

Internet : interactions et interfaces

Actes du 10e séminaire M@rsouin

**Parus aux éditions de L'Harmattan en 2014,
sous la direction de Godefroy Dang Nguyen et de Sylvain
Dejean**



Pour commander l'ouvrage, rendez-vous à l'adresse : <http://www.editions-harmattan.fr/index.asp?navig=catalogue&obj=livre&no=42975>

Sommaire

AVANT-PROPOS	11
PARTIE 1	
NUMERIQUE ET HANDICAP	15
Chapitre 1	
Les nouvelles technologies à l'épreuve des aînés. Représentations-projets des concepteurs et modes de vie des usagers	17
<i>Carolina GUTIERREZ RUIZ, Simone PENNEC</i>	
Chapitre 2	
Les Tic dans la relation de communication handicapée.....	37
<i>Marine GUYOMAR, Sandrine RANNOU, Maryvonne ABRAHAM</i>	
PARTIE 2	
NUMERIQUE ET APPRENTISSAGE	57
Chapitre 1	
Technologies numériques et apprentissages : Observatoire des cadres de référence et des discours	59
<i>Jacques KERNEIS, Florence THIAULT</i>	
Chapitre 2	
« Réformistes » et « Académiques », deux profils d'enseignants-chercheurs face aux outils numériques.....	81
<i>Sonia LEFEUVRE</i>	
Chapitre 3	
Les pratiques d'apprentissage des adultes en FOAD : effet des styles et de l'auto-apprentissage	99
<i>Jean FRAYSSINHES</i>	
Chapitre 4	
La professionnalisation des animateurs multimedia en question ? Usages, formations et médiations numériques.....	121
<i>Pascal PLANTARD</i>	
PARTIE 3	
LES RESEAUX SOCIAUX	137
Chapitre 1	
L'appropriation des réseaux sociaux professionnels par les jeunes diplômés	139
<i>Arnaud POVEDA</i>	
Chapitre 2	
Les leaders d'opinion sur les réseaux sociaux numériques : proposition d'indicateurs informationnels de mesure à l'usage des stratégies marketing des entreprises.....	153
<i>Marie HAIKEL-ELSABEH, Camille ALLOING</i>	

Chapitre 3	
De l'intime au manifeste : la gestion des espaces de visibilité sur facebook.....	175
<i>Laurent MELL</i>	

PARTIE 4
MARKETING..... 191

Chapitre 1	
Étude des Perceptions de la Réalité Augmentée	193
<i>Stéphanie GAUTTIER</i>	

Chapitre 2	
La place des médias sociaux dans la communication des institutions culturelles : une étude exploratoire	211
<i>Claire GAUZENTE, Pascale KUNTZ-COSPEREC, Christine PETR</i>	

Chapitre 3	
L'œuvre vue à travers une tablette mobile : Quid des comportements d'appropriation culturelle et des modes de réception artistique ?.....	227
<i>Christine PETR, Elisa NGARY</i>	

Chapitre 4	
Gratuité sur Internet : l'émergence d'une culture de consommation ?	249
<i>Alix POELS</i>	

PARTIE 5
CULTURE ET ART 265

Chapitre 1	
Figures de la bande dessinée numérique. Un regard sur la variété de création.....	267
<i>Anthony RAGEUL</i>	

Chapitre 2	
eMOTION - Pour une identité i-Mobile	281
<i>Ghislaine CHABERT, Marc VEYRAT</i>	

Chapitre 3	
« Tout le monde est graphiste » ?	
Le graphisme à l'époque du graphisme de masse.....	301
<i>Pierre BRAUN</i>	

PARTIE 6
TRANSMISSION..... 319

Chapitre 1	
Home movies : la famille à l'époque de sa reproductibilité numérique.....	321
<i>Giuseppina SAPIO</i>	

Chapitre 2	
Usages d'Internet et pratiques culturelles : réduction ou renforcement des inégalités ?	339

Stéphanie CASSILDE et Ludivine MARTIN

Chapitre 3

Du Barzhaz Breizh au Breizhoweb. Un regard sur la transmission
du patrimoine culturel et la langue bretonne dans l'espace numérique. 365

Jean-François BLANCHARD

PARTIE 7

BLOGS ET COMMUNAUTES..... 387

Chapitre 1

Les GULL, une territorialité hybride ?

Le cas de Giroll..... 389

Pierre-Amiel GIRAUD

Chapitre 2

Le blog du politique : quel « logique d'usage » ? 407

Madalina VLASCEANU

Chapitre 3

Les parties prenantes de la blogosphère infodoc..... 423

Bérengère STASSIN

PARTIE 1

Numérique et Handicap

Chapitre 1

Les nouvelles technologies à l'épreuve des aînés. Représentations-projets des concepteurs et modes de vie des usagers

Carolina GUTIERREZ RUIZ, Simone PENNEC
Atelier de Recherche Sociologique (E4 3149) UBO.
MADoPA,
Centre Expert, CNR-SDA ; CERAPS, UMR8026, CNRS.

Résumé

À partir de l'analyse de 3 expérimentations (2003-2012) qui mettent en scène l'interface homme-machine par l'intégration de technologies à domicile, la présente communication porte sur les propositions des dispositifs technologiques dans l'habitat destiné aux personnes âgées, sur leurs appropriations et leurs usages. Pour ce faire, sont exposées les logiques des concepteurs de ces technologies et celles des récepteurs-expérimentateurs en considérant les effets de contexte des différentes expériences. Il s'agit de questionner les formes des intérêts des aînés pour les Tic au travers de trois interrogations principales : pour quelles technologies, avec quelles méthodes de conception des techniques et des usages, pour quels services et selon quels modes d'intégration à domicile.

Mots clefs : Nouvelles technologies, Télécommunication, Télé-Assistance, Logement, « Habitats intelligents », Concepteurs, Utilisateurs, Personnes âgées.

Chapitre 2

Les Tic dans la relation de communication handicapée

Marine GUYOMAR, Sandrine RANNOU, Maryvonne ABRAHAM

**Télécom Bretagne - Département ITI, Image et Traitement de
l'Information - Technopôle Brest-Iroise CS 83818 -29238 Brest cedex 3**

**Centre de Recherche Bretonne et Celtique - UBO - Faculté des Lettres
Victor-Segalen - 20 rue Duquesne - CS93837 - 29238 Brest Cedex 3**

**Laboratoire STIH (Sens Texte Informatique Histoire) - EA 4509 – équipe
LaLIC - Université Paris-Sorbonne - 28 rue Serpente - 75006 Paris**

Résumé

Parce qu'elles s'offrent en image inversée de la conception occidentale de la santé (qui sous-entend la notion de « sain » et de « bonne santé »), les notions de handicaps et de maladies sont perçues comme de véritables « désordres » dans l'environnement des personnes. Ces désordres font référence à une relation de dépendance, à un accompagnement qui peut être « lourd », « pesant » et « épuisant » pour les accompagnants. Dans ce contexte difficile, les Tic visent le développement de l'autonomie, l'intégration sociale et l'aide aux aidants (Picard, 2012). Les résultats présentés dans cet article sont issus d'une recherche interdisciplinaire menée auprès de personnes en situation de handicap de communication, orale ou écrite, et d'accompagnants professionnels ayant utilisé le communicateur Palliacom. Les observations socio-ethnographiques montrent que l'usage du communicateur fait émerger un système collaboratif composé de la personne en situation de handicap, de l'aide technique et de l'accompagnant. La relation du trio, redéfinie par la nouvelle potentialité octroyée à l'utilisateur destinataire interroge deux notions qui seront abordées : celle de l'autonomie et celle de l'accompagnement. L'article montre en quoi et comment les nouvelles Tic peuvent pallier les handicaps de communication, participer à l'autonomie et favoriser les échanges.

Mots clefs : trajectoires d'usage, recherche-action, handicap de communication

PARTIE 2

Numérique et apprentissage

Chapitre 1

Technologies numériques et apprentissages : Observatoire des cadres de référence et des discours

Jacques KERNEIS

Docteur qualifié en Sciences de l'information et de la communication et en Sciences de l'éducation, Université de Bretagne Occidentale, IUFM de Bretagne, membre associé du Laboratoire CREAD.

Florence THIAULT

Maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication, Université Lille 3, Laboratoire GERICO.

Résumé

La prise en compte des usages est au cœur de l'argumentation développée à propos de l'utilité des Tice dans les apprentissages. Nous montrons, à travers un corpus de textes, la diversité des fonctions assignées aux technologies numériques et les cadres de références théoriques convoqués par les différents auteurs. Ce travail collaboratif est réalisé avec les étudiants de master 1 en Documentation, dans le cadre de « l'initiation à la démarche de recherche scientifique » et repose sur la création, l'usage (et l'analyse) d'un groupe privé sur Zotero (outil *open source* de gestion bibliographique). Les textes sélectionnés dans notre corpus font l'objet d'un double engrammage (Le Deuff, 2010). Le premier est interne et s'attache à analyser la polyphonie énonciative de chaque texte et le second est externe et prend la forme d'une note de lecture plus globale.

Mots-clés : Apprentissage, Usages des Tice, Argumentation, Enonciation

Chapitre 2

« Réformistes » et « Académiques », deux profils d'enseignants-chercheurs face aux outils numériques.

Sonia LEFEUVRE
Laboratoire ARS (EA-3149)

Résumé

Internet est une inépuisable source d'informations et les étudiants l'ont bien compris. De fait, ils l'utilisent fréquemment pour répondre aux exigences du travail universitaire. Seulement, la recherche en bibliothèque demeure une pratique bien plus valorisée aux yeux de la communauté enseignante. Arguant qu'Internet ne serait pas une ressource suffisamment fiable, cet outil cognitif est moins légitime que le livre. Pourquoi cette position reste dominante dans le discours et les représentations des enseignants-chercheurs ?

Cette communication porte sur les représentations et les pratiques pédagogiques des enseignants du supérieur à l'égard des nouvelles technologies, et plus particulièrement de l'outil Internet. Les réticences ou l'enthousiasme des enseignants à l'égard d'Internet ne dépend pas seulement de leur plus ou moins grande maîtrise technique, mais également de la conception qu'ils ont du rôle de l'université. Ainsi, en faisant référence aux modèles de justification explicités par Jean-Louis Derouet, deux profils d'enseignants émergent. Le premier regroupe les enseignants que l'on a nommés « académiques ». Ils se réfèrent plus souvent au modèle de l'intérêt général dans leur conception de l'université. Le second groupe réunit les « réformistes » dont les représentations se rapprochent pour leur part du modèle de l'efficacité (Derouet, 1992).

Mots clefs : Internet, pratiques, représentations, usages numériques, pédagogie, universités, étudiants.

Chapitre 3

Les pratiques d'apprentissage des adultes en formation ouverte et à distance : effet des styles et de l'auto-apprentissage

Jean FRAYSSINHES

**Chercheur à l'UMR Education, Formation, Travail, Savoirs (EFTS),
Université de Toulouse II Le Mirail.**

Résumé

La formation en ligne est une alternative à la formation présentielle. Centrée sur l'apprenant, la formation ouverte et à distance (FOAD) offre liberté d'accès, souplesse et flexibilité, rythmes adaptés à chaque apprenant. Nous avons coutume de lire et d'entendre que le taux d'abandon et le taux d'échec des apprenants dans un dispositif de FOAD est supérieur à celui observé dans la formation présentielle¹. Ces défections peuvent être la résultante de divers facteurs dont la stratégie d'apprentissage ou le manque d'autonomie de l'apprenant. Pour passer d'un système fondé sur la transmission du savoir (présentiel) à un système fondé sur l'appropriation et la création de connaissances (FOAD), il faut consentir des efforts particuliers, aussi, notre objectif est de découvrir : comment s'y prennent ceux qui vont jusqu'au bout et réussissent leur formation ? Nous nous appuyons sur notre thèse de doctorat, dont les résultats donnent des indications quant aux profils des participants adultes qui ont réussi leur formation dans un dispositif de FOAD.

Mots-clés : FOAD ; Auto-formation ; Styles d'apprentissage ; Adultes.

¹ Lagrange, J.-B. & Grugeon, B. 2003 ; Glikman, V. 2002.

Chapitre 4

La professionnalisation des animateurs multimedia en question ?

Usages, formations et médiations numériques

Pascal PLANTARD

Université Européenne de Bretagne, Université Rennes 2, CREAD

Résumé

Les travaux de recherche en Tice portant sur l'animation ou l'intervention sociale sont peu nombreux. Ce sont pourtant des secteurs où les interactions éducatives se conjuguent plus souvent au singulier qu'au pluriel et où l'individualisation des environnements éducatifs, encore plus s'ils sont numériques, revêt une importance particulière. C'est l'enjeu de la médiation numérique définie comme accompagnement individuel et/ou collectif aux usages des dispositifs sociotechniques, particulièrement pour les personnes touchées par l'exclusion numérique. Il s'agit de les amener à comprendre les environnements numériques qui nous entourent et de favoriser leur autonomie vis-à-vis des instruments, services et médias numériques.

À partir des travaux récents du Gis M@rsouin (projet M@rsouin 2011 Anim 2.0), cet article propose :

- une mise en tension de la notion d'individualisation à travers un questionnement autour des usages du numérique ;
- la mise en lumière des processus d'individualisation pédagogique dans les pratiques de médiation numérique, illustrée par les analyses d'une recherche empirique ;
- une approche conceptuelle de l'usage permettant de donner des repères pour structurer l'analyse des pratiques de médiation numérique et la formation des animateurs multimédia.

Mots clés : animateur multimédia, médiation numérique, individualisation, usage

PARTIE 3

Les réseaux sociaux

Chapitre 1

L'appropriation des réseaux sociaux professionnels par les jeunes diplômés

Arnaud POVEDA

Laboratoire CARISM, Université Panthéon-Assas – Paris 2

Résumé :

Alors qu'ils sont de plus en plus familiarisés avec les Technologies d'Information et de Communication (Tic), les jeunes sont également les plus sensibles à la précarisation du marché du travail. Pour trouver un emploi, ces derniers réinvestiraient leurs savoir-faire en s'appropriant des espaces de communication en ligne, dont les réseaux sociaux numériques. En reprenant les résultats d'une enquête qualitative, l'article mettra en avant le profil type des jeunes diplômés concernés par les usages des réseaux sociaux professionnels. Il apparaîtra que, selon le parcours, les modes d'appropriation du dispositif varient. Par ailleurs, l'enquête révèle aussi que la trajectoire socio-biographique dans son ensemble est centrale pour comprendre la mise en visibilité de son parcours professionnel sur les réseaux sociaux. Plus que l'accès effectif à un travail, les jeunes diplômés s'inscriraient dans un processus de construction d'une identité socioprofessionnelle en mutation.

Mots clés :

Réseaux sociaux professionnels, jeunes, socialisation, insertion professionnelle.

Chapitre 2

Les leaders d'opinion sur les réseaux sociaux numériques : proposition d'indicateurs informationnels de mesure à l'usage des stratégies marketing des entreprises

Marie HAIKEL-ELSABEH

Ingénieur de recherche Télécom École de Management, Doctorante CEROS (EA4429)

Camille ALLOING

Ingénieur R&D La Poste Courrier, Doctorant CEREGE (EA 1722)

Résumé :

L'une des problématiques des entreprises investissant dans les campagnes marketing sur les réseaux sociaux numériques est de déterminer une population cible qui a une capacité de diffusion et de médiatisation identifiable. Le concept de leader d'opinion semble de prime abord répondre aux caractéristiques souhaitées par les entreprises pour des actions marketing sur Internet. Seulement, les leaders d'opinions sont-ils les seuls usagers d'Internet à pouvoir influencer sur les cibles de l'entreprise ? Et comment les identifier et mesurer l'impact de leurs actions, en termes informationnels notamment, considérant que ces leaders sont un construit de l'entreprise à la recherche de leviers de diffusion ? L'objet de cette communication est de présenter l'évolution du concept de leader d'opinion à travers le prisme du Web, et de proposer des indicateurs adaptés d'identification et de mesure des actions de ceux-ci en fonction des objectifs poursuivis par les entreprises.

Mots-clés : Leader d'opinion, réseaux sociaux numériques, stratégie marketing, information-communication, indicateurs.

Chapitre 3

De l'intime au manifeste : la gestion des espaces de visibilité sur facebook

Laurent MELL

Doctorant et ATER en sociologie à l'Université de Bretagne Occidentale (UBO) – Atelier de recherche Sociologique (ARS – EA 3149)

Résumé :

Depuis la massification des outils informatiques et la démocratisation des usages de l'Internet, les réseaux sociaux numériques se sont instaurés en nouvel espace d'information et de communication. Les potentialités du Web dans la diffusion de l'information et les divers services de communication mis à la disposition de l'internaute sont autant de facteurs d'intensification et de complexification des pratiques relationnelles numériques. L'émergence de ce nouveau type de support n'est pas sans conséquence dans le rapport que peuvent avoir les internautes dans l'espace public. Cette nouvelle propension à nourrir son réseau d'informations personnelles induit inévitablement un phénomène de forte visibilité numérique et, dans la continuité, un intérêt croissant pour la protection de la sphère d'intimité. Pour autant, la gestion de l'identité sur les réseaux sociaux numériques fait partie d'un processus volontaire de renégociation entre la vie privée et la vie publique. Le dévoilement de soi, et plus largement la gestion de la vie privée, se définissent par un jeu d'alternances entre exposition et camouflage, suivant le contexte d'usage.

Mots clefs : Facebook, vie privée, usages, publicité

PARTIE 4

Marketing

Chapitre 1

Étude des perceptions de la réalité augmentée

Stéphanie GAUTTIER

Sous la direction de C. GAUZENTE, Université de Nantes, LEMNA

Résumé :

L'objectif de cette recherche est d'étudier les perceptions de la réalité augmentée appliquée au secteur marketing en France et en Russie. L'analyse de données recueillies montre tout d'abord que les perceptions se cristallisent autour des composants du modèle d'acceptation des technologies (TAM) de Davis mais aussi autour d'autres facteurs comme la sécurité et la confiance, absents de ce modèle. Il est également apparu que d'autres facteurs, notamment les motivations émotionnelles et sociales à faire du shopping, semblent jouer un rôle dans la manière dont les individus perçoivent la réalité augmentée, ce qui est l'objet de la recherche de thèse.

Mots clefs : Réalité Augmentée, Perception, Acceptation des technologies, Pré-visualisation

Chapitre 2

La place des médias sociaux dans la communication des institutions culturelles : une étude exploratoire

Claire GAUZENTE, Pascale KUNTZ-COSPEREC, Christine PETR LEMNA et LINA – Université de Nantes, IEP de Rennes

Résumé :

L'enjeu de la recherche est d'examiner les pratiques des institutions culturelles en matière de communication via les médias sociaux. Deux approches complémentaires sont mises en œuvre. La première examine les offreurs d'information (ici les institutions culturelles) et la seconde s'attache à comprendre les perceptions et comportements des internautes à des échelles temporelles différentes (en réaction face à un évènement spécifique et sur la durée). La présente contribution se focalise sur l'exploration de la place des médias sociaux dans les stratégies de communication des institutions culturelles.

Mots clefs : réseaux sociaux, stratégie de communication, médias sociaux, institutions culturelles.

Chapitre 3

L'œuvre vue à travers une tablette mobile : Quid des comportements d'appropriation culturelle et des modes de réception artistique ?

Christine PETR

CRAPE, UMR CNRS UMR 6051, Université de Rennes 1.

Elisa NGARY

ETHOS, UMR CNRS 6552, Université de Rennes 1

Résumé :

Pour attirer et intéresser les publics, et en particulier les jeunes entre 15 et 25 ans, les musées investissent dans les technologies multimédias dont celles de type « solutions mobiles ».

Afin de tester les effets tant positifs que négatifs de l'usage de tablettes mobiles sur les comportements de visiteurs et leurs modes de réception des œuvres culturelles, nous avons observé des parcours de visites en relevant les comportements exploratoires, les interactions avec l'outil et les œuvres et les interactions sociales. Les résultats montrent que la tablette, bien que facilitant l'appropriation du contenu culturel par le visiteur, ne semble pas avoir drastiquement modifié les comportements d'approche et le niveau d'attention portée aux œuvres culturelles. En revanche, il semble qu'il y a un effet contraignant du dispositif dans l'organisation de la visite du visiteur qui conduit le visiteur à souhaiter prioriser la visite et la découverte des œuvres et s'éloigner du parcours « prédéfini ».

Mots clefs : Solutions mobiles et tablettes tactiles, visite de musées, appropriation et réception culturelle

Chapitre 4

Gratuité sur Internet : l'émergence d'une culture de consommation ?

Alix POELS

Doctorante IRG- Université Paris-Est

Résumé :

La gratuité est une notion essentielle et inhérente à notre société, son étude a cependant été relativement éludée en marketing. Cet article, de nature conceptuelle cherche dans un premier temps à circonscrire l'idée de gratuité, en en dressant une typologie et en la reliant aux concepts de don, de partage et de valeur. Puis nous montrerons en quoi la culture à l'origine du Réseau des réseaux et son architecture permettent aux individus d'exercer ce que l'on nomme le « consumer power » et comment, sur Internet, l'accession gratuite à des biens culturels est désormais ancrée dans les pratiques de consommation des individus malgré la mise en place de dispositifs dissuasifs et répressifs. D'où cette question, la gratuité sur Internet signe t'elle l'émergence d'une nouvelle culture de consommation ancrée dans les pratiques ?

Mots clés: Internet, Gratuité, Pratiques de consommation, Téléchargement, Culture.

PARTIE 5

Culture et Art

Chapitre 1

Figures de la bande dessinée numérique. Un regard sur la variété de création.

Anthony RAGEUL

Docteurant en Arts Plastiques sous la direction de Ivan Toulouse (APP, Rennes 2) et Benoît Berthou (Labsic, Paris 13)

Equipe Arts : pratiques et poétiques

École doctorale Arts, Lettres et Langues Université Rennes 2

Résumé :

Parce que nous pensons que certains dispositifs mis en place dans la bande dessinée numérique sont assez marquants et/ou récurrents, nous faisons l'hypothèse que la bande dessinée numérique est réductible à un certain nombre de « figures » d'une rhétorique qui lui est propre. Ces figures montrent la diversité de la création. A chaque œuvre une forme, une interface, un mode de lecture et d'interaction qui lui est propre : la forme et le fond sont créés conjointement. Ceci n'est plus vrai dès lors que l'industrie culturelle s'en empare : la bande dessinée numérique se trouve réduite à une poignée de formats standards auxquels le fond doit se plier. L'émergence du livre numérique est une des causes de cette réduction du potentiel artistique des technologies : il rematérialise des contenus qui depuis longtemps avaient su s'émanciper de l'objet-livre. La confrontation de la variété de la création à ce phénomène réducteur pose question : le lire numérique a-t-il besoin du livre numérique ?

Mots-clés : Bande dessinée numérique, littérature numérique, lecteur, lecture, livre, livre numérique, lire numérique, format, standardisation, contenu dématérialisé, rematérialisation.

Chapitre 2

eMOTION - Pour une identité i-Mobile

Ghislaine CHABERT

Marc VEYRAT

Pôle Image & Information / laboratoire IREGE

Résumé :

Entre Sciences de la Communication et Sciences de l'Art nous proposons dans cette communication un regard interdisciplinaire et croisé sur l'objet nomade, associé à nos mobilités, que nous offre le téléphone portable, entre tablette d'écriture et objet de transfert de données textuelles, sonores et visuelles. En plus de ces particularités techniques, comment s'accorder pour définir cet objet scientifique ? Pour y répondre, les usages privilégiés, revisités ou engendrés par les formes de communication i-Mobile sont identifiés. Les mises en scène et expressivités de soi qui y sont affiliées et les chorégraphies spatiales orchestrées dans ces rituels de la mobilité sont tour à tour discutées.

Les entrées par le *sensoriel*, par *l'imprégnation aux images* et par la question d'un *identitaire bousculé par ces déplacements* entre espace virtuel et réel sur lesquelles convergent les deux auteurs, sont particulièrement observées dans la réflexion critique et la trajectoire de recherche issue de leur échange.

Mots clefs : sensoriel – mobilité – émotion – gri-gri

Chapitre 3

« Tout le monde est graphiste » ?

Le graphisme à l'époque du graphisme de masse.

Pierre BRAUN

E.A. 3208, (Arts, pratiques et poétiques), Gis M@RSOUIIN

Résumé :

En reprenant à notre compte, sous la forme interrogative, le titre du mémoire de cinquième année de Yoann Bertrand, étudiant à l'école supérieure des arts décoratifs de Strasbourg (ESDAC) qui lui conféra une notoriété hexagonale, nous discutons la manière dont l'ensemble des opérations et des formes produites par les environnements informatiques grand public redistribue le savoir-faire et la conception même du métier de graphiste. On assiste à un ensauvagement des codes et des formes graphiques, c'est-à-dire à un retour à un état sauvage d'agencements textuels et iconographiques dont WordArt est aujourd'hui le modèle dominant. On remarque, par ailleurs, dans le champ du graphisme professionnel des répliques qui valorisent tantôt la reprise de chartes graphiques déjà existantes, tantôt un retour à la conception manuelle de typographies et de maquettes.

Mots clés : graphisme, représentation, vernaculaire, art, remixabilité

PARTIE 6

Transmission

Chapitre 1

Home movies : la famille à l'époque de sa reproductibilité numérique

Giuseppina SAPIO

IRCAV, Université Sorbonne Nouvelle – Paris III

Résumé :

L'article propose une étude de la pratique des « home movies » du point de vue des enjeux symboliques dérivés des innovations techniques et technologiques et, plus en particulier, du numérique.

Après avoir établi une série de prémisses méthodologiques nécessaires à l'analyse, on essayera de réfléchir au rôle des images filmiques et de leurs propriétés actuelles : le numérique, a-t-il contribué à l'évolution du statut de la famille contemporaine ?

La réponse à cette question fondamentale sera élaborée à partir d'une construction théorique que l'on entend introduire dans le domaine académique étudiant ces pratiques : la méta-famille.

Mots clefs : famille, vidéo numérique, home movie, méta-famille

Chapitre 2

Usages d'Internet et pratiques culturelles : réduction ou renforcement des inégalités ?

Stéphanie CASSILDE et Ludivine MARTIN
CEPS/INSTEAD, CERDI et CEPS/INSTEAD, CREM

Résumé :

Les fractures numériques et les inégalités en matière de culture sont liées aux mêmes caractéristiques sociodémographiques. Aussi, la diffusion croissante d'Internet dans les espaces publics et privés participe-t-elle à une réduction ou à un renforcement des inégalités dans l'articulation avec les pratiques culturelles ?

L'AFCM et la CAH sur les données de l'Enquête sur les Pratiques Culturelles 2009 (EPC 2009), réalisée par le CEPS/INSTEAD à la demande du Ministère de la Culture du Luxembourg, permet d'identifier quatre profils d'utilisateurs d'Internet et de pratiques culturelles. Ils s'inscrivent dans une logique de clivage entre le premier groupe, qui ne participe ni aux usages culturels d'Internet ni aux pratiques culturelles, et les trois autres groupes qui ont des degrés d'usages et de pratiques divers.

Mots clefs : Internet, pratiques culturelles, AFCM, CAH, fractures numériques, clivage, différence générationnelle

Chapitre 3

Du Barzhaz Breizh au Breizhoweb. Un regard sur la transmission du patrimoine culturel et la langue bretonne dans l'espace numérique.

Jean-François BLANCHARD

École doctorale Sciences humaines et sociales

Centre de Recherches Bretonne et Celtique (CRBC) – EA 4451

Laboratoire Ermine

Résumé :

À l'écart des industries culturelles et de leur puissance de standardisation, certaines pratiques numériques peuvent-elles se déployer sous la forme d'un processus de transmission culturelle ? Quelles en seraient les caractéristiques ? Nous proposons d'examiner le cas de la culture bretonne et de nous interroger sur la place de la langue bretonne.

La transmission d'une culture territoriale - traditionnelle, mais vue du présent - s'analyse comme un processus de filiation inversée où les acteurs des différentes sphères (privée - individuelle ou collective, marchande, institutionnelle) constituent des formes de socialisation.

Après avoir repéré les éléments symboliques et substantiels dans un corpus d'environ 300 sites constituant le domaine étudié, nous cherchons à montrer en quoi le Web et les pratiques numériques - pratiques sociales - constituent un vecteur de transformation contemporaine de la culture bretonne et à en présenter la problématique et les enjeux.

Mots-clés : Langue bretonne, Internet, transmission culturelle, pratiques numériques

PARTIE 7

Blogs et communautés

Chapitre 1

Les GULL, une territorialité hybride ? Le cas de Giroll

Pierre-Amiel GIRAUD
UMR 5185 ADES BORDEAUX III

Résumé :

Les Groupes d'Utilisateurs de Logiciels Libres (GULL) sont des communautés locales visant l'entraide entre les membres et l'éducation du grand public à l'informatique libre. L'observation géographique d'un GULL bordelais, Giroll (Gironde Logiciels Libres), met en évidence des formes organisationnelles hybridant des logiques spatiales fondées sur la contiguïté topographique de l'environnement local et la connexité topologique permise par les Technologies de l'Information et de la Communication (Tic). Cette hybridité remet en cause deux dualismes fondamentaux de notre espace des représentations : numérique / innumérique; réseau / territoire. Il faut donc la dépasser, d'abord par la figure de l'interface, puis en explorant la théorie de l'espace mobile. Chacune de ces approches est soutenue par un éclairage différent donné au concept de lieu (comme espace où la distance n'est pas pertinente), depuis le couple lieu réticulaire / lieu territorial jusqu'au lieu mobile.

Mots clefs : logiciel libre, communauté locale, lieu réticulaire, lieu mobile.

Chapitre 2

Le blog du politique : quel « logique d'usage » ?

Madalina VLASCEANU

PARIS III – NOUVELLE SORBONNE – Laboratoire SIM

Résumé

La notion d'« usage » renvoie à un champ théorique, mais également à une pratique. Pour comprendre *l'usage communicationnel* que fait le politique de l'outil blog en campagne électorale, nous avons « opérationnalisé » le concept d'usage en identifiant trois « logiques d'usage ». Une analyse qualitative et diachronique réalisée sur un corpus franco-roumain a permis l'exploration d'une trajectoire de la *logique de participation*.

La participation sur le blog du politique relève d'un impératif. Muni d'une marge de liberté, le politique de par ses actes et ses choix laisse entrevoir une *forme* de la participation et *un rapport à l'Autre*.

L'enquête a montré qu'en campagne électorale, le politique souhaite d'avantage une implication concernant un projet et moins une participation de type « relation », échange. De plus, l'électorat n'est pas une cible privilégiée et la tendance est de maintenir des liens créés hors ligne. De ce fait, le politique semble toujours composer avec des pratiques communicationnelles antérieures.

Mots clefs : blog, usage, politique, participation

Chapitre 3

Les parties prenantes de la blogosphère infodoc

Bérengère STASSIN

LABORATOIRE GERiCO – Université Lille 3

Résumé

Cette communication présente une partie des résultats d'une analyse de la blogosphère française en information-documentation. L'objectif est de découvrir si l'information circule en vase clos, c'est-à-dire au sein même de cette sphère de blogs, ou si des échanges avec d'autres dispositifs ou avec des blogs d'autres domaines existent. L'étude, menée sur les articles publiés par un corpus de douze blogs, montre que les parties prenantes du dispositif ne se restreignent pas aux professionnels de l'information ou aux chercheurs en sciences de l'information et de la communication.

Mots clefs : blog – blogosphère - information-documentation - réseau