historicisés, spectacularisés, médiatisés (chapitres VI et IX). Les relations de pouvoir entre originaux et reproductions, objets d'art, de dévotion et/ou de technique sont efficacement parcourues et trouvent une continuité dans les travaux actuels de l'auteur sur les fac-similés du patrimoine contemporain, dans le cadre d'un projet CNRS (2021-2025).

La question du patrimoine et de comment les suaires deviennent objets de mémoire et font le jeu d'une médiation patrimoniale aujourd'hui est abordée dans le dernier chapitre, où la thèse convoquait l'éclairage de Jean Davallon. Les matérialités diverses, interpénétrées et successives des objets, mettent en tension le rapport compliqué entre image mentale, image physique et les transformations opérées au long des « vies » médiatiques des suaires et des textes qui les commentent, les critiquent et souvent les plébiscitent. En cela, la question de la sindonologie est particulièrement prégnante pour comprendre le phénomène communicationnel que peut être l'objet visuel religieux puisqu'il s'inscrit dans des sociétés politisant les croyances au point d'élaborer si ce ne sont des systèmes, du moins des régimes.

Bien entendu la thèse originale comptait cinq volumes et une triple analyse à travers une approche synthèse/catalogue; la publication a choisi de réduire considérablement l'analyse du passé pour offrir aux lecteurs une ouverture transversale et réflexive sur les périodes contemporaines. Ce que le livre permet en spécialisation, il le gagne en médiation et accessibilité pour un public plus large que le monde universitaire. À ce titre, l'image choisie pour la couverture est sans doute sensationnelle mais esthétique-

ment discutable ; on aurait apprécié par ailleurs que les illustrations – un cahier de 17 images couleurs de grande qualité – soient plus fournies. D'une grande richesse documentaire, et malgré un format contraint par l'édition qui laisse un peu sur sa faim, l'ouvrage présage de prochains travaux revitalisant les relations entre histoire et communication autour des objets patrimoniaux.

## Numéros précédents

|                             |                                                                                                        |     |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Abonnement 1 an (2 numéros) |                                                                                                        | 32€ |
| 2024/1 – n° 62              | Le journaliste de sport : un acteur de société en mutation                                             | 18€ |
| 2023/2 – n° 61              | Les pratiques informationnelles : dynamiques conceptuelles, questionnements méthodologiques            | 18€ |
| 2023/1 – n° 60              | Nouveaux ancrages de la veille en sciences en l'information et de la communication                     | 18€ |
| 2022/2 – n° 59              | Réceptions des représentations médiatiques                                                             | 18€ |
| 2022/1 – n° 58              | Influenceurs et influenceuses santé : les récits et les savoirs du corps sur les réseaux sociaux       | 18€ |
| 2021/2 – n° 57              | Médiations et usages sociaux des savoirs et de l'information. Regards croisés France-Brésil            | 18€ |
| 2021/1 – n° 56              | Les sciences participatives au prisme des Sciences de l'information et de la communication             | 18€ |
| 2020/2 – n° 55              | La constitution des autorités numériques dans la production et la circulation de l'information         | 18€ |
| 2020/1 – n° 54              | Les images au cœur des rapports sociaux. Vers de nouveaux régimes de représentation et de visibilité ? | 18€ |
| 2019/2 – n° 53              | <i>Fake-News !</i> Pouvoirs et conflits autour de l'énonciation publique du « vrai »                   | 18€ |
| 2019/1 – n° 52              | Libre accès et données de la recherche. Quelle résonance dans les SIC ?                                | 18€ |
| 2018/2 – n° 51              | La publicité qui reste : usages et réactualisations des artefacts publicitaires du passé               | 18€ |
| 2018/1 – n° 50              | Retour sur 10 questions en Sciences de l'information et de la communication                            | 18€ |
| 2017/2 – n° 49              | Prescription et recommandation : agir et faire agir ?                                                  | 18€ |
| 2017/1 – n° 48              | Rapports sociaux et hégémonie. Conflictualités dans les espaces publics (2)                            | 18€ |
| 2016/2 – n° 47              | Circulation et qualification des discours. Conflictualités dans les espaces publics (1)                | 18€ |

## Commandes

2024/2 – n° 63

L'Œuvre et son image numérisée : représentation, fabrication, documentation

*The Artwork and Its Digitized Image: Representation, Production, Documentation*

Nicolas Navarro et Lise Renaud

18 €

L'abonnement à la revue comprend 2 numéros (juin/décembre).

Abonnement 2025 : n° 64 et n° 65.

32 €

Les prix s'entendent frais de port inclus.

Pour un abonnement :

Université de Lille - Édition Scientifique

Direction de la Valorisation de la Recherche

Cité Scientifique – Bât. A3 Bureau 37bis

59 655 Villeneuve d'Ascq – France

E-mail : [edition-scientifique@univ-lille.fr](mailto:edition-scientifique@univ-lille.fr)

Pour tout règlement par chèque :

adresser à l'ordre de l'Agent comptable de l'Université de Lille.

Pour tout règlement par virement bancaire :

merci de contacter l'adresse e-mail suivante : [edition-scientifique@univ-lille.fr](mailto:edition-scientifique@univ-lille.fr)

Pour l'achat d'un numéro :

Université de Lille - Édition Scientifique

Direction de la Valorisation de la Recherche

Cité Scientifique – Bât. A3 Bureau 37bis

59 655 Villeneuve d'Ascq – France

E-mail : [edition-scientifique@univ-lille.fr](mailto:edition-scientifique@univ-lille.fr)

## Appel permanent à articles pour la rubrique *Varias*

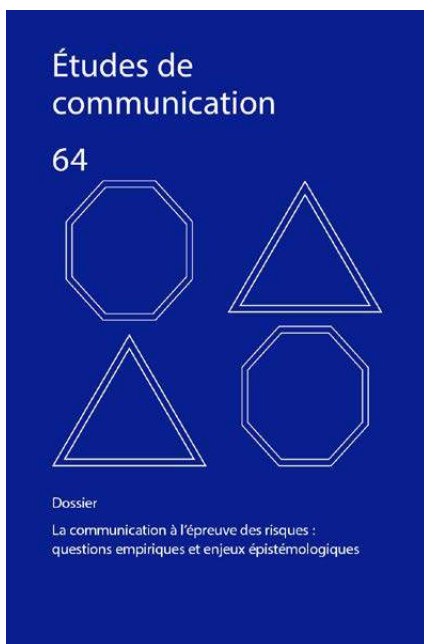
*Études de communication* lance un appel à articles permanent pour sa rubrique *Varias*.

Toutes les propositions dans les différents domaines de la recherche en SIC sont les bienvenues. Les consignes de rédaction sont disponibles sur le site de la revue :

<https://journals.openedition.org/edc/>.

## Vol. 64. La communication à l'épreuve des risques : questions empiriques et enjeux épistémologiques

Coordination : Mikaël Chambru et Jean-Philippe De Oliveira



Comme en témoigne l'importance dans la vie sociale des controverses autour de l'alimentation, du nucléaire, des substances chimiques, de la pollution de l'air, de la ressource en eau, des vaccins, etc., le risque est devenu une préoccupation majeure des sociétés contemporaines. Un nouveau régime des alertes s'est progressivement imposé dans l'espace public avec la multiplication des controverses autour des risques sanitaires et environnementaux, liant scénarisations du futur à l'expérience sensible d'individus exposés aux risques dans des milieux en interaction. Ces controverses sont aussi des problèmes globaux caractérisés par la montée en puissance de l'expertise scientifique transnationale et des instances de régulation transnationales du risque ainsi que par les transformations des modes de gouvernement.

Le prochain dossier d'*Études de communication* s'intéressera à la gestion des risques et à ses enjeux communicationnels en analysant les transformations récentes des formes de savoir et d'expertise, des controverses socio-scientifiques et des modes de gouvernement. Le dossier analysera notamment les enjeux méthodologiques liés à la recherche sur les risques, vis-à-vis de la dépolitisation des risques et de la façon dont la mise en discours des risques construit des cadres communicationnels par lesquels les publics accèdent à la connaissance des risques.

