

**Bibliothèque  
et Archives  
nationales**

**Québec**



Le présent fichier est une publication en ligne reçue en dépôt légal, convertie en format PDF et archivée par Bibliothèque et Archives nationales du Québec. L'information contenue dans le fichier peut donc être périmée et certains liens externes peuvent être inactifs.

Version visionnée sur le site Internet d'origine le 25 janvier 2016.

Section du dépôt légal



## PRÉSENTATION DU NUMÉRO

Les thématiques de recherche, les approches théoriques et les démarches méthodologiques privilégiées par les chercheurs en communication, ou en sciences de l'information et de la communication, sont reconnues pour être d'une grande diversité. Les deux derniers numéros de *Communiquer. Revue de communication sociale et publique* en sont la preuve. Les auteurs qui y ont contribué, qui nous offrent une rétrospective des travaux réalisés en communication au courant des dernières décennies, ont su mettre en évidence cette diversité, tout en ne manquant pas de souligner les questionnements et les contradictions qui ont animé notre discipline depuis son émergence et son institutionnalisation.

Le présent numéro de *COMMposite*, intitulé *Dispositifs médiatiques, pouvoir et résistance*, est représentatif de ce domaine de recherche riche et hétéroclite qu'est la communication. En ce sens, la revue n'a jamais aussi bien porté son nom, si nous considérons que, selon la plupart des dictionnaires de langue française, l'adjectif *composite* désigne justement ce qui est divers, non homogène, hétéroclite et disparate. Bien que cette hétérogénéité puisse conduire certains observateurs à remettre en question la légitimité de la communication en tant que discipline distincte et autonome, l'équipe de *COMMposite* a, au contraire, choisi de la célébrer, de la mettre en évidence, de la valoriser.

Le numéro présenté ici ne découle pas d'un appel à textes thématique, mais est plutôt né de la participation de plusieurs jeunes chercheuses et chercheurs en communication, étudiants à la maîtrise, doctorants ou post-doctorants, qui souhaitent faire connaître leurs travaux de recherche et qui nous ont soumis leurs textes durant l'année 2015. Certains des textes constituant ce numéro découlent de présentations savantes réalisées dans le cadre du 13<sup>e</sup> colloque interuniversitaire organisé par l'Association des étudiants-es de la maîtrise et du doctorat en communication (AEMDC) de l'Université du Québec à Montréal (UQAM), avec qui nous avons développé un partenariat.

Le premier article présenté est l'œuvre d'Isidora Janezic. Il traite de l'empathie en tant que variable médiatrice de persuasion dans le contexte de la réception de publicités sociales axées sur la lutte contre la

discrimination. L'auteure y explique que l'empathie constitue une variable préalable susceptible de maximiser l'impact souhaité des interventions sociales médiatisées auxquelles elle s'intéresse. L'auteure met également en lumière les facteurs qui contraignent les retombées souhaitables des campagnes anti-discrimination, comme les attitudes négatives envers autrui, notamment. Bien que l'article de Janezic ne constitue pas une contribution empirique à la recherche sur les campagnes sociales, il s'avère néanmoins une réflexion théorique pertinente au sujet de l'empathie comme variable médiatrice de persuasion en contexte de communication médiatisée à visée sociale.

Le deuxième texte de ce numéro de *COMMposite* est signé par Myriam Lavoie-Moore. Il aborde le thème de l'usage des technologies mobiles dédiées à la quantification des pratiques quotidiennes relatives à la santé (*mHealth*). Comme l'explique l'auteure, la mise en marché de ces technologies est généralement soutenue par un discours utopique promettant une éventuelle perte rapide de poids corporel. Dans son article, Lavoie-Moore mobilise les écrits de Foucault sur la biopolitique et propose d'aborder ces technologies en tant que dispositifs de production de connaissances sur les corps, qui, ultimement, profiteraient davantage aux entreprises privées qu'à la prise de pouvoir de l'individu sur son corps.

Le troisième article présenté est une contribution de Christophe Duret à la recherche en communication sur les jeux vidéo, plus particulièrement les jeux de rôle participatifs en environnement virtuel. Ce dernier propose une typologie des styles de jeu préconisés par les membres de la communauté goréenne du jeu *Second Life*. La proposition de l'auteur découle d'une analyse des discours produits par ces membres au sujet de leurs pratiques ludiques. Ces discours ont été catégorisés en fonction des composantes privilégiées par les joueurs, à savoir l'environnement virtuel dans lequel se déroule le jeu, sa structure formelle et ses mécanismes de narration (diégèse). La proposition de Duret, riche sur le plan théorique, intéressera non seulement les chercheurs qui se penchent sur la question des jeux vidéo, mais aussi ceux dont les travaux portent sur les récits médiatiques.

Le quatrième texte de ce numéro de *COMMposite* est une réalisation d'Elsa Brais-Dussault. L'auteure y propose une analyse sémio-pragmatique de contenus télévisuels produits et diffusés par les industries culturelles de

Corée du Sud, à savoir deux vidéoclips de *K-Pop* et deux bandes-annonces de *K-dramas*. Les résultats présentés par la chercheuse illustrent comment les industries culturelles sud-coréennes mobilisent à la fois des références symboliques traditionnelles et des références renvoyant à la culture médiatique occidentale, dans le but est de mettre en valeur l'identité nationale du pays dans le contexte historique actuel.

Le cinquième article est une proposition d'Elie Mambou, qui s'intéresse à la notion de panafricanisme dans l'œuvre du penseur africain-américain William Edward Burghardt Du Bois (1868-1963). L'auteur raconte l'influence qu'a eue la pensée de Du Bois sur la construction d'une « identité noire » durant le vingtième siècle, en soulignant son caractère parfois utopique et ses contradictions avec d'autres mouvements de pensée axés sur l'émancipation des peuples opprimés. La proposition de Mambou constitue, à nos yeux, un effort intellectuel considérable en matière d'analyse sociohistorique, qui illustre bien le rôle que peuvent jouer les penseurs et les chercheurs engagés au sein des mouvements sociaux, particulièrement ceux axés sur la lutte contre l'intolérance ou le racisme. En outre, son texte nous fait prendre conscience de l'importance de se pencher sur l'influence que certains intellectuels moins connus du grand public ont pu avoir sur l'émergence et l'évolution de différents courants de pensée.

Le sixième et dernier article présenté dans ce numéro est signé par Marie-Claude Plourde et s'intitule « Une approche communicationnelle de l'interdisciplinarité : regard ethnographique sur l'espace frontalier ». La chercheuse, qui s'inscrit dans le champ de la communication organisationnelle, s'intéresse ici à la collaboration au sein des équipes de travail interdisciplinaires et aux défis auxquels elles font face. Contrairement à certains discours pessimistes au sujet de la collaboration, le texte présenté par Plourde montre que les frontières disciplinaires peuvent s'estomper lorsqu'est mise en œuvre un « agir commun » dans un contexte où les conditions matérielles nécessaires à celui-ci sont présentes. La chercheuse décrit l'approche méthodologique qu'elle favorise pour arriver à cette conclusion. L'article de Plourde saura intéresser ceux qui se demandent comment saisir les phénomènes sociomatériels en contexte organisationnel sur le plan méthodologique. Ce texte fait d'ailleurs bien la transition vers le prochain numéro de *COMMposite*, qui portera sur les méthodes de

recherche mobilisées par les jeunes chercheuses et chercheurs en communication.

Enfin, ce numéro de la revue *COMMposite* se termine par une note de recherche signée par Virginie Hébert. L'auteure y présente son projet de thèse, qui traite du cadrage du débat public entourant la question de l'enseignement intensif de l'anglais dans les écoles québécoises. Hébert attrape cette thématique en se penchant plus précisément sur le recours au mythe de l'anglais comme langue mondiale chez les acteurs défendant ce projet politique. Cette note de recherche, qui nous fait connaître le travail en cours de la chercheuse et son éventuelle contribution à l'avancement des connaissances en communication publique, saura attirer l'attention des lecteurs qui s'intéressent aux notions de cadrage ainsi que de mythe et de résonance culturelle définies et remises en question par Hébert.

Finalement, malgré la diversité des textes constituant ce numéro de la revue *COMMposite*, les lecteurs remarqueront qu'il est traversé par trois grands thèmes : la médiatisation de l'activité humaine et des pratiques de communication des individus vivant en société; les rapports entre pouvoir symbolique et contre-pouvoir; et la tension existante entre l'industrialisation et l'homogénéisation des cultures à l'échelle mondiale et la revendication des particularités nationales et culturelles. Ce sont là des thèmes qui ont marqué les travaux en communication au fil des dernières décennies et qui nous amènent à croire qu'elle mérite bel et bien le statut de discipline à part entière.

Nous vous souhaitons une excellente lecture,

L'équipe de *COMMposite*

## **L'EMPATHIE COMME VARIABLE MÉDIATRICE DE PERSUASION : LE CAS DES PUBLICITÉS SOCIALES ANTIDISCRIMINATION**

Isidora Janezic  
Université Laval

**Résumé :** *Les publicités sociales constituent une forme d'intervention médiatique complexe. Par conséquent, les facteurs qui sont susceptibles d'optimiser leur efficacité doivent être clairement identifiés. Dans le contexte de réception des publicités antidiscrimination, et ce, puisque les attitudes envers l'exogroupe sont notoirement difficiles à changer, il s'avère d'autant plus pertinent de choisir les stratégies qui permettront d'éviter les effets boomerang ou d'autres mécanismes de résistance à la persuasion. Eu égard aux interventions visant à améliorer les relations intergroupes, plusieurs chercheurs ont conclu à la pertinence de l'empathie pour atténuer les préjugés et minimiser les chances que les comportements discriminatoires se produisent. Cet article met en relief l'importance des stratégies axées sur l'empathie dans la lutte contre la discrimination, ainsi que le rôle de l'empathie comme variable d'influence du processus persuasif.*

**Mots-clés :** *persuasion ; empathie ; publicité sociale ; discrimination ; changement d'attitude ; relations intergroupes.*

**Abstract :** *Media interventions are complex activities and thus require that the elements susceptible to enhance their efficacy be promptly identified. In regard to interventions aiming to improve intergroup relations, several researchers have found empathy to reduce prejudice and to have an overall positive effect on intergroup attitudes. Since attitudes towards the out-groups are notoriously hard to change, choosing a strategy that will avoid boomerang effects or other mechanisms of resistance to persuasion is of outmost importance. This article discusses the importance of empathy-based interventions in tackling discrimination, and the role of empathy in the persuasion process.*

**Keywords:** *persuasion ; empathic responding ; public service advertisements ; discrimination ; attitude change ; intergroup relations.*

## Introduction

La discrimination, qu'elle soit basée sur la race, l'origine ethnique ou nationale (Dovidio, Hewstone, Glick et Esses, 2010; Roberts *et al.*, 2012; Wagner, Christ et Heitmeyer, 2010), le sexe (Glick et Rudman, 2010; Kehn et Ruthig, 2013), l'âge (Richardson, Webb, Webber et Smith, 2013; Rippon, Kneale, de Oliveira, Demakakos et Steptoe, 2014), l'orientation sexuelle (Hendren et Blank, 2009; West et Hewstone, 2012), ou qu'elle soit associée aux problèmes de santé mentale (AQRP, 2014; Campo-Arias et Herazo-Acevedo, 2013; McKeever, 2015), est un problème social important qui affecte le bien-être collectif (Wright et Taylor, 2007). Plus précisément, la problématique qui est abordée dans le présent article se situe parmi les enjeux sociaux liés aux pratiques discriminatoires dirigées envers la population issue de l'immigration.

Au Québec, en vue de favoriser l'articulation entre l'immigration, le marché du travail et la cohésion sociale, de nombreux dispositifs ont été mis en place tant par les gouvernements fédéral et provinciaux que par les organismes communautaires (Arsenault, 2012; Eid, 2012; Forcier et Handal, 2012). Néanmoins, en dépit de ces initiatives, les difficultés en matière d'insertion socioprofessionnelle subsistent au sein de la population issue de l'immigration. Étant donné cette situation, nous nous attarderons à présenter un type d'intervention qui peut être fait par la voie publicitaire, et ce, en mobilisant l'outil communicationnel du marketing social : la publicité sociale. Ainsi, dans un premier temps, nous entamons l'article par une brève mise en contexte dans laquelle la notion de publicité sociale – en tant qu'outil d'intervention – est abordée. Puis, dans le but de justifier le choix de l'empathie en tant que variable médiatrice de persuasion plutôt que celui d'une autre variable telle que la culpabilité ou la tristesse, nous dressons un portrait global du rôle que l'empathie joue dans les relations intergroupes. Dans un second temps, nous dresserons un état de la question sur la variable d'empathie en contexte médiatique, au terme duquel nous énoncerons les objectifs de notre recherche en justifiant leur pertinence au regard de la problématique proposée.

Dans son état actuel, le présent article met en relief une proposition de recherche issue d'une recension des écrits exhaustive. Celle-ci porte sur trois

concepts qui n'ont, à notre connaissance, jamais été jumelés, soit la *publicité sociale*, l'*initiative antidiscrimination* et la réponse *empathique*. En effet, dans le contexte de réception des publicités sociales, l'empathie, en tant que construit susceptible de favoriser le processus persuasif, demeure sous-étudiée. Qui plus est, la plupart des chercheurs s'étant penchés sur le rôle de l'empathie l'ont traitée comme une disposition stable (trait de personnalité). Contrairement à cette approche, nous l'envisageons ici comme une réponse à un stimulus publicitaire. Nous abordons donc une problématique ancrée à la jonction de la question liée à la discrimination et à l'intervention qui peut être faite à cet égard par la voie publicitaire, et ce, en suscitant des réponses empathiques envers les cibles de la discrimination. À cet effet, Batson et al. (1997) soulignent que, « *as an emotional response, empathy may directly address the central feeling and evaluation components of the attitude, rather than relying on inference from information* » (p. 106). McKeever (2015) abonde dans le même sens et mentionne que « *empathy arousal may get directly at the affective core of attitudes, overcoming challenges to improved group-related attitudes* » (p. 3). Nous concluons l'article en proposant une démarche méthodologique permettant de pallier les lacunes repérées.

### **La publicité sociale et la lutte à la discrimination**

La documentation défrichée fait état de nombreuses initiatives, au Québec et dans le monde, qui s'attaquent toutes, sous différents angles, aux pratiques discriminatoires. Parmi les outils de lutte à la discrimination, certaines techniques issues du marketing social se sont avérées efficaces (Crawley, 2009; Donovan et Vlais, 2006; Jensen, Cismaru, Lavack et Cismaru, 2010; Madill et Abele, 2007; Vrij, Schie et Cherryman, 1996). Le marketing social est, à la base, une approche comportementale qui allie les différentes stratégies, théories et techniques empruntées de diverses disciplines (marketing, psychologie sociale, communication, sociologie, etc.) dans le but de les appliquer aux enjeux sociaux (Andreasen, 1999; De Guise, 1991; Donovan et Henley, 2010; Hastings et Domegan, 2014; Marchioli, 2006). À l'instar de son pendant commercial, le marketing social offre aux praticiens un cadre d'action pour inciter les individus à changer un comportement jugé préjudiciable. Plus précisément, le marketing social vise à ce que les individus appartenant à un

public cible changent, abandonnent ou acceptent un comportement spécifique pour leur bien-être individuel, mais aussi pour le bien commun d'un ensemble de citoyens. D'ailleurs, en ce qui a trait à la problématique liée à la discrimination, plusieurs chercheurs, à l'échelle internationale, constatent que les campagnes d'information et de sensibilisation permettent l'atténuation des préjugés et la prévention de la discrimination, notamment en suscitant des réponses empathiques envers les cibles des attitudes et des comportements discriminatoires (Abroms et Maibach, 2008; Donovan et Vlais, 2006; Jensen, Cismaru, Lavack et Cismaru, 2010; Pedersen, Walker, Rapley et Wise, 2003; Sutton, Perry, Parke et John-Baptiste, 2007; Vrij, Schie et Cherryman, 1996; Vrij et Smith, 1999). Au Québec, l'outil communicationnel du marketing social, connu sous le vocable de *publicité sociale*, n'a que très rarement été utilisé pour la lutte contre la discrimination. La publicité sociale québécoise est plutôt exploitée pour sensibiliser la population à des problématiques environnementales, de santé publique et de sécurité routière (Cossette et Daignault, 2011).

Une des principales difficultés liées à la publicité sociale réside dans le choix des stratégies les plus adéquates en vue de provoquer un changement d'attitude<sup>1</sup> et de comportement. Le recours aux théories sociales pour le développement stratégique en publicité sociale s'avère donc des plus pertinents. Les ancrages théoriques servent, d'une part, à connaître et à répertorier les stratégies les plus appropriées à adopter pour maximiser l'efficacité des interventions et, d'autre part, à mieux comprendre la complexité qui entoure le changement des attitudes et des comportements individuels (Fishbein et Cappella, 2006; Godin et Côté, 2006). Qui plus est, ces théories procurent un éclairage complémentaire sur les variables associées aux changements de comportement tels que les émotions (positives ou négatives),

---

<sup>1</sup> « En psychologie sociale, l'attitude est définie comme une disposition interne durable qui sous-tend les réponses favorables ou défavorables de l'individu vis-à-vis d'un objet [...] » ou d'une entité (personne, comportement, idée, etc.) Cette tendance est exprimée par l'intermédiaire des réponses affectives (émotions ou sentiments), cognitives (croyances ou opinions) et comportementales (comportements d'approche ou de l'évitement). D'après cette approche, l'attitude revêt un caractère tridimensionnel (Chabrol et Radu, 2008, p. 27).

les normes sociales, les prédispositions individuelles, la confiance en soi, le contexte socioculturel, etc.

### **Les émotions au cœur des stratégies persuasives**

Dans le contexte de persuasion publicitaire, la stratégie de la communication est considérée comme la pierre angulaire de la campagne (Atkin et Rice, 2013; Frenette, 2010). D'ailleurs, les stratégies sont choisies, avant tout, en fonction du public cible ainsi que de la problématique que la campagne vise à résoudre. À ce propos, il convient de souligner que les stratégies communicationnelles cherchant à induire certaines émotions<sup>2</sup> afin d'optimiser la persuasion sont récurrentes (Becheur et Valette-Florence, 2014; DeSteno, Petty, Rucker, Wegener et Braverman, 2004; Dillard et Peck, 2000; Kleef, Berg et Heerdink, 2014; Konijn, 2013; Nabi et Green, 2015; O'Shaughnessy et O'Shaughnessy, 2003; Yzer, Southwell et Stephenson, 2013). Dans ce contexte, les émotions sont considérées comme des variables médiatrices de la persuasion (Becheur et Valette-Florence, 2014). Il est également important de noter que la réponse émotionnelle que la campagne vise à engendrer dépend du type d'attitude ou du comportement que celle-ci cherche à modifier. À cet égard, Nabi (2002) souligne que « *some topics lend themselves more readily to certain emotional evocations* » (p. 294).

#### *La peur*

Dans le cadre des campagnes de santé publique et de sécurité routière, les résultats de recherches ont démontré que la peur<sup>3</sup> peut agir à titre de stimulus émotionnel susceptible de motiver les récepteurs à changer les comportements à risque et à adopter les comportements plus salutaires (Chappé, 2011; Girandola et Michelik, 2008; Girandola, 2000). Ainsi, la stratégie persuasive

---

<sup>2</sup> Tel est le cas, par exemple, des « appels à la peur » (*fear appeals*) ou des « appels à la culpabilité » (*guilt appeals*).

<sup>3</sup> « [L]a peur est une réaction affective évaluée négativement, accompagnée d'un haut niveau d'éveil physiologique [...] qui est suscitée par une menace perçue comme étant sérieuse » (Frenette, 2010, p. 28-29).

ayant recours aux « appels à la peur »<sup>4</sup> vise à éveiller, chez les récepteurs (par exemple les personnes s'engageant dans les pratiques sexuelles non protégées), un sentiment de crainte par rapport aux menaces personnellement pertinentes présentées dans le message persuasif (par exemple le risque de transmission du VIH est beaucoup plus élevé chez les personnes ayant des rapports sexuels non protégés) en utilisant des images illustrant la gravité des conséquences pouvant découler de la menace (par exemple les personnes moribondes atteintes du sida ou la stigmatisation et la discrimination liées à la séropositivité) (Marchioli, 2006). Bien que les appels à la peur peuvent donner lieu à un changement d'attitude et de comportement<sup>5</sup> dans le cadre des campagnes de sécurité routière et de santé publique (Lavoisier-Merieux, 2002), susciter ce type de réaction émotionnelle dans le cadre des interventions liées à la lutte aux discriminations ne s'avère pas une stratégie fructifère (Sutton *et al.*, 2007).

### *La culpabilité*

Toujours en égard des stratégies communicationnelles susceptibles de favoriser le processus persuasif, certains auteurs ont conclu à la pertinence de la culpabilité<sup>6</sup> comme mécanisme de persuasion (Basil, Ridgeway et Basil, 2006; Becheur et Valette-Florence, 2014; Bennett, 1998; Coulter et Pinto, 1995; O'Keefe, 2002). Le concept de *culpabilité* a souvent fait l'objet d'études en lien avec l'adoption de comportements d'aide ainsi qu'avec la mise sur pied de la collecte de fonds pour les organisations caritatives (Chédotal, 2011). En outre, Becheur, Dib et Valette-Florence (2008) abordent cette variable dans le cadre d'une étude sur les corrélats de la force persuasive des émotions négatives dans les messages publicitaires portant sur l'alcool au volant. Dans leur étude, les auteurs soulignent le potentiel d'influence de la culpabilité, à savoir qu'elle

---

<sup>4</sup> De l'anglais *fear appeals*.

<sup>5</sup> Il est à noter que, dans le cadre de ces stratégies, ce n'est pas spécifiquement la peur qui est porteuse d'un changement, mais un ensemble de réponses émotionnelles et cognitives et la manière dont elles s'inter-influencent, phénomène encore mal compris à ce jour.

<sup>6</sup> « [L]a culpabilité est une expérience douloureuse de regret, de remord et d'auto-reproche, après avoir commis ou anticipé de commettre un acte moralement répréhensible (Izard, 1977). La culpabilité se produit lorsqu'on pense avoir agi de façon immorale surtout si on a blessé ou fait du tort à un innocent » (Becheur et Valette-Florence, 2014, p. 98).

agirait à titre de variable médiatrice de persuasion, favorisant un traitement et un examen plus profond du contenu du message. En effet, la documentation suggère que « *[the] guilt can enhance attainment of persuasive goals if evoked at moderate levels even if unintentionally elicited* » (Nabi, 2002, p. 292). Cependant, si la tentative d'induire la culpabilité est perçue par les récepteurs comme une tentative de manipulation, le risque d'effet boomerang<sup>7</sup> se trouve exacerbé, diminuant ainsi l'intention d'accepter les comportements prônés dans le message publicitaire.

Dans le cadre des campagnes antidiscrimination, et puisque les attitudes envers l'exogroupe<sup>8</sup> sont particulièrement difficiles à changer (Batson, Polycarpou, *et al.*, 1997), les réponses contraires à celles souhaitées peuvent non seulement freiner un changement attitudinal, mais aussi renforcer les préjugés existants et déclencher divers mécanismes de résistance<sup>9</sup> (Mealy et Stephan, 2010). Par conséquent, le choix des stratégies persuasives permettant d'éviter les effets indésirables s'avère fondamental.

### *L'empathie*

Dans le contexte de réception des publicités sociales destinées à lutter contre la discrimination, il a été démontré que l'empathie ressentie à l'égard d'un ou des membres de l'exogroupe peut favoriser le changement escompté (Donovan et Vlais, 2006; Eisenberg, Eggum et Di Giunta, 2010; McKeever, 2014; Paradies *et al.*, 2009; Sutton *et al.*, 2007; Wang *et al.*, 2003). En effet, comme nous le verrons ultérieurement, l'empathie, en raison des processus affectifs et cognitifs qui la sous-tendent, s'avère un construit particulièrement important à considérer dans le cadre de toute stratégie visant à combattre les préjugés et la discrimination (Batson et Ahmad, 2009; Eisenberg *et al.*, 2010; Mealy et Stephan, 2010; Pagotto, 2010; Stephan et Finlay, 1999; Stiff, Dillard, Somera, Kim et Sleight, 1988; Vescio, Sechrist et Paolucci, 2003). Qui plus est, les

---

<sup>7</sup> Changement d'attitude et de comportement opposé à celui souhaité.

<sup>8</sup> L'*outgroupe*, ou l'*exogroupe*, renvoie au groupe auquel le sujet n'appartient pas.

<sup>9</sup> Entre autres, les appels à la culpabilité peuvent éveiller des émotions non attendues, telles que la colère ou l'irritation, ou bien provoquer des mécanismes de défense, tel que l'évitement défensif.

résultats des recherches empiriques démontrent que l'empathie ressentie crée un plus haut degré d'implication envers la problématique en question (Campbell et Babrow, 2004; Shelton et Rogers, 1981). Les paragraphes qui suivent sont consacrés au concept central et unificateur de notre projet : l'empathie.

### **Le concept d'empathie**

Le terme *empathie* est dérivé du mot grec *εμπατία*, formé du préfixe *en-* (*em-*), pour « dans », et de *πατία* (*patheia*, *pathês*, *pathos*), pour « émotions », « souffrance ». Autrefois, cela signifiait « souffrir de l'intérieur » (Simon, 2009). Aujourd'hui, cette faculté est plutôt attribuée à la sympathie, un phénomène souvent confondu et parfois même employé en tant que synonyme de l'empathie (Brunel et Martiny, 2004; Daignault, 2007; Escalas et Stern, 2003; Wispé, 1986). L'un des plus grands débats entourant le concept d'empathie concerne ses propres dimensions. En effet, dans le processus définitionnel, les chercheurs ont utilisé deux approches différentes (Pacherie, 2004).

D'un côté, les fervents de l'approche cognitive définissent l'empathie en termes d'identification à autrui, où les habiletés empathiques d'un individu sont exacerbées par sa capacité à prendre la perspective d'une autre personne (Dymond, 1950; Hoffman, 1982, 2000; Hogan, 1969; Ickes, 1993). Cette composante cognitive, qui semble d'ailleurs être la plus largement étudiée et admise dans la communauté scientifique, réfère à l'habileté à se mettre à la place d'autrui, à adopter son point de vue et à comprendre ses pensées, ses états internes ainsi que ses perceptions (Batson *et al.*, 1997; Bernstein et Davis, 1982; Boven, Loewenstein, Dunning et Nordgren, 2013; Davis, 1996; Galinsky et Moskowitz, 2000; Gerdes et Segal, 2009; O'Brien, Konrath, Grühn et Hagen, 2013; Quintana, 1994). D'un autre côté, les adeptes de l'approche affective donnent priorité à la composante émotionnelle du concept. Les partisans de cette conceptualisation définissent ce phénomène en termes de partage d'émotions, qui se traduit par une expérience affective concordante à celle d'autrui et qui découle de la compréhension de son état émotionnel (Clark, 1980; Eisenberg et Strayer, 1987; Mehrabian et Epstein, 1972; Stotland, 1969).

À l'heure actuelle, un consensus semble avoir émergé, et plusieurs s'accordent pour affirmer que l'empathie implique tant l'émotion que la cognition. En effet, une majorité de chercheurs travaillant sur le concept d'empathie reconnaissent le besoin de l'étudier en tant que construit multidimensionnel (Campbell et Babrow, 2004; Chory-Assad et Cicchirillo, 2005; Davis, 1983b, 1996; Duan et Hill, 1996). De ce fait, les chercheurs contemporains privilégient l'approche pluridimensionnelle, en mettant continuellement de l'avant que l'unidimensionnalité du concept renvoie à une fausse dichotomie (Daignault, 2007; Duan et Hill, 1996; Komeda, Tsunemi, Inohara, Kusumi et Rapp, 2013). Il est d'ailleurs impossible de saisir l'entièreté de la signification du concept d'empathie en se concentrant seulement sur une de ses dimensions. Ainsi, l'empathie se caractérise, d'une part, par une composante de l'ordre affectif qui se traduit par « une réponse affective envers autrui qui implique parfois (mais pas toujours) un partage de son état émotionnel » et, d'autre part, « par la capacité cognitive de prendre la perspective subjective de l'autre personne » (Decety, 2004, p. 57).

Outre le débat entourant la dimensionnalité de l'empathie, ajoutons que la nature même du concept ne fait pas l'unanimité dans la communauté scientifique. À la lumière de la recension des écrits effectuée, nous avons pu constater que l'étude de l'empathie peut être envisagée sous différents aspects, soit comme une disposition ou un trait de personnalité relativement stable (Davis, 1983, 1996; Mooradian, Davis et Matzler, 2011), ou bien comme une réponse à un stimulus donné (Campbell et Babrow, 2004; Campbell, 1998; Escalas et Stern, 2003; Shen, 2010b, 2011). La perspective temporelle permet aux chercheurs d'étudier davantage les effets des facteurs situationnels menant à la réponse empathique. En outre, le fait de l'analyser sous un angle situationnel ou en tant que réponse donne l'opportunité aux chercheurs de « manipuler » l'empathie afin de comprendre son rôle dans d'autres processus sociaux tels l'altruisme (Batson *et al.*, 1997; Batson, Chang, Orr et Rowland, 2002; Vescio, Sechrist et Paolucci, 2003) ou la persuasion publicitaire (Bagozzi et Moore, 1994; Campbell et Babrow, 2004; Campbell, 1998; Escalas et Stern, 2003; Shen, 2010a, 2010b, 2011). Ainsi, l'approche situationnelle met en

lumière l'importance du contexte, de la situation et de la nature du stimulus sur l'éveil empathique.

Par ailleurs, puisque l'empathie est un concept qui a fait l'objet de nombreuses études issues d'une variété de disciplines, il n'est pas surprenant qu'une pléthore de définitions lui ait été accolée. Entre autres, l'empathie a été définie comme étant le partage d'une expérience subjective d'autrui (Campbell et Babrow, 2004), ce qui la différencie des autres émotions. À ce propos, Lazarus (1991) avance que « *[e]mpathy would not be a particular emotion at all, but a variable emotional reaction the content of which depended on what was experienced by another person with whom one is empathizing* » (p. 288). Par exemple, on peut se sentir attristé par la situation que vit une personne immigrante, sans nécessairement comprendre sa perspective, ses pensées ou ses émotions. À l'inverse, on peut comprendre la situation, les pensées ainsi que les sentiments d'un immigrant et se sentir préoccupé pour cette personne, mais sans partager ses émotions. Ici, la simple reconnaissance des émotions mises en scène concorde plutôt avec le concept de *sympathie* (Escalas et Stern, 2003). *A contrario*, le fait d'être empathique ne suppose pas seulement les sentiments envers ou la préoccupation pour, par exemple, un immigrant, mais plutôt l'action de ressentir avec cette autre personne, un sentiment « *based on a deep sense of connection with that person's situation* » (Campbell et Babrow, 2004, p. 160).

Dans le but de tisser un lien conceptuel entre la réponse empathique et la diminution de la discrimination, il est avant tout nécessaire de décrire le rôle que joue l'empathie dans les relations intergroupes ainsi que dans la persuasion publicitaire. Les sections suivantes visent l'approfondissement de cette idée.

### **L'empathie et les relations intergroupes**

Dans le cadre de la problématique concernant les relations intergroupes et, plus précisément, la discrimination, les conclusions de plusieurs recherches mettent en exergue l'importance du rôle que joue l'empathie dans l'atténuation des préjugés (Batson et Ahmad, 2009; Batson *et al.*, 1997; Batson, Chang, Orr et Rowland, 2002; Batson, Lishner, Cook et Sawyer, 2005; Dovidio *et al.*, 2010;

Eisenberg, Eggum et Di Giunta, 2010; Finlay et Stephan, 2000; Pagotto, 2010; Pedersen, Beven, Walker et Griffiths, 2004; Stephan et Finlay, 1999; Wang *et al.*, 2003). Selon Mealy et Stephan (2010), l'empathie permet, entre autres, de créer des ponts, de tisser des liens et de développer la compréhension entre les groupes dont les histoires, les intérêts et les visions du monde diffèrent.

Les résultats de recherches empiriques suggèrent que l'empathie peut être induite par une variété de facteurs dont l'un des plus proéminents consiste à inciter les individus à prendre la perspective de la cible<sup>10</sup> (Sutton *et al.*, 2007; Weyant, 2007). De surcroît, les recherches accentuant l'importance de la projection de rôle mettent en évidence que la prise de perspective peut amoindrir la discrimination, enrayer les préjugés et diminuer la possibilité que les conflits éventuels se produisent (Batson *et al.*, 2002; Batson, Early et Salvarani, 1997; Galinsky, Ku et Wang, 2005; Galinsky et Moskowitz, 2000; Vescio, Sechrist et Paolucci, 2003). À ce propos, Stephan et Finlay (1999) soutiennent que la prise de perspective, élément central de la dimension cognitive de l'empathie, peut réduire les préjugés, car elle amoindrit la perception de différence entre l'endo<sup>11</sup> et l'exogroupe. Plus particulièrement, selon les chercheurs s'étant intéressés aux effets de la prise de perspective, se mettre à la place des individus discriminés permettrait aux participants de ressentir cette même discrimination et ainsi d'améliorer les attitudes intergroupes (Upshaw, Kaiser et Sommerville, 2015; Vescio *et al.*, 2003; Weyant, 2007). En effet, Aron et ses collaborateurs (cités dans Batson *et al.*, 1997) expliquent que « *[t]he mental processes associated with perspective-taking cause an observer's thoughts to become more "selflike"...* At the level of mental representation, the effect of active perspective-taking will be to create a merging of self and other [...] » (p. 496).

---

<sup>10</sup> Il s'agit, en effet, de recherches (ou d'exercices) dans lesquelles, afin de produire un éveil empathique, les chercheurs demandent aux répondants de prendre la perspective de la cible, ou encore de s'imaginer eux-mêmes dans leur situation.

<sup>11</sup> *Ingroup*, ou l'*endogroupe*, renvoie au groupe auquel le sujet appartient.

Suivant le fil de ce raisonnement, dans le but d'augmenter les chances que l'éveil empathique se produise, certains chercheurs ont eu recours aux expériences de projection de rôle afin de susciter des réponses empathiques envers les groupes stigmatisés (Batson *et al.*, 1997; Byrnes et Kiger, 1990; Clore et Jeffery, 1972; Dampier, Dancer et Keiser, 1985). En guise d'exemple, Batson *et al.* (1997, 2002, 2005) ont mené une série d'études empiriques dont les résultats ont mis en évidence que le fait de demander aux participants de s'imaginer le ressenti d'une personne stigmatisée augmente les sentiments positifs non seulement à l'égard de cette personne, mais également à l'égard de tous les individus pouvant se retrouver dans cette même situation. Au terme de leur recherche, ils avaient en effet constaté que l'empathie ressentie envers l'individu concerné s'est généralisée à l'ensemble du groupe auquel appartenait la personne pour laquelle les répondants éprouvaient de l'empathie (les personnes atteintes du SIDA, les minorités ethniques et raciales, les sans-abri et même les meurtriers).

### **Réponse empathique et persuasion publicitaire**

Dans le champ spécifique de la réception et de la persuasion publicitaire, les conclusions des recherches ayant exploré le concept d'empathie ont mis en évidence que, en raison des motivations altruistes<sup>12</sup> qui lui sont inhérentes, l'empathie constitue une variable médiatrice susceptible d'influencer favorablement la réception des publicités ayant pour but de promouvoir les valeurs prosociales (Campbell, 1998; McKeever, 2015; Shelton et Rogers, 1981; Shen, 2010a, 2011). Dans leur étude portant sur l'influence des réponses empathiques relatives aux communications persuasives sur la prévention du sida, Campbell et Babrow (2004) expliquent que c'est l'interaction de certaines

---

<sup>12</sup> Bien qu'elle puisse être prise en compte comme étant un instrument de connaissance des états affectifs/cognitifs d'autrui et bien que certains chercheurs ne considèrent pas qu'une réaction émotionnelle et une préoccupation pour autrui soient nécessaires (Pacherie, 2004), il n'en demeure pas moins que l'empathie a souvent fait l'objet d'études la rattachant aux attitudes et aux comportements altruistes (Batson *et al.*, 1991; Batson, 1991; Batson, 2011; Krebs, 1975; Preston et de Waal, 2002). D'ailleurs, l'hypothèse de l'existence d'un altruisme fondé sur l'empathie, émise par Batson (1991), conduit ce dernier à définir le souci empathique (*empathic concern*) comme un état d'esprit tourné vers autrui, d'ailleurs considéré comme étant un agent essentiel à l'altruisme et aux attitudes prosociales.

réactions affectives et cognitives propres au processus d'empathisation qui encourage un traitement en profondeur du contenu d'une publicité sociale.

### *Composantes de l'empathie situationnelle*

Les composantes principales de la réponse empathique, leur fonctionnement, leur interrelation ainsi que leur activation dans les contextes de réception et de persuasion ne font l'objet d'aucun consensus clair. À notre connaissance, Campbell (1998) et Shen (2010a, 2010b, 2011) semblent les seuls à avoir tenté de décrire les principales composantes de l'empathie situationnelle. En effet, selon Campbell, les cinq étapes qui sous-tendent le processus d'empathisation en contexte communicationnel sont les suivantes :

- 1) les récepteurs doivent être convaincus que le message reflète la réalité (*verisimilitude*);
- 2) ils doivent également avoir l'impression que les vécus, les traits de personnalité, les expériences, etc., des protagonistes de la publicité sont similaires à leurs propres expériences (*identification*);
- 3) ils doivent se sentir préoccupés pour les protagonistes du message publicitaire (*souci empathique*);
- 4) ils doivent ressentir des émotions spécifiques (par exemple la tristesse, la peur, la joie ou la culpabilité) pour les protagonistes ou pour eux-mêmes;
- 5) et, enfin, ils doivent comprendre la situation ou le contexte dans lesquels se trouvent les personnes mises en scène.

Shen (2010a, 2011) a également conclu aux effets positifs de l'empathie situationnelle sur la réception des messages persuasifs. Plus précisément, selon ce chercheur, l'empathie situationnelle influence favorablement le processus de persuasion, car elle amoindrit, entre autres, les chances que les contre-arguments ou les cognitions négatives se produisent. En effet, d'après Shen (2010a), la composante affective de l'empathie situationnelle suggère que les réponses affectives des récepteurs seront identiques ou similaires à celles dépeintes dans le message. Par conséquent, la probabilité que le récepteur éprouve de la colère (en tant que réaction indésirable) sera réduite, voire évitée.

Pour sa part, la composante cognitive de l'empathie situationnelle renvoie à l'idée que les récepteurs seront en mesure de reconnaître, de comprendre et d'adopter le point de vue prôné dans la communication persuasive. Bien que la cognition partagée ne signifie pas que les attitudes cadrent parfaitement avec l'objet d'un message publicitaire, adopter le point de vue de l'annonceur permet néanmoins d'accroître le niveau de compréhension et, ainsi, de minimiser le risque de la contre-argumentation. De surcroît, Shen mentionne que la composante *associative* indique que les récepteurs vont s'identifier aux personnages ou au scénario médiatisé. En effet, l'identification des récepteurs au contenu d'une publicité sociale indique, selon ce chercheur, que la persuasion risque d'être plus efficace. Ainsi, la perception d'une tentative de limitation de la liberté est réduite, ce qui amoindrit les chances que la réactance psychologique<sup>13</sup> se produise (Shen, 2010a).

#### *L'empathie dans le cadre des stratégies communicationnelles*

Dans la perspective d'expliquer la pertinence de recourir à l'empathie pour engendrer un changement d'attitude, Campbell (1998) souligne qu'un message qui suscite des émotions à travers l'empathie devrait avoir un effet plus durable qu'un message ayant recours à un appel émotionnel direct – tel qu'un appel à la peur – parce que l'émotion ressentie à travers le processus empathique encourage des pensées plus profondes, plus pertinentes et donc plus facilement récupérables en mémoire au moment approprié.

À l'inverse, Campbell (1998) explique que les appels aux émotions fortes telles que la peur peuvent susciter des émotions que la publicité ne cherche pas à provoquer, et ainsi générer les *effets boomerang*, ou produire d'autres

---

<sup>13</sup> « La réactance psychologique a été définie comme la réaction négative des individus à toute tentative de contrainte de leur liberté de choix ou d'action » (Chabrol et Radu, 2008, p. 94).

mécanismes de résistance à la persuasion, tels que la dissonance cognitive<sup>14</sup> (Festinger, 1968) ou encore la réactance psychologique (Brehm et Brehm, 1981; Dillard et Shen, 2005; Shen, 2010a). Cela étant dit, les constats des recherches au sujet de l'impact de l'empathie sur la persuasion publicitaire ont mis en relief que l'empathie peut mitiger les effets non désirés. En outre, la recension des travaux qui lui ont été consacrés a mis en évidence que, lorsque la réponse empathique se produit, les récepteurs sont moins enclins à rejeter les recommandations proposées dans la communication persuasive et à développer des stratégies de résistance à la persuasion (Mealy et Stephan, 2010; Shen, 2010a, 2011).

Pour leur part, Bagozzi et Moore (1994) sont d'avis que le sentiment d'empathie peut exacerber le pouvoir persuasif des messages publicitaires sur la solidarité sociale et la prévention de la violence et la négligence envers les enfants. Toutefois, la définition d'empathie que ces auteurs mobilisent dans leur étude concorde plutôt avec le concept que d'autres chercheurs ont nommé *détresse personnelle*. Ainsi, Bagozzi et Moore expliquent leur raisonnement de recourir aux émotions négatives afin de susciter l'empathie chez les récepteurs par le fait que les réponses émotionnelles de malaise et de l'inconfort ressenties quant aux émotions d'autrui conduiront les récepteurs à vouloir apaiser la souffrance des victimes en question. Selon ces auteurs, « *a person experiencing negative affect has a need or motive to feel better and sees helping others as a way to do this* » (1994, p. 60). Contrairement à la conceptualisation formulée par Bagozzi et Moore, l'empathie est régie par un désir sincère d'alléger la souffrance d'autrui. En regard de l'empathie, une réaction orientée vers soi correspond plutôt à la détresse personnelle (Batson *et al.*, 1988; Batson, Fultz et Schoenrade, 1987; Griffin, Babin, Attaway et Darden, 1993). À ce propos, Eisenberg *et al.* (1989) soulignent que:

---

<sup>14</sup> « La notion de dissonance cognitive [...] fait référence à l'état de tension interne provoqué par la présence de cognitions simultanées incompatibles entre elles » (Chabrol et Radu, 2008, p. 124).

*[...] personal distress is defined as a self-oriented, aversive emotional reaction such as anxiety or discomfort [...] feelings of personal distress can be expected to lead to egoistically motivated assisting, that is, prosocial actions motivated by the desire to relieve one's own uncomfortable internal state by reducing contact with the aversive, arousal-producing cues emanating from the other (p. 55).*

Par ailleurs, Boller et Olson (1991), à l'instar de MacInnis et Jaworski (1989), concluent également à la pertinence de l'empathie pour accroître l'efficacité des communications persuasives. Bien que ces auteurs, dans leurs études respectives, s'intéressent plutôt à la réception publicitaire dans un contexte commercial, ils expliquent néanmoins la fonction qu'exerce l'empathie dans le processus de persuasion.

Au surplus, Boller et Olson (1991) suggèrent que, dans le contexte publicitaire, le processus d'empathisation comprend : 1) l'*identification* des récepteurs à un ou plusieurs personnages médiatisés (le partage des caractéristiques fondamentales); 2) la *participation vicariante* des récepteurs aux émotions et aux expériences des protagonistes publicisés (leur compréhension des événements dépeints dans la publicité depuis la perspective cognitive et affective du protagoniste). Enfin, dans la logique des travaux de Boller et Olson (1991), le pouvoir persuasif de l'empathie varie en fonction de la pertinence personnelle établie avec le message (*self-relevance*). Selon ces chercheurs, l'identification et l'expérience vicariante – processus inhérents à l'empathie – permettraient aux récepteurs d'établir la pertinence personnelle vis-à-vis le produit publicisé.

De surcroît, la plupart des auteurs consultés s'entendent pour affirmer que d'autres éléments peuvent rentrer en ligne de compte et qu'une analyse plus approfondie des facteurs menant à la réponse empathique est nécessaire (Campbell et Babrow, 2004; Campbell, 1998; Shen, 2010a, 2010b, 2011). Au regard de ce qui précède, la question principale de notre recherche s'érige autour de notre constat à l'effet que les études existantes sur le rôle de

l'empathie dans les processus de réception et de persuasion ne semblent pas s'être penchées sur les éléments du message qui pourraient optimiser la réponse empathique. Les facteurs menant à la réponse empathique doivent être considérés afin d'accroître l'efficacité des publicités sociales et d'augmenter les probabilités qu'une réponse empathique se produise. Comme en témoignent les exemples cités précédemment, l'empathie a souvent été manipulée par le biais des directives explicites de prise de perspective ou par les jeux de rôle. À cet effet, Johnson, Olivo, Gibson, Reed et Ashburn-Nardo (2009) soulèvent ce point pertinent : « *in many "real-world" situations there are no direct instructions to feel empathy for an individual in-need* » (p. 473). Cependant, et à notre connaissance, aucune étude relative au rôle de l'empathie dans la persuasion n'a traité des antécédents de la réponse empathique. Plus précisément, les chercheurs ne semblent pas avoir exploré les facteurs, autres que les consignes directes de se mettre à la place d'autrui ou d'imaginer son ressenti, pouvant inciter une réponse empathique. À ce propos, Johnson *et al.* (2009), soulignent que, « *[o]ne notable limitation of empathy research is the minimal empirical attention given to whether factors other than direct instructions might influence intergroup empathic responding* » (p. 465). La recension des écrits permet de constater que les connaissances sur les éléments et les conditions qui optimisent la réponse empathique sont insuffisantes. Cette lacune suscite des questionnements importants et il nous paraît, ici, approprié de vérifier si les facteurs autres que les consignes d'adopter la perspective de l'autre peuvent stimuler les récepteurs à s'engager dans les opérations les menant à répondre de façon empathique.

Au regard de ce qui a été exposé quant aux antécédents de la réponse empathique, nous considérons que cet aspect est d'autant plus important dans un contexte où le récepteur est exposé à un contenu médiatique de durée limitée, car il s'avère assurément plus compliqué de déployer les habiletés empathiques et de s'engager dans les actions de prise de perspective et d'incorporation dans les pensées et les émotions du personnage mis en scène. Il est donc essentiel de déceler les facteurs menant à la réponse empathique et de comprendre leurs rôles respectifs dans le processus de persuasion afin de pouvoir les accentuer lors de la conception des interventions publicitaires.

### **Méthodologie proposée**

L'objectif principal de notre étude est d'explorer les facteurs qui déclenchent la réponse empathique dans le contexte de réception des publicités antidiscrimination. Dans le but de défricher ce terrain de recherche encore peu connu, nous prévoyons recourir à une méthodologie mixte. Par souci de praticité, notre étude sera réalisée en deux temps.

Bien que notre intérêt principal soit dirigé vers les facteurs inhérents au message, nous sommes consciente que certains antécédents de la réponse empathique peuvent émaner des récepteurs eux-mêmes. Tel est le cas, par exemple, du trait de personnalité d'empathie. Ainsi, dans un premier temps (phase 1), dans le but d'explorer cette possibilité, nous prévoyons avoir recours au questionnaire de *l'empathie virtuelle*<sup>15</sup>, qui nous permettra de diviser les participants selon leur niveau d'empathie dispositionnelle. À la lumière d'une abondante recension des écrits, nous sommes portée à croire que les individus possédant le trait de personnalité d'empathie plus proéminent (ayant obtenu un score d'empathie dispositionnelle élevé) seront plus susceptibles de déployer leurs habiletés empathiques dans un contexte de réception médiatique. En somme, nous désirons vérifier dans quelle mesure l'empathie dispositionnelle constitue un précurseur indispensable quant au déclenchement du processus d'empathisation dans le contexte spécifique de réception des publicités sociales antidiscrimination.

Dans un second temps (phase 2), puisque ce sont principalement les éléments inhérents aux messages publicitaires susceptibles de déclencher une réponse empathique qui nous intéressent, *l'évaluation continue*<sup>16</sup> s'avère un outil de collecte particulièrement avantageux. Bien qu'elle ne puisse être envisagée afin d'identifier les éléments précis qui optimisent les réactions empathiques,

---

<sup>15</sup> Il s'agit du questionnaire d'empathie dispositionnelle adapté au contexte de réception des contenus médiatisés (Reny Delisle, 2013).

<sup>16</sup> L'évaluation continue est une technique appréciative qui donne l'opportunité aux récepteurs d'évaluer les messages en continu et en simultanéité avec l'exposition aux contenus médiatisés (Boudreau, 2006).

l'évaluation continue peut toutefois nous permettre d'évaluer l'intensité de la réponse empathique, laquelle est susceptible d'être optimisée par divers paramètres, dont le ton publicitaire. Ainsi, la réception des publicités sociales antidiscrimination sera ici évaluée selon l'intensité des réponses empathiques.

Afin d'évaluer les deux dimensions (affective et cognitive) de la réponse empathique, nous présenterons notre corpus publicitaire en format montage vidéo à deux reprises. Ainsi, les participants devront évaluer, lors du premier visionnement, à quel point ils étaient en mesure de se projeter dans les scénarios médiatisés. Le deuxième visionnement sera réservé à l'évaluation de la dimension affective de l'empathie, et les répondants devront indiquer dans quelle mesure ils éprouvaient les émotions dépeintes dans les publicités. Il convient par ailleurs de mentionner que notre choix de corpus publicitaire a été plutôt limité, étant donné que les publicités sociales visant à prévenir ou à éliminer la discrimination (ethnique et raciale) ne sont que très rarement produites au Québec et au Canada. Afin de pallier ces lacunes, nous avons choisi d'inclure les publicités sociales relatives à l'antidiscrimination produites ailleurs dans le monde. Aux fins de notre étude, nous avons donc retenu six publicités télévisuelles ainsi que trois campagnes publicitaires (contenant plusieurs publicités) imprimées. Ces publicités ont été choisies, avant tout, car elles peuvent facilement être transposées au contexte québécois et comprises par la population locale. Qui plus est, le ton émotionnel publicitaire, qui peut être envisagé comme étant un des facteurs susceptibles de déclencher le processus d'empathisation, y est assez prononcé.

À la suite de l'évaluation continue, les participants seront invités à participer à des entretiens de groupe. Étant donné que notre projet demeure, en large partie, exploratoire, nous croyons pertinent d'accorder une importance particulière au volet qualitatif de notre recherche. À cet effet, dans le but d'obtenir des réponses plus approfondies et plus riches de la part des répondants, sur ce qu'ont été les éléments qui ont suscité de l'empathie chez eux, il nous paraît nécessaire d'avoir accès à des données riches en motifs et en significations personnelles. Il est de notre avis que les données colligées lors des entretiens de groupe contribueront à notre compréhension du sujet à travers le regard des

participants et de leurs expériences subjectives. Qui plus est, par des entretiens de groupe, nous serons en mesure d'identifier les éléments précis dans les publicités susceptibles de déclencher le processus d'empathisation envers l'exogroupe.

### **Conclusion**

Bien qu'elle soit généralement mal vue, socialement réprimée et stigmatisée, la discrimination continue de faire partie de la vie quotidienne, et ce, en dépit des décennies d'efforts et d'interventions pour sensibiliser les populations à cette problématique. À cet effet, rappelons que la documentation suggère qu'induire l'empathie envers les personnes stigmatisées s'avère une stratégie efficace et durable pour prévenir les préjugés et la discrimination. Par contre, dans le contexte précis de réception des publicités sociales visant à éradiquer les attitudes et les comportements discriminatoires, les connaissances sur les facteurs qui déclenchent l'empathie chez les récepteurs demeurent limitées. Devant ce constat, il nous paraît pertinent de déceler les éléments pouvant optimiser l'éveil empathique. Nous espérons ainsi découvrir des facteurs favorisant la persuasion ainsi qu'approfondir les connaissances sur le processus d'empathisation dans le but d'aider les stratèges à concevoir des interventions publicitaires plus efficaces.

## Références

Abroms, L. C. et Maibach, E. W. (2008). The Effectiveness of Mass Communication to Change Public Behavior. *Annual Review of Public Health*, 29, 219-234.

Andreasen, A. R. (1999). Challenges for the Science and Practice of Social Marketing. Dans M. E. Goldberg, M. Fishbein et S. E. Middlestadt (dir.), *Social Marketing: theoretical and Practical Perspectives* (p. 3-19). New Jersey, NJ : Lawrence Erlbaum Associates.

AQRP. (2014). La lutte contre la stigmatisation et la discrimination associées aux problèmes de santé mentale au Québec. Québec : Groupe provincial sur la stigmatisation et la discrimination en santé mentale.

Arsenault, S. (2012). Être, rester ou quitter : la place des immigrants dans l'économie sociale à Québec. *Le Sociographe*, 5, 235-259.

Atkin, C. K. et Rice, R. E. (2013). Theory and Principles of Public Communication Campaigns. Dans R. E. Rice et C. K. Atkin (dir.), *Public Communication Campaigns* (p. 3-19). Thousand Oaks, CA : Sage Publications.

Bagozzi, R. P. et Moore, D. J. (1994). Public Service Advertisements: Emotions and Empathy Guide Prosocial Behavior. *Journal of Marketing*, 58(January), 56-70.

Basil, D. Z., Ridgeway, N. M. et Basil, M. D. (2006). Guilt Appeals: The Mediating Effect of Responsibility. *Psychology and Marketing*, 23(12), 1-20.

Batson, C. D. et Ahmad, N. Y. (2009). Using Empathy to Improve Intergroup Attitudes and Relations. *Social Issues and Policy Review*, 3(1), 141-177.

Batson, C. D. (1991). *The Altruism Question*. New Jersey, NJ : Lawrence Erlbaum Associates.

Batson, C. D. (2011). *Altruism in Humans*. Oxford, Royaume-Uni : Oxford University Press.

Batson, C. D., Batson, J. G., Slingsby, J. K., Harrell, K. L., Peekna, H. M. et Todd, R. M. (1991). Empathic Joy and the Empathy-Altruism Hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(3), 413-426.

Batson, C. D., Chang, J., Orr, R. et Rowland, J. (2002). Empathy, Attitudes, and Action: Can feeling for a member of a stigmatized group motivate one to help the group?. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 1656-1666.

Batson, C. D., Dyck, J. L., Brandt, J. R., Batson, J. G., Powell, A. L., McMaster, M. R. et Griffitt, C. (1988). Five Studies Testing Two New Egoistic Alternatives to the Empathy-Altruism Hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55(1), 52-77.

Batson, C. D., Early, S. et Salvarani, G. (1997). Perspective taking: Imagining how another feels versus imagining how you would feel. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23(7), 751-758.

Batson, C. D., Fultz, J. et Schoenrade, P. A. (1987). Distress and Empathy: Two qualitatively distinct vicarious emotions with different motivational consequences. *Journal of Personality*, 55(1), 19-39.

Batson, C. D., Lishner, D. A., Cook, J. et Sawyer, S. (2005). Similarity and Nurturance: Two Possible Sources of Empathy for Strangers. *Basic and Applied Social Psychology*, 27(1), 15-25.

Batson, C. D., Polycarpou, M. P., Harmon-Jones, E., Imhoff, H. J., Mitchener, E. C., Bednar, L. L., Klein, P.R. et Highberger, L. (1997). Empathy and Attitudes: Can feeling for a member of a stigmatized group improve feelings toward the group?. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(1), 105-118.

Batson, C.D, Sager, K., Garst, E., Kang, M., Rubchinsky, K. et Dawson, K. (1997). Is empathy-induced helping due to self-other merging?. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(3), 495-509.

Becheur, I., Dib, H. et Valette-Florence, P. (2008, mai). L'effet des émotions négatives suscitées par une annonce choc de prévention contre l'alcool au

volant : mesure des émotions à l'aide du DES d'Izard. Communication présentée au 24<sup>e</sup> congrès de l'Association française du marketing, (AFM, 2008), Bois de Vincennes, France.

Becheur, I. et Valette-Florence, P. (2014). L'usage des émotions négatives en communication de santé publique : étude des effets de la peur, la culpabilité et la honte. *Recherche et applications en marketing*, 29(4), 96-119.

Bennett, R. (1998). Shame, Guilt, and Responses to Non-Profit and Public Sector Ads. *International Journal of Advertising: The Review of Marketing Communications*, 17(4), 483-499.

Bernstein, W. M. et Davis, M. H. (1982). Perspective-Taking, Self-Consciousness, and Accuracy in Person Perception. *Basic and Applied Social Psychology*, 3(1), 1-19.

Boller, G. W. et Olson, J. C. (1991). Experiencing Ad Meanings: Crucial Aspects of Narrative/Drama Processing. *Advances in Consumer Research*, 18, 172-175.

Boudreau, V. (2006). Problématique de l'évaluation des campagnes de communication publique. La technique de l'évaluation continue : une solution méthodologique? (Mémoire de maîtrise, Université Laval, Québec, Canada).

Boven, L. Van, Loewenstein, G., Dunning, D. et Nordgren, L. F. (2013). Changing Places: A Dual Judgment Model of Empathy Gaps n Emotional Perspective Taking. *Advances in Experimental Social Psychology*, 48, 117-171.

Brehm, S. S. et Brehm, J. W. (1981). *Psychological Reactance: A Theory of Freedom and Control*. New York, NY : Academic Press.

Brunel, M.-L. et Martiny, C. (2004). Les conceptions de l'empathie avant, pendant et après Rogers. *Carriérologie*, 9(3), 473-500.

Byrnes, D. A. et Kiger, G. (1990). The effect of a prejudice-reduction simulation on attitude change. *Journal of Applied Social Psychology*, 20, 341-356.

Campbell, R. G. (1998). A Communication-Based Model for Testing the Effects of Empathic Arousal on Risk Appraisals, Attitudes, and Behavioral Intentions in Response to HIV/AIDS Prevention Messages (Thèse de doctorat, Purdue University, West Lafayette, États-Unis).

Campbell, R. G. et Babrow, A. S. (2004). The Role of Empathy in Responses to Persuasive Risk Communication: Overcoming Resistance to HIV Prevention Messages. *Health Communication*, 16(2), 159-182.

Campo-Arias, A. et Herazo-Acevedo, E. (2013). Stigma, Prejudice, and Discrimination in Mental Health. *Revista Ciencias Biomédicas*, 4(1), 9-10.

Chabrol, C. et Radu, M. (2008). Psychologie de la communication et persuasion : théories et applications. Bruxelles, Belgique : De Boeck.

Chappé, J. (2011). Persuader en faisant peur : un aperçu des principaux modèles théoriques des appels à la peur. *Revue électronique de psychologie sociale*, 5, 9-13.

Chédotal, C. (2011). Le rôle de la culpabilité dans le marketing de la collecte de fonds : influence sur le comportement de don des particuliers. (Thèse de doctorat, Université Paris-Dauphine, France).

Chory-Assad, R. M. et Cicchirillo, V. (2005). Empathy and Affective Orientation as Predictors of Identification with Television Characters. *Communication Research Reports*, 22(2), 151-156.

Clark, K. B. (1980). Empathy: A Neglected Topic in Psychological Research. *American Psychologist*, 35(2), 187-190.

Clore, G. L. et Jeffery, K. M. (1972). Emotional Role Playing, Attitude Change, and Attraction Toward a Disabled Person. *Journal of Personality and Social Psychology*, 23(1), 105-111.

Cossette, C. et Daignault, P. (2011). *La publicité sociale : définitions, particularités, usages*. Québec, Québec : Télémaque.

Coulter, R. H., et Pinto, M. B. (1995). Guilt Appeals in Advertising: What Are Their Effects?. *The Journal of Applied Psychology*, 80(6), 697-705.

Crawley, H. (2009). Understanding and Changing Public Attitudes: A Review of Existing Evidence from Public Information and Communication Campaigns. Wales, Royaume-Uni : Centre for Migration Policy Research Swansea University.

Daignault, P. (2007). L'implication multidimensionnelle des récepteurs comme indicateur de l'efficacité de l'argument de crainte : le cas des campagnes de sécurité routière. (Thèse de doctorat, Université Laval, Québec, Canada).

Dampier, K., Dancer, J. et Keiser, J. (1985). Changing Attitudes toward Older Persons with Hearing Loss: Comparison Of Two Audiotapes. *American Annals of the Deaf*, 130(4), 267-271.

Davis, M. H. (1983). The Effects of Dispositional Empathy on Emotional Reactions and Helping: A Multidimensional Approach. *Journal of Personality*, 51, 167-184.

Davis, M. H. (1996). *Empathy: A Social Psychological Approach*. Boulder, NV : Westview Press.

De Guise, J. (1991). Le marketing social. Dans M. Beauchamp (dir.), *Communication publique : repères pour la réflexion et l'action* (p. 286-333). Boucherville, Québec : Gaëtan Morin.

Decety, J. (2004). Neurosciences : les mécanismes de l'empathie. *Sciences humaines*, 150(6), 26-30.

DeSteno, D., Petty, R. E., Rucker, D. D., Wegener, D. T. et Braverman, J. (2004). Discrete Emotions and Persuasion: The Role of Emotion-Induced Expectancies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86(1), 43-56.

Dillard, J. P. et Peck, E. (2000). Affect and Persuasion: Emotional Responses to Public Service Announcements. *Communication Research*, 27, 461-495.

Dillard, J. P. et Shen, L. (2005). On the Nature Of Reactance and its Role in Persuasive Health Communication. *Communication Monographs*, 72(2), 144-168.

Donovan, R. J. et Henley, N. (2010). *Principles and Practice of Social Marketing: An International Perspective*. Cambridge, Royaume-Uni : Cambridge University Press.

Donovan, R. J. et Vlasis, R. (2006). A Review of Communication Components of Anti-Racism and Prodiversity Social Marketing/Public Education Campaigns. Carlton, Australie : VicHeath.

Dovidio, J. F., Hewstone, M., Glick, P., et Esses, V. M. (2010). *The SAGE Handbook of Prejudice, Stereotyping, and Discrimination*. Los Angeles, CA : Sage Publications.

Dovidio, J. F., Johnson, J. D., Gaertner, S. L., Pearson, A. R., Saguy, T. et Ashburn-Nardo, L. (2010). Empathy and Intergroup Relations. Dans M. Mikulincer et P. Shaver (dir.), *Prosocial Motives, Emotions, and Behavior: The Better Angels of Our Nature* (p. 393-408.). Washington, DC : American Psychological Association.

Duan, C. et Hill, C. E. (1996). The Current State of Empathy Research. *Journal of Counseling Psychology*, 43(3), 261-274.

Dymond, R. F. (1950). Personality and Empathy. *Journal of Consulting Psychology*, 14(5), 343-350.

Eid, P. (2012). Mesurer la discrimination à l'embauche subie par les minorités racisées : résultats d'un "testing" mené dans le grand Montréal. Montréal : Commission des droits de la personne et des droits de la jeunesse.

Eisenberg, N., Eggum, N. D. et Di Giunta, L. (2010). Empathy-Related Responding: Associations with Prosocial Behavior, Aggression, and Intergroup Relations. *Social Issues and Policy Review*, 4(1), 143-180.

Eisenberg, N., Fabes, R. A., Miller, P. A., Fultz, J., Shell, R., Mathy, R. M. et Reno, R. R. (1989). Relation of Sympathy and Personal Distress to Prosocial Behavior: A Multimethod Study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(1), 55-66.

Eisenberg, N. et Strayer, J. (1987). *Empathy and its Development*. Cambridge, Royaume-Uni : Cambridge University Press.

Escalas, J. E. et Stern, B. B. (2003). Sympathy and Empathy: Emotional Responses to Advertising Dramas. *Journal of Consumer Research*, 29(March), 566-578.

Festinger, L. (1968). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford, CA : Stanford University Press.

Finlay, K. A. et Stephan, W. G. (2000). Improving Intergroup Relations: The Effects of Empathy on Racial Attitudes. *Journal of Applied Social Psychology*, 30, 1720-1737.

Fishbein, M. et Cappella, J. N. (2006). The Role of Theory in Developing Effective Health Communications. *Journal of Communication*, 56(SUPPL.), 1-17.

Forcier, M. et Handal, L. (2012). *L'intégration des immigrants et immigrantes au Québec*. Montréal, Québec : Institut de recherche et d'informations socio-économiques.

Frenette, M. (2010). *La recherche en communication : un atout pour les campagnes sociales*. Québec, Québec : Presses de l'Université du Québec.

Galinsky, A. D., Ku, G. et Wang, C. S. (2005). Perspective-Taking and Self-Other Overlap: Fostering Social Bonds and Facilitating Social Coordination. *Group Processes & Intergroup Relations*, 8, 109-124.

Galinsky, A. D. et Moskowitz, G. B. (2000). Perspective-Taking: Decreasing Stereotype Expression, Stereotype Accessibility, and In-Group Favoritism an

Alternative Strategy for Social Maneuvering. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(4), 708-724.

Gerdes, K. E. et Segal, E. A. (2009). A Social Work Model of Empathy. *Advances in Social Work*, 10(2), 114-127.

Girandola, F. (2000). Peur et persuasion : présentations des recherches (1953-1998) et d'une nouvelle lecture. *Année Psychologique*, 100(2), 333-376.

Girandola, F. et Michelik, F. (2008). Engagement et persuasion par la peur : vers une communication engageante dans le domaine de la santé. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 40(2), 69-79.

Glick, P. et Rudman, L. A. (2010). Sexism. Dans J. F. Dovidio, M. Hewstone, P. Glick et V. M. Esses (dir.), *The SAGE Handbook of Prejudice, Stereotyping, and Discrimination* (p. 328-344). Thousand Oaks, CA : Sage Publications.

Godin, G. et Côté, F. (2006). Le changement planifié des comportements liés à la santé. Dans G. Carroll (dir.), *Pratiques en santé communautaire* (p. 129-140). Montréal, Québec : Chenelière éducation.

Griffin, M., Babin, B. J., Attaway, J. S. et Darden, W. R. (1993). Hey You, Can Ya Spare Some Change? The Case of Empathy and Personal Distress as Reactions to Charitable Appeals. *Advances in Consumer Research*, 20, 508-514.

Hastings, G. et Domegan, C. (2014). *Social Marketing: From Tunes to Symphonies*. Abingdon, Royaume-Uni : Routledge.

Hendren, A. et Blank, H. (2009). Prejudiced Behavior Towards Lesbians and Gay Men: A Field Experiment of Everyday Helping. *Social Psychology*, 40(4), 234-238.

Hoffman, M. L. (1982). Development of Prosocial Motivation: Empathy and Guilt. Dans N. Eisenberg (dir.), *The development of prosocial behavior* (p. 281-313.). New York, NY : Academic Press.

Hoffman, M. L. (2000). *Empathy, its Arousal, and Prosocial Functioning. Empathy and Moral Development: Implications for Caring and Justice.* Cambridge, Royaume-Uni : Cambridge University Press.

Hogan, R. (1969). Development of an Empathy Scale. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 33*(3), 307-316.

Ickes, W. (1993). Empathic Accuracy. *Journal of Personality, 61*(4), 587-610.

Jensen, G., Cismaru, M., Lavack, A. M. et Cismaru, R. (2010). Examining Prejudice-Reduction Theories in Anti-Racism Initiatives. *International Journal of Voluntary and Public Sector Marketing, 15*(2), 181-198.

Johnson, J. D., Olivo, N., Gibson, N., Reed, W. et Ashburn-Nardo, L. (2009). Priming media stereotypes reduces support for social welfare policies: the mediating role of empathy. *Personality and Social Psychology Bulletin, 35*(4), 463-476.

Kehn, A. et Ruthig, J. (2013). Perceptions of Gender Discrimination Across Six Decades: The Moderating Roles of Gender And Age. *Sex Roles, 69*(5-6), 289-296.

Kleef, G. A. Van, Berg, H. Van Den et Heerdink, M. W. (2015). The Persuasive Power of Emotions: Effects of Emotional Expressions on Attitude Formation and Change. *Journal of Applied Psychology, 100*(4), 1124-1142.

Komeda, H., Tsunemi, K., Inohara, K., Kusumi, T. et Rapp, D. N. (2013). Beyond Disposition: The Processing Consequences of Explicit and Implicit Invocations Of Empathy. *Acta Psychologica, 142*(3), 349-355.

Konijn, E. A. (2013). The Role of Emotion in Media Use and Effects. Dans K. E. Dill (dir.), *The Oxford Handbook of Media Psychology* (p. 186-211). Oxford, Royaume-Uni : Oxford University Press.

Krebs, D. (1975). Empathy and Altruism. *Journal of Personality and Social Psychology, 32*(6), 1134-1146.

Lavoisier-Mérieux, L.-M. (2002). De l'efficacité des stratégies de communication publicitaires menaçantes : une étude de la relation entre émotions négatives et persuasion dans le domaine de la lutte contre l'insécurité routière. Communication présentée au 2<sup>e</sup> Congrès International de Marketing Paris-Venise.

Lazarus, R. S. (1991). *Emotion and Adaptation*. Oxford, Royaume-Uni : Oxford University Press.

MacInnis, D. J. et Jaworski, B. J. (1989). Information Processing from Advertisements: Toward an Integrative Framework. *Journal of Marketing*, 53(October), 1-23.

Madill, J. et Abele, F. (2007). From Public Education to Social Marketing: The Evolution of the Canadian Heritage Anti-Racism Social Marketing Program. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 17(1-2), 27-53.

Marchioli, A. (2006). Marketing social et efficacité des campagnes de prévention de santé publique : apports et implications des récents modèles de la communication persuasive. *Market Management*, 6, 17.

McKeever, R. (2015). Vicarious Experience: Experimentally Testing the Effects Of Empathy for Media Characters with Severe Depression and the Intervening Role of Perceived Similarity. *Health Communication*, 30(11), 1122-1134.

Mealy, M. et Stephan, W. G. (2010). Intergroup Empathy. Dans J. M. Levine et M. A. Hogg (dir.), *Encyclopedia of Group Processes and Intergroup Relations* (p. 475-478). Los Angeles, CA : Sage Publications.

Mehrabian, A. et Epstein, N. (1972). A Measure of Emotional Empathy. *Journal of Personality*, 40(4), 525-543.

Mooradian, T., Davis, M. et Matzler, K. (2011). Dispositional Empathy and the Hierarchical Structure of Personality. *American Journal of Psychology*, 124(1), 99-109.

Nabi, R. L. (2002). Discrete Emotions and Persuasion. Dans J. P. Dillard et M. Pfau (Eds.), *The Persuasion Handbook: Developments in Theory and Practice* (p. 289-326). Thousand Oaks, CA : Sage publications.

Nabi, R. L. et Green, M. C. (2015). The Role of a Narrative's Emotional Flow in Promoting Persuasive Outcomes. *Media Psychology*, 18(2), 137-162.

O'Brien, E., Konrath, S. H., Grühn, D. et Hagen, A. L. (2013). Empathic Concern and Perspective Taking: Linear and Quadratic Effects of Age Across the Adult Life Span. *Journals of Gerontology – Series B Psychological Sciences and Social Sciences*, 68, 168-175.

O'Keefe, D. J. (2002). Guilt as a Mechanism of Persuasion. Dans J. P. Dillard et M. Pfau (dir.), *The Persuasion Handbook: Developments in Theory and Practice* (p. 329-345). Thousand Oaks, CA : Sage publications.

O'Shaughnessy, J. et O'Shaughnessy, N. (2003). *The Marketing Power of Emotion*. Oxford, Royaume-Uni : Oxford University Press.

Pacherie, É. (2004). L'empathie et ses degrés. Dans A. Berhoz et G. Jorland (dir.), *L'empathie* (p. 149-181). Paris, France : Odile Jacob.

Pagotto, L. (2010). The Interplay of Empathy, Oneness and Perceived Similarity in Mediating the Effects of Perspective Taking on Prosocial Responses. (Thèse de doctorat, Università degli studi di Padova, Padoue, Italie).

Paradies, Y., Chandrakumar, L., Klocker, N., Frere, M., Webster, K., Burrell, M. et McLean, P. (2009). *Building on our Strengths: A Framework to Address Race-Based Discrimination and Support Diversity in Victoria*. Victoria, Australie : Victorian Health Promotion Foundation.

Pedersen, A., Beven, J., Walker, I. et Griffiths, B. (2004). Attitudes Toward Indigenous Australians: The Role of Empathy and Guilt. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 14, 233-249.

Pedersen, A., Walker, I., Rapley, M. et Wise, M. (2003). *Anti-Racism: What Works? An Evaluation of the Effectiveness of Anti-Racism Strategies*. Murdoch, Australie : Centre for Social Change and Social Equity.

Preston, S. D. et de Waal, F. B. M. (2002). Empathy: Its Ultimate and Proximate Bases. *The Behavioral and Brain Sciences*, 25, 1-20.

Quintana, S. M. (1994). A Model of Ethnic Perspective-Taking Ability Applied to Mexican-American Children and Youth. *International Journal of Intercultural Relations*, 18(4), 419-448.

Reny Delisle, M. (2013). L'empathie virtuelle comme facteur d'influence de la réception des publicités sociales : développement d'un outil de mesure (Mémoire de maîtrise, Université Laval, Québec, Canada).

Richardson, B., Webb, J., Webber, L. et Smith, K. (2013). Age Discrimination in the Evaluation of Job Applicants. *Journal of Applied Social Psychology*, 43(1), 35-44.

Rippon, I., Kneale, D., de Oliveira, C., Demakakos, P. et Steptoe, A. (2014). Perceived Age Discrimination in Older Adults. *Age and Ageing*, 43(3), 379-386.

Roberts, M. E., Gibbons, F. X., Gerrard, M., Weng, C.-Y., Murry, V. M., Simons, L. G., Simons, R. L. et Lorenz, F. O. (2012). From Racial Discrimination to Risky Sex: Prospective Relations Involving Peers and Parents. *Developmental Psychology*, 48(1), 89-102.

Shelton, M. L. et Rogers, R. W. (1981). Fear-Arousing and Empathy-Arousing Appeals to Help: The Pathos of Persuasion. *Journal of Applied Social Psychology*, 11, 366-378.

Shen, L. (2010a). Mitigating Psychological Reactance: The Role of Message-Induced Empathy in Persuasion. *Human Communication Research*, 36, 397-422.

Shen, L. (2010b). On A Scale of State Empathy During Message Processing. *Western Journal of Communication*, 74(5), 504-524.

Shen, L. (2011). The Effectiveness of Empathy Versus Fear-Arousing Antismoking Psas. *Health Communication*, 26(5), 404-415.

Simon, E. (2009). Processus de conceptualisation d'« empathie ». *Recherche en soins infirmiers*, 98(3), 28-31.

Stephan, W. G. et Finlay, K. (1999). The Role of Empathy in Improving Intergroup Relations. *Journal of Social Issues*, 55(4), 729-743.

Stiff, J. B., Dillard, J. P., Somera, L., Kim, H. et Sleight, C. (1988). Empathy, Aommunication, and Prosocial Behavior. *Communication Monographs*, 55(2), 198-213.

Stotland, E. (1969). Exploratory Investigations of Empathy. *Advances in Experimental Social Psychology*, 4, 271-314.

Sutton, M., Perry, B., Parke, J. et John-Baptiste, C. (2007). *Getting the Message Across: Using Media to Reduce Racial Prejudice and Discrimination*. Londres, Royaume-Uni : Department for Communities and Local Government.

Upshaw, M. B., Kaiser, C. R. et Sommerville, J. A. (2015). Parents' Empathic Perspective Taking and Altruistic Behavior Predicts Infants' Arousal to Others' Emotions. *Frontiers in Psychology*, 6, 1-11.

Vescio, T. K., Sechrist, G. B. et Paolucci, M. P. (2003). Perspective Taking and Prejudice Reduction: The Mediational Role of Empathy Arousal and Situational Attributions. *European Journal of Social Psychology*, 33, 455-472.

Vrij, A., Schie, E. Van et Cherryman, J. (1996). Reducing Ethnic Prejudice Through Public Communication Programs: A Social-Psychological Perspective. *The Journal of Psychology*, 130, 413-420.

Vrij, A. et Smith, B. J. (1999). Reducing Ethnic Prejudice by Public Campaigns: An Evaluation of a Present and a New Campaign. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 9, 195-215.

Wagner, U., Christ, O. et Heitmeyer, O. (2010). Anti-Immigration Bias. Dans J. F. Dovidio, M. Hewstone, P. Glick et V. M. Esses (dir.), *The SAGE Handbook Of Prejudice, Stereotyping, and Discrimination*. Los Angeles, CA : Sage Publications.

Wang, Y.-W., Davidson, M. M., Yakushko, O. F., Bielstein Savoy, H., Tan, J. A. et Bleier, J. K. (2003). The Scale of Ethnocultural Empathy: Development, Validation, and Reliability. *Journal of Counseling Psychology*, 50(2), 221-234.

West, K. et Hewstone, M. (2012). Relatively Socially Acceptable Prejudice Within and Between Societies. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 22(3), 269-282.

Weyant, J. M. (2007). Perspective Taking as a Means of Reducing Negative Stereotyping of Individuals Who Speak English as a Second Language. *Journal of Applied Social Psychology*, 37(4), 703-716.

Wispé, L. (1986). The Distinction Between Sympathy and Empathy: To Call Forth a Concept, a Word Is Needed. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(2), 314-321.

Wright, S. C. et Taylor, D. M. (2007). The Social Psychology of Cultural Diversity: Social Stereotyping, Prejudice, and Discrimination. Dans M. A. Hogg et J. Cooper (dir.), *The SAGE Handbook of Social Psychology* (p. 361-388). Thousand Oaks, CA : Sage publications.

Yzer, M. C., Southwell, B. G. et Stephenson, M. T. (2013). Inducing Fear as a Public Communication Campaign Strategy. Dans R. E. Rice et C. K. Atkin (dir.), *Public Communication Campaigns* (p. 163-176). Thousand Oaks, CA : Sage publications.

## LA QUANTIFICATION DES HABITUDES ET DU CORPS : LES MHEALTH COMME TECHNOLOGIE POLITIQUE DU CORPS

Myriam Lavoie-Moore  
Université du Québec à Montréal

**Résumé :** *Les technologies mobiles de quantification des habitudes et du corps, ou mHealth, sont mises en marché comme étant des solutions efficaces et peu coûteuses permettant la prise en main individuelle, notamment afin de lutter contre le surpoids. Dans cet article, nous proposons de considérer les technologies de quantification des habitudes et du corps comme des technologies politiques du corps participant à la création de savoirs et, donc, de pouvoir sur les corps. Non seulement les technologies de quantification des habitudes et du corps s'inscrivent dans une vision particulière de la santé, mais elles contribueraient également à promouvoir des impératifs néolibéraux. Elles conçoivent l'individu comme sujet biopolitique et favorisent ainsi une interprétation économique du corps et de la santé. Nous concluons cet article en argumentant que les technologies de quantification des habitudes et du corps pourraient ne pas permettre l'empowerment escompté.*

**Mots-clés :** *mHealth ; biopouvoir ; technique de pouvoir ; responsabilisation ; sujet économique, cybernétique ; empowerment.*

**Abstract:** *Technologies that quantify habits and body, commonly designated as mHealth, are marketed as efficient and costless solutions for individual empowerment in order to fight against obesity, among other issues. In this article, we propose to consider quantifying technologies as political body, contributing to the creation of knowledge and, therefore, to the power over bodies. We argue that those technologies are imbedded in a particular vision of health and that they contribute to promote neoliberalism imperatives. They conceive the individual as a biopolitical subject and foster an economical interpretation of the body and of health. Furthermore, we argue that technologies that quantify habits and body might not provide the expected empowerment.*

**Keywords:** *mHealth ; biopower ; power techniques; responsabilization ; economic subject ; cybernetics ; empowerment.*

### Les technologies de quantification comme réponse au surpoids

Le surpoids de la population soulève des questionnements nouveaux et inquiète les organismes de santé publique (ASPC et ICIS, 2011; OMS, 2000). Les recherches ont démontré que les modes de vie, les modes de déplacement, la pollution, les installations routières et l'absence de parcs font partie des causes qui expliquent la proportion de plus en plus élevée de la population qui tend à dépasser le poids dit « santé ». Les causes de l'augmentation du poids de la population seraient donc principalement liées à l'environnement (ICIS, 2011; Tremblay, 2011). Les conclusions d'une revue de littérature portant sur 158 publications ont démontré qu'il y avait peu, voire aucun investissement destiné aux modifications environnementales, excepté dans certains programmes axés sur les établissements scolaires (Flynn, 2006). Les mesures préventives se concentreraient sur l'individu au détriment du contexte.

Cet article traite des *mHealth* (*mobile Health*) qui visent la modification des comportements par la quantification du corps et de ses états à travers des caractéristiques qui influencent directement le poids. Nous y référerons en tant que technologies de quantification des habitudes et du corps. Les données captées sont en lien direct avec les facteurs qui influencent le poids, soit l'alimentation, l'exercice physique et le sommeil. Les *mHealth* sont des technologies mobiles qui permettent de mesurer et de quantifier certains paramètres reliés aux habitudes de vie et au corps de la personne qui les utilise. Alors que les études portant sur ces technologies se sont principalement intéressées à l'efficacité de l'utilisation dans la pratique des utilisateurs (Nilsen *et al.*, 2012; Schweitzer et Synowiec, 2012a), cet article abordera la question des technologies en elles-mêmes en se référant aux travaux de la sociologue de la santé et des technologies Deborah Lupton (2013a) qui abordent de manière critique les enjeux de santé publique.

Les *mHealth* s'inscrivent dans un mouvement plus large de *Quantified Self*. Ce mouvement a été lancé en 2007 par Gary Wolf et Kevin Kelly, deux éditeurs de la revue *Wired* (Nafus et Sherman, 2014). Le *Quantified Self*, ou « Quantification de soi », est un mouvement au sein duquel les adeptes tentent de produire des données chiffrées à partir de différents aspects de leur vie

quotidienne. Par exemple, ils documenteront différents états corporels comme le poids, le cholestérol, la consommation de tabac ou d'alcool, les calories ingérées, ou encore la mesure de différentes activités telles que l'exercice physique, le temps de travail, etc. Ces types de notations chiffrées sont rendus possibles par le développement de divers outils technologiques tels que les capteurs ou les applications numériques de partage de données personnelles (Pharabod *et al.*, 2013). Si les pratiques de quantification restent encore marginales (Pharabod *et al.*, 2013), les outils qui les facilitent gagnent en popularité auprès des professionnels de la santé, qui verraient en eux l'opportunité de changer les méthodes de promotion de la santé auprès du grand public (Chib, 2013; Donner, 2012). Les ventes de capteurs portatifs connectés (*wearables*), tels que les bracelets ou les montres intelligents (*smartwatches*) sont en augmentation : 33 millions d'objets ont été vendus en 2015, alors qu'on projette 148 millions de ventes en 2019 (Intelligence, 2015). Le marché devrait ainsi passer de 7,14 milliards à 8,86 milliards de dollars américains en 2016 (Statista, 2015).

Une grande partie des études qui portent sur les *mHealth* cherchent à comprendre comment améliorer ces outils pour qu'ils se révèlent efficaces pour l'individu désireux de perdre du poids (Burke *et al.*, 2012; Pierce, 2011). Cette conception du poids s'inscrit dans une vision de la santé où les individus sont représentés comme des acteurs responsables de la prise en charge de leur propre santé par le contrôle de leurs habitudes de vie (Lupton, 1995). Dans cette optique, la problématique liée aux poids est envisagée comme un impératif individuel dont les retombées seront bénéfiques pour l'ensemble de la population (Schorb, 2013). Les institutions médicales et de santé font la promotion de l'importance du maintien d'un poids dit « idéal », ou « normal », dans une optique de sensibilisation et de responsabilisation (Lupton, 1995). La résolution du problème passerait donc par un individu responsable de son propre corps (Kim, 2013; Lupton, 1995).

Les recherches tendent à démontrer que les *mHealth* n'aident pas encore les individus à contrôler leur poids (Burke *et al.*, 2012; Mechael et Searle, 2010; Piette *et al.*, 2012) ou que les utilisateurs n'y adhèrent pas à moyen ou long

terme (Ni Mhurchu et al., 2014; Turner-McGrievy *et al.*, 2013). Cet échec pourrait reposer sur le fait que l'utilisation et la promotion de ces technologies s'inscrivent dans une vision individuelle et « responsabilisante » de la santé, au sein de laquelle la production constante de données sur le corps de la personne sera jugée suffisante pour que la personne contrôle son poids. Toutefois, ces techniques de promotion de la santé évacuent l'importance des causes environnementales qui sont fortement liées au surpoids. Les notions d'individualité et de responsabilisation sont au cœur d'une vision néolibérale de la santé qui emprunte un langage économique et managérial en prônant la « gestion de la santé » de l'individu qui doit « désormais maximiser son capital santé » (Hache, 2007, p. 63). La santé s'inscrit ainsi dans une extension des théories du capital humain dans les diverses sphères de la vie humaine (Hache, 2007).

À l'exception des travaux de Lupton (2012, 2014), qui offrent un survol des implications sociales, culturelles, politiques et éthiques des technologies de quantification des habitudes et du corps, peu de recherches critiques portant sur ces technologies ont été menées jusqu'à maintenant. Cet article s'inscrit en continuité avec les travaux de Purpura *et al.* (2011), qui proposent l'analyse d'une application fictive destinée au conditionnement physique afin de « provoquer une réflexion à propos des valeurs et des politiques propres au design dans le *persuasive computing* » (p. 5). Nous cherchons à notre tour à faire ressortir les idéologies véhiculées par les technologies de quantification des habitudes et du corps et à les mettre en lien avec le contexte sociopolitique actuel.

Nous croyons, en effet, que les technologies sont non seulement porteuses de certaines idéologies, mais qu'elles contribuent à les former et à les transformer (Mondoux, 2011; Stiegler, 1994). C'est pour cette raison que nous nous intéressons principalement à l'étude détaillée des technologies comme telles, plutôt qu'à celles des usages ou des pratiques qui y sont associées. À partir des résultats de notre recherche, nous chercherons à démontrer comment les technologies de quantification des habitudes et du corps constituent en fait des technologies qui diffusent et perpétuent un certain type de pouvoir biopolitique

(Foucault, 2004) qui se développe à travers la production d'un savoir sur l'individu. Nous verrons ensuite comment ces technologies proposent d'adopter certains comportements qui, loin d'atteindre la promesse d'autonomie véhiculée par le concept d'*empowerment*, suggèrent plutôt des actions qui s'inscrivent dans une vision d'un sujet biopolitique, un sujet qui correspond à la logique du « laissez-faire » de l'idéologie néolibérale.

### **La quantification au sein du pouvoir biopolitique**

L'analyse que nous avons menée permet d'inscrire les technologies de quantification du corps et des habitudes étudiées, ainsi que le processus de responsabilisation sous-jacent dans un nouveau paradigme de biomédicalisation de la santé. Ce paradigme est caractérisé par l'intégration de savoirs et de techniques de la biomédecine aux réalités sociales (Kim, 2013). On y conçoit la santé en termes de risques associés aux habitudes de vie (Kim, 2013). Comme le soulignent Clarke *et al.* (2014), la santé devient un impératif moral individuel et collectif qui doit se réaliser de diverses façons :

*The extension of medical jurisdiction over health itself (in addition to illness, disease, and injury) and the commodification of health are fundamental to biomedicalization. That is, health itself and the proper management of chronic illnesses are becoming individual moral responsibilities to be fulfilled through improved access to knowledge, self-surveillance, prevention, risk assessment, the treatment of risk, and the consumption of appropriate self-help/biomedical goods and services (p. 162).*

Adoptant cette perspective politique, nous appréhendons les technologies de quantification des habitudes et du corps selon les travaux de Foucault (2004, 2009, 2014) portant sur la gouvernementalité et sur la biopolitique. Ce positionnement contribue à mieux saisir la multiplicité des pouvoirs qui régissent la société, en tenant compte de leur caractère diffus et de leur constitution au sein des rapports de force qui ciblent la population en fondant leur savoir sur l'économie politique (Foucault, 2004). Les mécanismes de pouvoir ne doivent plus s'envisager du « point de vue de ce qui est empêché, ni

[du] point de vue de ce qui est obligatoire » (*ibid.*, p. 48-49). En se faisant de plus en plus gestionnaire, le pouvoir se compose autour de « fonctions d'incitation, de renforcement, de contrôle et de surveillance, de majoration et d'organisation; fonction productrice, qui plutôt que d'empêcher uniquement, ont permis de réguler, voire de gouverner et de contrôler la vie » (Blanchette, 2006, p. 2). La vie elle-même est alors sujette au pouvoir et est basée sur la régulation. Le pouvoir ne traite plus seulement le sujet juridique, mais il devient matériel et s'appuie alors sur une administration de la vie et des corps des populations (Blanchette, 2006).

C'est ainsi que nous situons l'importance de l'étude de notre objet, car si le pouvoir ne s'éprouve qu'en acte, il faut explorer sa mise en œuvre et son exercice. Les technologies de quantification des habitudes et du corps sont conceptualisées en tant que possible technique de pouvoir qui se mettrait en place à travers les « technologies de soi », c'est-à-dire des « formes de gouvernance de soi que les individus appliquent à eux-mêmes<sup>1</sup> » (Clarke, Shim, Mamo, Fosket et Fishman, 2014, p. 165). Celles-ci s'inscrivent dans une forme de souci de soi qui dépasse le simple état d'esprit pour se mettre en place à travers des pratiques du corps et de l'esprit. Elles sont proposées aux individus afin de fixer leur identité, la maintenir ou la transformer en fonction d'un certain nombre de fins, et cela grâce à des rapports de maîtrise de soi sur soi, ou de connaissance de soi par soi (Foucault, 2004). Nous nous intéressons particulièrement aux « technologies de soi » puisqu'elles permettent de comprendre comment les technologies de quantification misent sur une responsabilisation des individus dans une perspective individuelle et comment cette responsabilisation s'inscrit dans une forme de gouvernementalité où les intérêts individuels seront garants du mieux-être de la société (Foucault, 2004). Les technologies de quantification des habitudes et du corps facilitent une prise de décision qui sera automatisée à travers des données présentées comme objectives. La quantité de données produites et la diversité de leur provenance offrent l'illusion de représenter une totalité objective puisqu'elles sont les traces

---

<sup>1</sup> Traduction libre de : « *“technologies of the self,” [are] forms of self-governance that people apply to but are also “technologies of the self,” forms of self-governance that people apply to themselves* » (Clarke, 2003, p. 165).

d'actions réelles (Lupton, 2013b; Ouellet, Mondoux, Ménard, Bonenfant et Richert, 2013), bien que l'on ne puisse statuer que la technologie est réellement neutre (Boyd et Crawford, 2012).

Puis, dans le contexte sociopolitique néolibéral actuel, l'État interviendrait entre autres en favorisant le développement de la capacité de la population à se considérer comme partie intégrante du marché, à revêtir une logique d'entrepreneur, processus qui, contrairement à ce qui est promu dans le libéralisme d'Adam Smith, n'est pas naturel (Lemke, 2001). La logique des coûts et des bénéfices devrait idéalement éclairer le choix de l'individu (*ibid.*). On y « représente les sphères politiques et sociales comme étant dominées [...] par des préoccupations de marché, soumises à des rationalités de marché » (Brown, 2007, p. 70). Dans cette optique, le corps reçoit les « investissements » des actes quotidiens qui sont envisagés « dans un rapport coût-bénéfice pour notre santé » (Vinit et Moreau, 2007, p. 42). La « passivité de soi », où un corps qui apparaîtra non contrôlé, sera considéré comme amoral (Lupton, 1995). C'est ainsi que les techniques de soi ou les pratiques de soi s'inscrivent harmonieusement dans un contexte sociopolitique où un « comportement responsable » en matière de santé ne consiste plus seulement à ne pas tomber malade. En effet, il ne suffit plus de prévenir la maladie; il faudrait désormais « maximiser son capital santé » (Foucault, 2004). Comme le souligne Hache (2007,) : « Se comporter de manière responsable du point de vue de la rationalité néolibérale reviendrait à se soucier de soi, au sens d'entretenir un (certain type de) *rapport actif* à soi et à l'ensemble de sa vie » (p. 57).

### **Comprendre l'*empowerment* à travers une perspective cybernéticienne**

Comme nous l'avons mentionné précédemment, l'injonction à la gestion de soi autonome (Pharabod *et al.*, 2013) est caractéristique d'une conception moderne de la santé. La responsabilisation des individus serait en fait un principe clé dans l'art de gouverner actuel (Hache, 2007). Le discours qui le présente se trouve au centre d'un concept de plus en plus mobilisé par différents acteurs de la santé : l'*empowerment*. Dans sa définition originale, le terme d'*empowerment* renvoyait au fait d'aider les communautés à comprendre les structures de pouvoir en place afin d'y opposer une résistance (Labonte, 1994;

Wallerstein, 1992). *L'empowerment*, pierre angulaire des valeurs et des pratiques de la promotion de la santé (Woodall, Warwick-booth et Cross, 2012), se serait transmuté dans les deux dernières décennies et situerait désormais son champ d'action sur le changement des comportements individuels plutôt que sur les réformes sociales et structurales. L'estime de soi sera, par exemple, placée comme une des causes des problèmes sociaux qui se résoudrait par un meilleur contrôle sur soi (Cruishank, 1996).

Dans cette optique, *l'empowerment* sera également marquée par une valorisation de l'autonomie des communautés locales et des individus (Jessop, 2002; Marden, 2003; Pharabod et al., 2013). D'ailleurs, l'une des nombreuses – et conflictuelles – traductions du terme empowerment (Parazelli, 2007) est « autonomisation ». Étymologiquement, le terme autonomie est issu du grec *autonomos*, « qui impose ses propres lois », soutenant un processus décisionnel de nature politique plutôt qu'individuel. Selon certains chercheurs (Fokkenrood et al., 2012; Levin, 2012; Swan, 2012a, 2012b), les technologies de quantification des habitudes et du corps permettraient, entre autres, de favoriser une certaine responsabilisation des individus non malades ou des personnes affectées par la maladie relativement à leur propre état de santé, les rendant plus autonomes (Chiarini et al., 2013; Hsieh et al., 2013; Jennings et Gagliardi, 2013).

Dans la logique propre à *l'empowerment* moderne, être responsable de soi consiste à surveiller ses habitudes quotidiennes et à « bien » agir (bien consommer, bien dépenser, bien bouger, bien compter, etc.) pour prévenir la maladie et maximiser sa santé, celle-ci n'étant plus perçue comme un état donné (Gasser et al., 2006; Vinit et Moreau, 2007). L'information accessible par les technologies serait une ressource clé à la responsabilisation, puisqu'elle permettrait une connaissance sur le corps qui n'est plus restreinte aux professionnels de la santé, afin de faire les meilleurs choix au quotidien (Clarke et al., 2014; Lupton, 1995).

Aujourd'hui, on remarque que les promoteurs et les adhérents au mouvement de *Quantified Self*, qui inclut les *mHealth*, entretiennent l'espoir de quantifier le

corps et ses habitudes dans leur ensemble, de le transformer en données mesurables et interprétables de façon rationnelle et empirique. C'est l'objectif que vise entre autres Gary Wolf (2010), l'initiateur du mouvement de mesure de soi, en soutenant une amélioration de l'efficacité dans le monde par l'accumulation de données sur soi : « *So, if we want to act more effectively in the world, we have to get to know ourselves better* » (Wolf, 2010, Ted Talk).

Selon la vision cybernétique, la saisie du milieu en tant que système permet d'assurer une connaissance statistique qui, si elle est assez précise, garantit l'homéostasie. Plus il y aurait de données, plus il serait possible de prévoir le futur. À plus petite échelle, la connaissance complète du corps, une fois interprétée par la machine, pourrait permettre d'en assurer son maintien ou, à tout le moins, prédire ses fluctuations. Plus il y a d'informations accumulées sur l'environnement, plus la possibilité de rendre un « feedback » juste et efficace se réalise (Mattila, 1951). L'adaptation est le mode de survie du système dont l'homéostasie doit être maintenue. L'esprit dominant en est un de statistique où les informations permettent de fiabiliser la prédiction de l'avenir. Plus on a de données sur un système, plus le taux de réalisation des prédictions sera grand (Lafontaine, 2004). L'accumulation d'information permettrait donc de générer un savoir afin de mieux contrôler le corps, de le gérer plus efficacement.

### **Méthodologie**

Cet article repose sur l'analyse de technologies de quantification des habitudes et des corps. Ces technologies ont été choisies selon leur popularité évaluée en matière de vente (*Bracelet Fitbit*, la montre *Moto 360*) ou selon leur popularité sur les blogues de recommandations identifiés (l'application *Fitbit* et l'application *MyFitnessPal*). Ils ont été analysés grâce à une méthode inspirée de l'analyse de discours critique multimodale (*Multimodal Critical Discourse Analysis*) (Van Leeuwen, 2005). Nous avons principalement analysé l'interface utilisateur qui est la dernière couche des strates de calcul de la machine. Selon Mpondo-Dicka (2013), cette couche graphique vise la compréhension humaine de la machine numérique à travers un langage qui fait sens pour l'utilisateur, un langage sémiotique. Les interfaces utilisateurs que nous avons analysées sont principalement graphiques, soit majoritairement composées de pictogrammes.

L'analyse de discours critique multimodale permet de composer une sorte de boîte à outils qui facilite l'acte de description systématique des différents contenus visuels de l'objet (Van Leeuwen, 2005). L'analyse de discours critique suppose qu'un phénomène social doit être analysé dans son contexte afin de révéler ce qu'une idéologie dominante aura tendance à obscurcir; elle « dénaturalisera » l'ordre des interactions naturalisées par l'idéologie (Fairclough, 1995). Nous avons utilisé des outils propres à l'analyse de discours critique tels qu'ils sont présentés par Machin et Mayr (2012) : la connotation des mots, la surlexicalisation, l'absence lexicale, la composition, la référence à l'autorité, etc. Comme nos objets étaient principalement graphiques et contenaient peu de mots, nous avons également utilisé certains outils propres à l'analyse de l'image tels qu'ils sont présentés par Joly (2005) et Saouter (2000), soit l'analyse plastique, iconique et linguistique.

Des objets énumérés ci-haut, nous avons analysé huit « pages » de chaque application, quatre applications de Moto 360 et le bracelet Charge HR dans son entièreté. Nous avons donc appliqué notre technique d'analyse à 21 objets au total. L'analyse de l'image nous a permis d'intégrer le support dans notre analyse, nous permettant de faire une différence entre la montre, le bracelet et le téléphone qui supportent les écrans diffusant les informations. Nous avons donc pu formellement et synthétiquement mettre en lumière les caractéristiques particulières des technologies de quantification des habitudes et du corps étudiées.

### **La rationalité de marché intrinsèque aux technologies de quantification**

L'analyse menée a permis de tirer certains constats. D'abord, l'ensemble des technologies de quantification étudiées exige de fixer des objectifs précis à atteindre qui poussent à l'action en présentant des informations qui paraissent objectives. L'ensemble des indicateurs présents au sein des technologies étudiées ne tend pas à représenter abstraitement le quotidien du corps et de son état, mais il prétend en être le miroir. Il le « reflète parfaitement », à l'image des indicateurs des tableaux de bord des entreprises, utilisés pour piloter une organisation (Van Caillie, 2013). Lorsqu'utilisés en gestion, ces indicateurs

doivent être « SMART » : significatifs, mesurables, acceptables, responsabilisés et temporellement définis. C'est effectivement ce que l'on retrouve au sein des technologies de quantification des habitudes et du corps où les informations présentées à l'utilisateur seront quantifiées, significatives pour l'utilisateur et acceptables, puisque référant à différentes expertises de santé. Elles seront associées à un responsable qui en sera l'utilisateur et seront temporellement définies<sup>2</sup>. Ces indicateurs sont présentés de façon à ce que l'utilisateur ait l'impression d'avoir un portrait exhaustif et objectif de son corps et de ses habitudes.

Dans une optique économique, on ne vise pas la performance, mais bien l'efficacité en tant que rapport entre les moyens mis en œuvre et les résultats obtenus. Ce sont les efforts et les actes quotidiens promus par les technologies de manière anodine qui sont pris en considération dans le calcul du temps actif de l'individu. Même les défis offerts par Fitbit doivent être imbriqués à la vie quotidienne. Ils sont un petit ajout victorieux à la vie quotidienne : « *add a little winning to your relaxing weekend* » (Fitbit). Les « amis » ne seront pas directement impliqués dans la victoire ou la défaite, car l'utilisateur est principalement en compétition avec lui-même. On peut gagner contre l'autre, mais c'est soi-même qu'on tente de dépasser, car les pas faits s'accumuleront au bilan de la journée, de la semaine et du mois. En comptabilisant toutes les activités du quotidien, on permet à l'utilisateur d'être optimal dans l'atteinte de ses objectifs puisqu'il peut les intégrer à ses habitudes de vie. Par exemple, des exercices comme monter les étages à pied ou marcher jusqu'à son travail entreront dans le décompte des activités. Cependant, aucun incitatif à dépasser les objectifs ne se retrouve dans les objets étudiés. La performance n'est pas tant comprise comme exploit que comme optimisation du quotidien : c'est la régularité que l'on cherche dans l'atteinte des objectifs fixés.

En effet, pour garder le cap, il faudra être actif jour après jour. La passivité sera, au contraire, déconsidérée. Sur MyFitnessPal, ce sont les actions de l'utilisateur qui sont diffusées automatiquement, qui sont mises de l'avant par l'application. Même les états du corps seront liés à l'activité. C'est ainsi que divers

---

<sup>2</sup> Il faut, par exemple, fixer une période de temps alloué à la perte de poids non désiré.

diagrammes, comme celui de la fréquence cardiaque, évoquent l'effort physique, la forme physique, le déplacement, l'excitation, le rythme, la vitalité, la paresse ou l'activité, puisqu'ils sont reliés à l'activité physique de l'utilisateur, qu'il est possible de voir sa progression en temps réel. Il est en effet lié à des termes comme *cardio* (Fitbit), *actif* (Moto Body), *inactifs* (Moto Body), *minutes to go* (Moto Body) ou *exercices* (Fitbit). C'est d'ailleurs le terme progression qui est utilisé pour qualifier la page du poids dans MyFitnessPal. La progression est un mouvement en avant, un accroissement par degrés, régulier et continu, un développement (Larousse, 2015). Il faut donc non seulement bouger, mais régulièrement avancer.

Pour reprendre la métaphore de l'entreprise et de la gestion, il faut s'entreprendre, être actif par rapport à soi-même. La passivité n'est pas une option offerte par ces technologies. Encore une fois, on s'inscrit dans une vision de la santé où le travail sur soi est nécessaire et le contraire, moralement connoté de manière négative. Cette intimité à la production correspond également à un mode de gouvernementalité où on n'empêche pas, mais on pousse à la production utile et fonctionnelle. C'est ainsi que sera intégré le « budget » calorique de l'utilisateur qui devra veiller à le respecter sous peine de voir apparaître des indications négatives, mais présentées comme objectives (« vous avez dépassé le budget » [Fitbit], « — X Calories » en rouge [MyFitnessPal], les chiffres en gris pour les objectifs non complétés ou un avertissement de prise de poids dans MyFitnessPal [Figure 1 et 2]). Celles-ci marqueront son incapacité à s'autoréguler et indiqueront les failles à combler. Ainsi, la technologie entretient une relation de pouvoir avec l'individu puisqu'elle possède un savoir statistique, posé comme neutre (Rouvroy et Berns, 2010), sur son corps.

Tel que Foucault l'avait soutenu dans *Surveiller et punir* (1975), le corps moderne n'est plus tant comparé à, ni manipulé comme une machine, mais comme un organisme qui possède ses propres limites et à l'intérieur desquelles il faut travailler. En fait, la métaphore qui se déploie à travers les technologies étudiées, par les termes utilisés et par les modes de fonctionnement, présente le corps comme calqué sur le modèle de l'entreprise. Des termes comme *budget*

ou *tableau de bord* permettent d'en rendre compte, tout comme la présence marquée de chiffres, la multiplication de tableaux et de diagrammes représentationnels et, plus particulièrement, l'application d'une logique économique dans l'interprétation du corps et des habitudes.

C'est pour cette raison que les technologies de quantification des habitudes et du corps ne sont pas seulement des outils de contrôle du poids, mais deviennent des « gestionnaires » du poids qui s'inscrivent comme technologie politique du corps dans une logique où est produit, comme l'indique Foucault (1975), un savoir complexe sur le corps et sur les habitudes :

C'est-à-dire qu'il peut y avoir un « savoir » du corps qui n'est pas exactement la science de son fonctionnement, et une maîtrise de ses forces qui est plus que la capacité de les vaincre : ce savoir et cette maîtrise constituent ce qu'on pourrait appeler la technologie politique du corps (p. 31).

En effet, les technologies de quantification des habitudes et du corps sembleront indiquer les choix rationnels à effectuer à partir de la « réalité » de l'individu pour que non seulement ce dernier prévienne un éventuel surplus de poids qui pourrait se révéler un facteur de risque pour lui, mais qu'il atteigne également le meilleur de lui-même tel que les objectifs de la mesure de soi le définissent. Les choix offerts par la machine représenteront alors les « bons » investissements à faire relativement au corps, rejetant alors la passivité face à soi-même, dans un esprit où les comportements et les pratiques quotidiennes doivent correspondre à la rationalité des marchés.

### **Technologies de quantification : vers quel type d'autonomie?**

Dans cette section, nous nous concentrerons d'abord sur le principe de responsabilisation propre aux technologies de quantification des habitudes et du corps à travers le concept d'*empowerment* que nous recadrons historiquement. Nous procédons ensuite à une analyse critique des technologies de quantification en faisant ressortir leurs caractéristiques proprement cybernétiques. Dans un système cybernétique, l'environnement est entièrement transformé en données exploitables. C'est ce que les technologies

de quantification des habitudes et du corps étudiées prétendent pouvoir faire. Elles peuvent donc s'aventurer à faire des prédictions sur leur objet (le corps). La connaissance du « réel » permet d'augurer l'avenir : « si tous les jours ressemblaient à celui-ci... vous pèseriez 124 LIVRES dans 5 semaines\* » (MyFitnessPal) (Figure 3). Différentes caractéristiques présentes au sein des technologies de quantification étudiées incitent l'utilisateur à les employer. Une certaine forme de simplification des informations permet aux utilisateurs de se situer par rapport à leurs buts quotidiens. Par exemple, une vibration du bracelet Charge HR et de la montre intelligente Moto 360, ou une étoile sur les applications, soulignera une réussite (Figure 4). Cette forme de schématisation des objectifs permettra également de récompenser l'utilisateur pour ses performances. Non seulement est-il récompensé, mais cette réduction de l'information à « l'essentiel » permet à l'utilisateur de connaître rapidement l'état de ses objectifs.

La consultation des différentes applications, montres ou bracelets de quantification, peut être intégrée aux habitudes quotidiennes, puisque les diagrammes offrent un compte-rendu saisissable en un seul coup d'œil. L'objectif n'est alors plus seulement à long terme, mais est découpé en segment pour être représenté en temps réel, afin que l'utilisateur puisse ajuster son comportement pour garder le « bon » cap. Les images des capteurs sont brillantes et faciles à comprendre. Elles rendent attrayant le rapport avec les interfaces graphiques. Ce type de design propre aux technologies mobiles est utilisé pour stimuler la participation de l'utilisateur et, entre autres, augmenter son adéquation à l'intégration de l'activité physique au quotidien (Zuckerman et Gal-Oz, 2014). Plus l'utilisateur utilisera les différentes *mHealth*, plus ces chiffres devraient refléter ses habitudes de vie réelles et plus les prédictions devraient être justes. Ainsi, un médiateur connaisseur, non pas des corps, mais bien du corps individuel, est incarné par les technologies de quantification des habitudes et du corps. Il offre l'accès à une connaissance précise de soi. Il devient alors possible de se suivre dans ses progressions et de s'anticiper précisément.

Au sein des technologies de quantification étudiées, nous remarquons non seulement une accumulation des données aux détails démultipliés, mais également une forte insistance sur la régularité. L'équilibre doit être maintenu sur un laps de temps relativement court, soit jour après jour. Le calendrier d'exercice de Fitbit est particulièrement représentatif de l'importance de la constance, avec ses crochets qui « valident » les journées où les « devoirs » physiques ont été accomplis (Figure 5). D'ailleurs, il est à noter que les défis doivent être recommencés jour après jour, peu importe si on a doublé ou échoué celui de la veille. Le cycle homéostatique, qui émerge du système fermé et est capable de s'autoréguler, est présenté comme précaire et nécessitant une attention permanente et répétitive.

Dans cette perspective, les technologies de quantification des habitudes et du corps agissent comme des traducteurs du corps, comme des technologies permettant d'accéder directement au corps de façon rationnelle et chiffrée. À l'instar des complexes humains tels que les perçoit Forrester (cité dans Breton et Proulx, 1989), le corps et son environnement apparaissent trop complexes pour être déchiffrés par l'individu seul. La machine, par les informations qu'elle fournit, permettra d'agir sur soi efficacement. Si l'*empowerment* tend à être caractérisée par l'autonomie, s'en remettre aux technologies contreviendrait à cet objectif. C'est ce que suggérait également French et Smith (2013, p. 385) dans leur exploration des types d'activité propres à la surveillance de la santé et à l'implication des outils numériques, tels que les technologies de quantification des habitudes et du corps, dans ces pratiques : « *health surveillance may be implicated in processes that control or curtail a person's mobility, autonomy and life chances* » (p. 385). Comme dans la perspective cybernéticienne du système où l'extériorité est résiliée, la technique repose sur un processus d'*empowerment* basé sur une logique d'adaptation plutôt que de remise en question, d'opposition ou de résistance aux structures existantes. La notion d'autonomie présente au sein des technologies de quantification des habitudes et du corps est donc restreinte à l'action sur soi, une action qui serait réduite à l'ajustement perpétuel au milieu.

Cette autonomie correspond à une vision de l'être biopolitique qui adopte une conduite rationnelle : « La conduite rationnelle, c'est toute conduite qui est sensible à des modifications dans les variables du milieu et qui y répond de façon non aléatoire, de façon donc systématique » (Foucault, 2004, p. 274). Dans un contexte où la prise en charge de soi est valorisée dans une optique d'atteinte de la « bonne » santé, les technologies de quantification des habitudes et du corps envisagent le corps et ses états comme pouvant être gérés afin d'adapter stratégiquement ses actions en réaction aux changements de l'environnement. La conduite qui est proposée est rationnelle; elle est basée sur des indicateurs clés qui apparaissent comme objectifs et fondés sur le réel. La conduite suggérée est systématique, dans la mesure où elle respecte un certain ordre prédéterminé et prédictible. Les comportements qui sont induits par ces technologies permettent d'envisager un individu qui s'autodétermine de la « bonne » façon, puisqu'il le fait de façon rationnelle en vue de son propre intérêt. C'est, donc, « du point de vue de la théorie du gouvernement, celui auquel il ne faut pas toucher » (Foucault, 2004, p. 274). On n'aura pas besoin d'y toucher, parce qu'en agissant sur son milieu, il devrait se modifier, ou modifier ses comportements systématiquement. Cette action sur lui-même faite dans son propre intérêt – pour sa santé – devrait, finalement, être bénéfique à l'intérêt de tous. Les technologies de quantification des habitudes et du corps proposent donc une vision du corps et de ses états qui correspond à celle que le sujet biopolitique devrait adopter, une représentation du corps et de la santé comme entreprise à gérer dans une vision économique de la santé et du corps. On s'éloigne alors de la représentation du corps comme simple machine tel que présente la métaphore décrite par Descartes et qui est encore en vigueur aujourd'hui (Le Breton, 1990).

## **Conclusion**

Nous avons argumenté que les idéologies sur lesquelles reposent les technologies de quantification des habitudes et du corps et qui sont promues à travers celles-ci correspondent à une conception de la santé où l'individu doit se prendre en charge lui-même afin de « maximiser » sa santé. Les principes de gouvernementalité nous permettent d'envisager comment le pouvoir peut agir à travers des normes qui ne seront pas imposées, mais « proposées » sous la

forme d'incitation, de renforcement, de contrôle et de surveillance. Nous proposons donc d'aborder les technologies de quantification des habitudes et du corps comme des technologies de pouvoir politique du corps qui produisent et diffusent un certain type de savoir. Cela implique de concevoir les technologies comme étant porteuses d'idéologies qui suggèrent de nouvelles façons d'envisager le corps et la santé. Dans le cas étudié, il semble que la métaphore du corps-machine qui prévaut depuis Descartes (Le Breton, 1990) risque d'être supplantée par la métaphore du corps-entreprise. L'individu ne doit alors plus veiller au « fonctionnement » du corps, mais chercher à l'optimiser dans une logique d'efficacité rationnelle. Le corps est traduit à travers des objectifs formels qui poussent à un rapport actif à soi.

Cette forme de pouvoir est particulièrement importante dans un contexte sociopolitique où domine une pensée néolibérale favorisant la capacité de la population à se considérer comme partie intégrante du marché et à se réfléchir selon une logique d'entrepreneur dans tous les aspects de leur vie. Si les capteurs personnels ne sont pas nécessairement inefficaces ou non pertinents pour les individus qui désirent « mieux » manger et bouger plus, nous remettons en question l'utilisation des capteurs personnels comme solution privilégiée d'*empowerment*, tout en nous interrogeant sur les impératifs qui sont promus à travers eux. Il pourrait alors être intéressant d'étudier les types de conceptions du corps et de la santé que les utilisateurs forment à travers leur utilisation afin de les comparer aux discours promues à travers les technologies de quantification. Cette étape pourrait être particulièrement intéressante dans la mesure où elle pourrait permettre d'envisager un autre type de technologies centré sur le corps qui, peut-être, ne reproduirait pas les impératifs des technologies actuelles et contribuerait à ouvrir les possibilités d'utilisation hors des cadres d'un pouvoir axé sur le contrôle des corps.

## Références

Agence de la santé publique du Canada et Institut canadien d'information sur la santé (2011). *L'obésité au Canada*. Ottawa.

Blanchette, L. (2006). Michel Foucault : genèse du biopouvoir et dispositifs de sécurité. *Lex Electronica*, 11(2), 1-11.

Boyd, D. et Crawford, K. (2012). Critical Questions for Big Data. *Information, Communication & Society*, 15(5), 662-79.

Breton P. et Proulx, S. (1989). *L'explosion de la communication : introduction aux théories et aux pratiques de la communication*. Paris, France : La Découverte.

Brown, W. (2007). Le cauchemar américain : le néoconservatisme, le néolibéralisme et la dé-démocratisation des États-Unis. *Raisons Politiques*, 28(4), 67-89.

Burke, L. E. et al. (2012). Using mhealth Technology to Enhance Self-Monitoring for Weight Loss: A Randomized Trial. *American Journal of Preventive Medicine*, 43(1), 20-6.

Chiarini, G., Ray, P., Akter, S., Masella, C. et Ganz, A. (2013). mHealth Technologies for Chronic Diseases and Elders: A Systematic Review. *Selected Areas in Communications, IEEE Journal on*, 31(9), 6-18.

Chib, A. (2013). The Promise and Peril of Mhealth in Developing Countries. *Mobile Media & Communication*, 1(1), 69-75.

Clarke, A. E., Shim, J. K., Mamo, L., Fosket, J. R. et Fishman, R. (2003). Biomedicalization: Technoscientific Transformations of Health, Illness, and U.S. Biomedicine, 68(2), 161-194.

Cruikshank, B. (1996). *Foucault and Political Reason: Liberalism, Neo-Liberalism and Rationalities of Government*. Chicago, IL : The University of Chicago Press.

Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language. Language in social life series*. New York, NY : Longman Publishing.

Flynn M. A. *et al.* (2006). Reducing Obesity and Related Chronic Disease Risk in Children and Youth: A Synthesis of Evidence with “Best Practice” Recommendations. *Obesity Reviews*, *Février*(1), 7 -66.

Fokkenrood, H. J., Lauret, G.-J., Scheltinga, M. R., Spreeuwenberg, C., de Bie, R. A. et Teijink, J. A. (2012). Multidisciplinary Treatment for Peripheral Arterial Occlusive Disease and the Role of eHealth and mHealth. *Journal of Multidisciplinary Healthcare*, *5*, 257-263.

Foucault, M. (1977). *Surveiller et punir : naissance de la prison*. Paris, France : Gallimard/Seuil.

Foucault, M. (2004). *Naissance de la biopolitique, Cours au Collège de France. 1978-1979*. Paris, France : Gallimard/Seuil.

Foucault, M. (2009). *Sécurité, territoire, population. Cours au Collège de France, 1977-1978*. Paris, France : Gallimard/Seuil.

Foucault, M. (2014) *Subjectivité et vérité : cours au Collège de France (1980-1981)*. Paris, France : Gallimard/Seuil.

French, M. et Smith, G. (2013). “Health” Surveillance: New Modes of Monitoring Bodies, Populations, and Politics. *Critical Public Health*, *23*(4), 383-392.

Gasser, R., Brodbeck, D., Degen, M. et Luthiger, J. (2006). Persuasiveness of a Mobile Lifestyle Coaching Application Using Social Facilitation. Dans W. IJsselsteijn, Y. de Kort, C. Midden, B. Eggen et E. van den Hoven (dir.), *Persuasive Technology* (p. 1-12), Berlin, Allemagne : Springer

Gurman, T. A., Rubin, S. E. et Roess, A. A. (2012). Effectiveness of mHealth Behavior Change Communication Interventions in Developing Countries: A

Systematic Review of the Literature. *Journal of Health Communication*, 17(1) 82-110.

Hache, E. (2007). La responsabilité, une technique de gouvernementalité néolibérale?. *Raisons Politiques*, 28(4), 49-65.

Hsieh, C.-K. et al. (2013). Lifestreams Dashboard: An Interactive Visualization Platform for mhealth Data Exploration. *SIGMOBILE Mob. Computing and Communications Review*, 17(3), 33.

Intelligence, B. (2015). The Wearables Report: Growth Trends, Consumer Attitudes, and Why Smartwatches Will Dominate. Récupéré de <http://www.businessinsider.com/the-wearable-computing-market-report-2014-10?op=1>

Jennings, L. et Gagliardi, L. (2013). Influence of mHealth Interventions on Gender Relations in Developing Countries: A Systematic Literature Review. *International Journal for Equity in Health*, 12(1). Récupéré à <http://www.equityhealthj.com/content/12/1/85>

Jessop, B. (2002). Liberalism, Neoliberalism, and Urban Governance: A State-Theoretical Perspective. *Antipode*, 34(3), 452-472.

Kim, H. (2013). Functional Foods and the Biomedicalisation of Everyday Life: A Case of Germinated Brown Rice. *Sociology of Health & Illness*, 35(6), 842-857.

Kress, G. R. et Van Leeuwen, T. (1996). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Londres, Royaume-Uni/New York, NY : Psychology Press.

Lafontaine, C. (2004). *L'empire cybernétique : des machines à penser à la pensée de la machine*. Paris, France : Seuil.

Labonte, R. (1994) Health Promotion and Empowerment: Reflections on Professional Practice. *Health Education & Behavior*, 21(2), 253-268.

Le Breton, D. (1990). *Anthropologie du corps et modernité*. Paris, France : Presses universitaires de France.

Levin, D. (2012). MHealth: Promise and Pitfalls. *Frontiers of Health Services Management, 29*(2), 33.

Lupton, D. (1995). *The Imperative of Health. Public Health and the Regulated Body*. Londres, Royaume-Uni/New Delhi, Inde : Sage Publications.

Lupton, D. (2012). M-Health and Health Promotion: The Digital Cyborg and Surveillance Society. *Social Theory & Health, 10*, 229-244.

Lupton, D. (2013a). Quantifying the Body: Monitoring and Measuring Health in the Age of mhealth Technologies. *Critical Public Health*, (November), 1-11.

Lupton, D. (2013b). The Commodification of Patient Opinion: The Digital Patient Experience Economy in the Age Of Big Data. *Sociology of Health & Illness, 36*(6), 856-869.

Marden, P. (2003). *The Decline of Politics. Governance, Globalization and the State*. Aldershot, Royaume-Uni : Ashgate.

Mattila, E. (1951). Cybernetics and Social Science. *London School of Economics, 2*(2), 135-149.

Mechael, P. et Searle, S. (2010). Barriers and Gaps Affecting mHealth in Low and Middle Income Countries. *Policy White Paper*, 1-79.

Mondoux A. (2011). Identité numérique et surveillance. *Les Cahiers du numérique, 7*(1), 49-59.

Moreau, N. et Vinit, F. (2007). Empreintes de corps : éléments de repères dans histoire de la médicalisation. *Nouvelles Pratiques Sociales, 19*, 34-45.

Nafus, D. et Sherman, J. (2014). This One Does Not Go Up to 11: The Quantified Self Movement as an Alternative Big Data Practice. *International Journal of Communication*, 8, 1784-1794.

Ni Mhurchu, C., Whittaker, R., McRobbie, H., Ball, K., Crawford, D., Michie, J. et Myers, K. (2014). Feasibility, Acceptability, and Potential Effectiveness of a Mobile Health (mhealth) Weight Management Programme for New Zealand Adults. *BMC Obesity*, 1(1). Récupéré à <http://www.biomedcentral.com/2052-9538/1/10>

Nilsen, W. et al. (2012). Advancing the Science of mHealth. *Journal of Health Communication*, 17(5), 5-10.

Organisation mondiale de la Santé (2000). *Prévention et prise en charge de l'épidémie mondiale*. Série de Rapports techniques, n° 894. Récupéré à [http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/42734/1/WHO\\_TRS\\_894\\_fre.pdf](http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/42734/1/WHO_TRS_894_fre.pdf)

Ouellet, M., Mondoux, A., Ménard, M., Bonenfant, M. et Richert, F. (2013). « Big Data », gouvernance et surveillance. Rapport de recherche, Montréal. Récupéré à [http://www.cricis.uqam.ca/IMG/pdf/Big\\_Data-GRICIS\\_final.pdf](http://www.cricis.uqam.ca/IMG/pdf/Big_Data-GRICIS_final.pdf)

Parazelli, M. (2007). L'empowerment. *Nouvelles Pratiques Sociales*, 19(2), 1-12.

Pharabod, A.-S., Nikolski, V. et Granjon, F. (2013). La mise en chiffres de soi. *Réseaux*, 177(1), 97-129.

Pierce, N. (2011). Keeping Up with a Fast-Moving Target: mHealth. *Frontiers of Health Services Management*, 29(2), 28-32.

Piette, J. D., Lun, K. C., Moura Jr, L. A., Fraser, H. S. F., Mechael, P. N., Powell, J. et Khoja, S. R. (2012). Impacts of e-Health on the Outcomes of Care in Low- and Middle-Income Countries: Where do We go from Here?. *World Health Organization. Bulletin of the World Health Organization*, 90(5), 365-372.

Purpura, S., Schwanda, V., Williams, K., Stubler, W. et Sengers, P. (2011). Fit4Life: The Design of a Persuasive Technology Promoting Healthy Behavior

and Ideal Weight. Dans *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (p. 423-432), New York, NY : ACM.

Rouvroy, A. et Berns, T. (2013). Le nouveau pouvoir statistique. *Multitudes*, 40(1), 88-103.

Schorb, F. (2013). Fat Politics in Europe: Theorizing on the Premises and Outcomes of European Anti-“Obesity-Epidemic” Policies. *Fat Studies*, 2(1), 3-16.

Schweitzer, J. et Synowiec, C. (2012). The Economics of eHealth and mHealth. *Journal of Health Communication*, 17, 73. Récupéré de <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/22548602>

Statista. (2015). Wearable Device Market Value 2010-2018. Forecast. Récupéré de <http://www.statista.com/statistics/259372/wearable-device-market-value/>

Stiegler, B. (1994). La technique et le temps 1. La faute à épiméthée. Paris, France : Galilée.

Swan, M. (2012). Health 2050: The Realization of Personalized Medicine through Crowdsourcing, the Quantified Self, and the Participatory Biocitizen. *Journal of Personalized Medicine*, 2(4), 93-118.

Swan, M. (2012). Sensor Mania! The Internet of Things, Wearable Computing, Objective Metrics, and the Quantified Self 2.0. *Journal of Sensor and Actuator Networks*, 1(3), 217-253.

Tedtalk. (2010, juin). *Garry Wolfe : le moi quantifié* [vidéo webdiffusée]. Récupéré de [http://www.ted.com/talks/gary\\_wolf\\_the\\_quantified\\_self?language=fr](http://www.ted.com/talks/gary_wolf_the_quantified_self?language=fr)

Tomlinson, M., Rotheram-Borus, M. J., Swartz, L. et Tsai, A. C. (2013). Scaling Up mHealth: Where Is the Evidence?. *PLoS Medicine*, 10(2).

Tremblay, M., Laboratoire d'étude sur les politiques publiques et la mondialisation (2011, janvier). *L'obésité préoccupation mondiale de santé public*. (Analyse des impacts de la mondialisation sur la santé – Rapport n° 008). Québec, Québec : Université de l'administration publique.

Turner-McGrievy, G. M., Beets, M. W., Moore, J. B., Kaczynski, A. T., Barr-Anderson, D. J. et Tate, D. F. (2013). Comparison of Traditional Versus Mobile App Self-Monitoring of Physical Activity and Dietary Intake Among Overweight Adults Participating in an Mhealth Weight Loss Program. *Journal of the American Medical Informatics Association*, 20(3), 513-8.

Van Caillie, D. (2013). Les FAQs du tableau de bord. Mythes et réalités du tableau de bord à l'ère de la mondialisation. Récupéré de <http://orbi.ulg.ac.be/handle/2268/147048>

Van Leeuwen, T. (1996). *Introduction to Social Semiotics*. New York, NY : Routledge.

Wallerstein, N. (1992). Powerlessness, empowerment, and health: implications for health promotion programs. *American Journal of Health Promotion*, 6(3), 197-205.

Woodall, J. R., Warwick-booth, L. et Cross, R. (2012). Has Empowerment Lost its Power?. *Health Education Research*, 27(4), 742-745.

Zuckerman, O. et Gal-Oz, A. (2014). Deconstructing Gamification: Evaluating the Effectiveness of Continuous Measurement, Virtual Rewards, and Social Comparison for Promoting Physical Activity. *Personal and Ubiquitous Computing*, 18(7), 1705-1719. Récupéré de <http://link.springer.com/10.1007/s00779-014-0783-2>

## Annexe

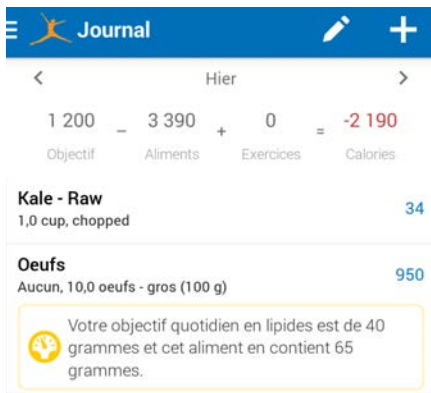


Figure 1: Objectifs caloriques et avertissement (Capture d'écran de l'application myfitnesspal)



Figure 2: Objectifs et avertissement (Capture d'écran de l'application Fitbit)



Figure 3: Prédiction (Capture d'écran de l'application myfitnesspal)



Figure 4: Tableau et étoiles (Capture d'écran de l'application Fitbit)



Figure 5: Calendrier des exercices (Capture d'écran de l'application Fitbit)

**SUPPORT, STRUCTURE FORMELLE ET DIÉGÈSE : TYPOLOGIE DES STYLES  
DE JEU PRÉCONISÉS PAR LES MEMBRES DE LA COMMUNAUTÉ GORÉENNE  
DE SECOND LIFE**

Christophe Duret  
Université de Sherbrooke

**Résumé :** *Cet article porte sur les styles de jeu privilégiés par les joueurs dans les JRPEV (jeux de rôle participatifs en environnement virtuel) goréens organisés dans Second Life : le lifestyle, le pew pew fighting, le meter-rp et le para-rp. Ces jeux constituent une transfictionnalisation des romans de science-fiction Les Chroniques de Gor, de John Norman. Un modèle de classement de ces styles qui se présente comme un continuum liant entre eux les pôles du support du jeu et de la diégèse est proposé. La structure formelle du jeu (ses règles, ses paramètres et ses dispositifs) agit à titre de médiation entre les deux.*

**Mots-clés :** *environnements virtuels multi-usagers (MUVE) ; jeux de rôle ; jeux de rôle participatifs en environnement virtuel (JRPEV).*

**Abstract:** *This article focuses on preferred styles of gaming by players in Gorean PRPG-VEs (participatory role-playing games in virtual environment) organized in Second Life: the lifestyle, the pew pew fighting, the meter-rp and the para-rp. These games are a transfictionalization of science fiction novels The Chronicles of Gor, by John Norman. A classification model of these styles is proposed, which is a continuum linking together the poles of the game support and the diegesis. The formal structure of the game (its rules and devices) acts as mediator between the two poles.*

**Keywords:** *multi-users virtual environments (MUVEs) ; role-playing games ; participatory role-playing games in virtual environment (PRPG-VEs).*

## Introduction

Plusieurs modèles ont été élaborés afin d'organiser les styles et les préférences des joueurs en matière de jeux de rôle sur table; on pense notamment à la typologie de Glenn F. Blacow (1980), à la quadripartition de Jeffrey A. Johnson (1981), au modèle à trois volets de John H. Kim (1998) ou au « *Big Model* » et aux agendas créatifs de Ron Edwards (2001). Plus récemment, l'attention s'est portée sur les jeux de rôle en ligne (Carr, Burn, Schott et Buckingham, 2003; Copier, 2007; Mortensen, 2007; Squire et Steinkuehler, 2006; Yee, 2006). Suivant la typologie du jeu de Roger Caillois (1967), il est possible de déceler, en particulier lorsqu'il s'agit des jeux de rôle en ligne, une tendance à dichotomiser l'expérience ludique entre **agôn**\*<sup>1</sup> (la compétition) d'une part et **mimicry**\* (le faire-semblant) d'autre part. Cette dichotomie est étayée par la double origine des jeux de rôle (Fine, 1983; Flood, 2006) : le théâtre improvisé d'un côté, le jeu de simulation militaire de l'autre. Or cette dichotomie occulte certaines pratiques ludiques ou peine à les organiser en un modèle plus englobant, en particulier lorsque ces pratiques ne se définissent pas franchement comme du jeu, comme la mise en **récit a posteriori**\*, le développement d'une sociabilité entre les joueurs ou l'exploration d'environnements virtuels, à l'instar de l'**explorer**\* de Bartle (1996). Nous proposerons donc, à partir de recherches menées sur les jeux de rôle participatifs en environnement virtuel (JRPEV), un modèle qui organise ces pratiques sur un continuum, liant entre eux les pôles du support du jeu et de sa **diégèse**\*, la **structure formelle du jeu**\* (ses règles, ses paramètres et ses dispositifs techniques) agissant à titre de médiation entre l'un et l'autre.

Dans la première section du présent article, nous décrirons les jeux goréens, qui constituent notre étude de cas, puis, dans la deuxième section, nous reviendrons sur la double origine des jeux de rôle en leur en ajoutant une troisième : l'art de la construction de mondes maximaux (Jenkins, 2006; Peyron, 2008). Dans la troisième section, nous décrirons plusieurs des modèles qui ont ponctué les *Game Studies* entre les années 1980 et la décennie 2000. Dans la quatrième section, nous proposerons notre propre modèle permettant de classer les principaux styles de jeu de rôle en les articulant à la structure formelle et à la

---

<sup>1</sup> Les mots en caractère gras et suivis d'un astérisque renvoient au glossaire situé à la fin de l'article.

diégèse. Enfin, dans la cinquième section, nous classerons les styles de JRPEV goréens afin d'illustrer la pertinence de notre modèle.

### 1. Description des JRPEV goréens et méthodologie utilisée

Les JRPEV se déroulent dans des **MUVE\*** (*Multi-User Virtual Environments*) au sein desquels les joueurs, suivant une logique participative (Jenkins, 2006), conçoivent les décors, les dispositifs techniques (compteurs de points de vie et d'expérience, **scripts\***, etc.), les règlements et les accessoires nécessaires à son fonctionnement. Les JRPEV goréens constituent une **transfictionnalisation\*** amateur du monde de Gor dépeint dans les trente-trois romans du cycle *Les Chroniques de Gor* (ci-après les « *Chroniques* ») écrits par John Norman entre 1966 et 2013. Ces romans mêlent science-fiction et culture antique et médiévale en suivant les conventions du genre de la **romance planétaire\***.

En tant que transfictionnalisation, les JRPEV goréens prennent plus précisément la forme d'une expansion procédurale, c'est-à-dire du prolongement d'une diégèse dans le cadre d'un jeu en ligne. Ce prolongement passe par un processus de **procéduralisation\*** en vertu duquel les lois et les caractéristiques assurant la cohérence et l'originalité du monde diégétique de l'œuvre originale sont transposées sous la forme de règles, de paramètres et de dispositifs techniques, dans la structure formelle du jeu, conférant à ce monde sa **jouabilité\***. Des interactions ludiques des joueurs encadrées par la structure formelle, il ressort des événements concourant à l'expansion de la diégèse.

La planète Gor, qui sert ici de décor à ces jeux, comme le résume Sixma (2009), est une « planète barbare [...] où les hommes sont des maîtres intrépides et les femmes, soit des maîtresses frigides, soit des esclaves sexuels<sup>2</sup> » (p. 5). Ces romans reposent sur une philosophie néo-darwinienne, la loi de l'ordre naturel, selon laquelle, et pour reprendre les mots de Norman (cité dans Smith, 1996), « le sexe masculin est naturellement dominant et le sexe féminin, réactif à la dominance<sup>3</sup> » (s.p.). Les femmes sont donc, selon la loi de l'ordre naturel,

· Traduction libre de : « *barbaric planet [...] where men are bold masters and women are either frigid mistresses or sexual slaves* » (Sixma, 2009, p. 5).

· Traduction libre de : « *The male sex is naturally dominant, and the female dominance-responsive* » (Norman, cité dans Smith, 1996, s.p.).

biologiquement prédisposées à être soumises aux hommes et elles s'épanouissent dans cette relation de complémentarité des sexes.

Les JRPEV goréens se déploient sur un ensemble de **simulateurs\*** (aussi appelés des **sims\***) liés entre eux par des portails de téléportation. Les sims de *Second Life* n'ont pas pour vocation première de servir de terrains de jeu. Il s'agit d'un ensemble d'espaces simulés et dotés de dispositifs de communication auxquels les usagers accèdent par le biais d'un avatar. Toutefois, certains sims ont été créés par des usagers dans le but d'y organiser des jeux de rôle, leur superposant une structure formelle qui rend possible la jouabilité. Dans le cadre des JRPEV goréens, les administrateurs des sims possèdent un statut différent de celui des simples joueurs puisqu'ils en contrôlent l'accès et édictent les règlements. Les joueurs ont le droit d'entrer dans ces sims que s'ils respectent les règlements, sous peine d'en être bannis. Les administrateurs décident des dispositifs techniques (par exemple le système de gestion des combats) et des accessoires (armes, vêtements, etc.) admis dans les limites de leur sim. Ils sont assistés par des modérateurs dans l'arbitrage des conflits et dans l'application des règlements. Bien que leur statut leur octroie une forme d'autorité sur les sims, les administrateurs et les modérateurs participent également aux jeux de rôle en tant que joueurs.

Cet article constitue pour l'essentiel une proposition théorique<sup>4</sup>; néanmoins, il repose sur une démarche ethnographique menée de juin 2012 à aujourd'hui<sup>5</sup>. Dans un premier temps, nous avons analysé les discours métaludiques produits par les membres de la communauté goréenne de *Second Life*, c'est-à-dire les discours portant indirectement sur l'organisation et la régulation du jeu, de même que sur l'expérience des joueurs. Afin de resituer ces discours dans leur cadre respectif, nous nous sommes inspirés de la tripartition du jeu de rôle en trois niveaux de signification<sup>6</sup> de Gary Alan Fine (1983). Cela nous a permis de reconstituer la dynamique sociale, la structure formelle et la diégèse des JRPEV

---

· Les recherches sur lesquelles s'appuie cet article ont bénéficié d'une aide financière de la part du Conseil de recherches en sciences humaines du Canada (CRSH) et du Fonds québécois de recherche Société et culture (FQRSC).

· Recherches toujours en cours.

· Cadre primaire social, cadre du jeu et cadre de la fantaisie (diégèse) du jeu.

goréens. Pour ce faire, nous avons travaillé à partir d'un corpus de près de 5000 billets répartis en 70 fils de discussions publiés sur *The Gorean Forums* et *Gor-SL*, deux forums de discussion. Nous avons également analysé des blogues de joueurs, des captures d'écran et des captures vidéo de séances de jeu, les règlements de sims, des manuels consacrés à l'utilisation de dispositifs de jeu (tels que le *Gorean Meter*<sup>7</sup>, le *RP-HUD*<sup>8</sup> et le *Nutri Life System*<sup>9</sup>) ainsi que des encyclopédies en ligne<sup>10</sup> et des journaux consacrés aux JRPEV goréens<sup>11</sup>. En vue d'élaborer notre typologie des styles de jeu, nous nous sommes principalement concentrés sur les sections « *Lifestylers* » et « *Role-players* » des forums susmentionnés dans lesquelles les joueurs décrivent et définissent leurs propres pratiques ludiques et dénoncent ou critiquent celles des autres. Nous avons classé ces discours en fonction de la ou des composantes du jeu privilégiées par les joueurs : l'environnement virtuel, la structure formelle et la diégèse du jeu. Nous nous sommes également adonnés à une trentaine de séances d'observation non participante au sein des JRPEV goréens. Ces séances, menées de juin à juillet 2012, de mars à avril 2013, de mars à août 2014 et en avril 2015, nous ont permis de nous assurer que les données colligées lors de l'analyse des discours métaludiques correspondaient aux pratiques de jeu réelles des joueurs.

## 2. La triple origine du jeu de rôle

Selon Fine (1983), les jeux de rôle ont hérité leur structure formelle de leur ancêtre prussien, le *Kriegsspiele* (en français le « jeu de simulation militaire »), avec lequel il partage certaines règles de simulation et des éléments stratégiques. Les jeux de simulation militaire recréent d'importantes guerres historiques<sup>12</sup>. Nés au début du 19<sup>e</sup> siècle, ils consistent en des déplacements de figurines sur des cartes suivant des règles précises simulant des campagnes militaires. Dans les années 1960-1970 apparaissent des jeux de simulation militaire inspirés d'univers issus du genre du médiéval-fantastique (la *fantasy*). Conjoignant les

---

· Disponible à l'adresse suivante : <http://gm.mivabe.nl/standarts.php>.

· Disponible à l'adresse suivante : <http://guardiandelassombras.com/slsimfarm/hud/help-ing.html>.

· Disponible à l'adresse suivante : [http://www.nls2.de/?lang=en\\_us](http://www.nls2.de/?lang=en_us).

· Par exemple, *The Gorean Cave* et *Gorean Online Dictionary*.

· Par exemple, *The Voice of Gor*.

· Pensons aux guerres napoléoniennes (*Napoleon's Battles*), à la guerre de Sécession (*Fire and Fury*) et à la Seconde Guerre mondiale (*Flames of War*, *Spearhead*).

jeux de simulation militaire et les univers de ce type, Gary Gygax et Dave Arneson donnent naissance, en 1974, au premier jeu de rôle sur table, *Donjons & Dragons* (Fine, 1983). Selon Kristine Flood (2006), ce nouveau genre est né d'une volonté d'assouplir les jeux de simulation militaire en rendant possible l'incarnation d'un rôle favorisant une plus grande liberté de création. Le jeu de rôle trouve donc aussi son origine dans le « théâtre de la spontanéité », sorte de théâtre improvisé développé dans les années 1920 par Jacob L. Moreno (Flood, 2006; Montola, 2012). Par la suite, ce dernier l'a intégré à la démarche psychanalytique, ce qui a donné lieu au psychodrame et au sociodrame (Blatner, 2002). La convergence entre une simulation régie par des règles et un jeu d'acteur improvisé a donc donné lieu aux jeux de rôle. Enfin, on peut soulever une troisième et dernière origine du jeu de rôle : l'art de construire des mondes maximaux.

Le monde partagé par les participants d'un jeu de rôle ne naît pas exclusivement de l'improvisation : il leur préexiste en partie. Or, à l'instar du monde de *Donjons & Dragons*, le monde partagé des joueurs entretient des similitudes avec les univers créés dans le cadre de la paralittérature. Laurent Trémel (2002) souligne l'apport évident de la science-fiction (voir, notamment, les jeux *Battlestar Galactica*, *Babylon 5*, *Judge Dredd*, *Serenity*, *Star Wars*, *Star Trek* et *Starship Troopers*), du médiéval-fantastique (*Ambre*, *Chivalry & Sorcery*, *Conan*, *Stormbringer*, *Warhammer*, etc.) et du fantastique (*L'Appel de Cthulhu*, *Buffy the Vampire Slayer*, *In Nomine Satanis – Magna Veritas*, etc.) aux jeux de rôle. Or les œuvres appartenant à de tels genres procèdent, pour un grand nombre du moins, de ce que Jenkins (2006) qualifie, dans le contexte des récits transmédiatiques, « d'art de construire des mondes ». Selon Jenkins, en effet, les artistes créent des mondes qui ne peuvent être complètement explorés ni épuisés dans un seul ouvrage ou par un seul type de média. Le monde déborde largement l'œuvre qui le décrit et le média qui transmet cette œuvre en raison, notamment, des spéculations et des créations des fans. Les jeux de rôle s'inscrivent, tout comme les œuvres et les genres appartenant aux médias traditionnels qui les inspirent, dans cette logique de construction de mondes, s'apparentant à ce que David Peyron (2008) qualifie, à la suite d'Umberto Eco (1986), de « mondes maximaux », c'est-à-dire des mondes décrits de manière détaillée, de sorte qu'ils

apparaissent clos et cohérents et que les lecteurs (joueurs, spectateurs, etc.) soient en mesure de s'y plonger. Soit les jeux de rôle proposent des mondes susceptibles d'être prolongés dans d'autres médias (donc transmédiateurs) – pensons à la trilogie filmique *Donjons & Dragons*, une entreprise de transfictionnalisation du jeu de rôle sur table éponyme –, soit ils prolongent un monde préexistant, comme c'est le cas, nous l'avons vu, avec les JRPEV goréens.

Au regard de ce qui précède, nous avancerons que les jeux de rôle se situent à la confluence du jeu de simulation militaire, du jeu d'acteur improvisé et de la construction de mondes maximaux dans le cadre, principalement (mais pas exclusivement), des genres de la science-fiction, du médiéval-fantastique et du fantastique. Il ressort de cette confluence trois éléments essentiels : l'incarnation d'un rôle, une simulation ou, du moins, la structure formelle responsable de générer cette simulation et un monde maximal qui se présente sous la forme d'une diégèse. Nous nous appuyerons sur la triple origine des jeux de rôle et sur les trois composantes qu'elles mettent en lumière afin d'élaborer, dans la quatrième section, un modèle de classement des styles de jeu de rôle.

### 3. Typologies des styles de jeu de rôle

Plusieurs typologies de styles de jeu de rôle ont été mises de l'avant jusqu'ici. Dans les jeux de rôle sur table, l'une des premières appartient à Blacow (1980). Ce dernier distingue le *power gaming*, le *role-playing*, le *wargaming* et le *storytelling*. Le but du *power gaming* est la victoire : celle-ci passe par l'accumulation de pouvoirs (sorts, armes, etc.). Le *role-playing* met l'accent sur le personnage, sa vie, ses croyances et sa personnalité. Les actions et les paroles du joueur sont attribuables à son personnage. Le monde diégétique se résume à une scène sur laquelle évolue le personnage : les projecteurs sont braqués sur lui. Comme le *power gaming*, le *wargaming* s'intéresse peu à l'incarnation d'un rôle, mais mobilise plutôt les habiletés tactiques des joueurs et leurs connaissances des règles. Il met l'accent sur la structure formelle. Le *storytelling*, enfin, accorde une grande importance au récit, considéré comme un processus continu et en développement auquel les joueurs participent par leur personnage sans occuper le devant de la scène. Selon Johnson (1981), ces types peuvent être répartis sur deux axes : le premier axe oppose les buts personnels et les buts de la partie,

alors que le second oppose la fantaisie pure (terme équivalent à la diégèse) à la simulation. Il en résulte un modèle à quatre volets présenté à la Figure 1 (voir Annexe).

Fine (1983), quant à lui, décrit la façon dont les joueurs, au cours d'une partie, oscillent entre différents niveaux de signification constitutifs du jeu : le niveau social, dans lequel ils évoluent en tant qu'individus; le niveau du jeu, où ils constituent des joueurs; et le niveau de la fantaisie du jeu (diégèse), où ils incarnent des personnages de fiction. En vertu de cette tripartition de l'expérience de jeu, il est possible d'établir des préférences au regard du niveau fréquenté de manière privilégiée par le joueur : le niveau du jeu pour le *power gamer*, le niveau de la fantaisie pour le *role-player* et le niveau social pour ce que Richard Bartle (1996) appelle, dans les **MUD\***, les **socialisers\***.

### 3.1 Des modèles tripartites incomplets

Dans les années 1990, de nouvelles typologies sont apparues afin de décrire les jeux de rôle. Parmi celles-ci se trouve le modèle à trois volets de Mary Kuhner (1997), proposé sur le forum *rec.games.frp.advocacy* et résumé par John H. Kim (1998). Il modélise trois styles de jeu : « *dramatist* », « *gamist* » et « *simulationist* ». Le style *dramatist* valorise le déploiement d'un récit à l'intérieur de la partie à travers les actions des personnages; le style *gamist* se rapporte à la création de défis à relever (combats tactiques, énigmes, etc.); et le style *simulationist* exige que les événements émergeant d'une partie soient résolus à l'aide d'éléments propres à l'univers de jeu (en termes « rôlistes », on refuse le **metagaming\***).

Le modèle à trois volets a été repris et modifié par Edwards (2001), qui s'est intéressé aux raisons motivant les joueurs à s'adonner au jeu de rôle, ce qu'il décrit comme étant des « agendas créatifs ». Edwards reprend les termes de *simulationism* et de *gamism*, mais remplace celui de *dramatism* par *narrativism*. Le *gamism* se concentre sur la compétition (avec le monde du jeu, les autres joueurs ou le maître de jeu) et son adepte emploie ouvertement le *metagaming*. Le *narrativism* se présente comme la création d'un récit à travers l'incarnation d'un rôle; les joueurs sont considérés ici comme des coauteurs. En ce sens, il est similaire au *dramatism*. Toutefois, Edwards précise que l'histoire se développe sur la base d'un thème, soit une déclaration ou une question éthique ou morale

qui guide les joueurs dans leurs décisions tout au long du jeu. Ces thèmes sont motivés par le personnage ou par le monde du jeu. Enfin, le *simulationism* met l'accent sur le fait d'imaginer des événements, des lieux et des personnes fictives. Suivant cet agenda créatif, les joueurs accordent une grande importance à la logique et à la cohérence internes de l'exploration, au développement nuancé du personnage, au décor (c'est-à-dire la diégèse) et à l'ambiance. Les *simulationists* refusent de recourir au *metagaming*.

Le modèle à trois volets et les agendas créatifs ne désignent pas des types de joueurs, mais des styles de jeu. Un jeu peut être propice à plusieurs styles et un joueur ne se restreint pas forcément à un seul style (Edwards, 2001; Kim, 1998). Notons qu'aucun des deux modèles ne propose de continuum clair en vue d'affiner la compréhension de ces styles et de leurs possibles entrecroisements.

### 3.2 L'opposition mimétique/agonistique dans les jeux de rôle en ligne

Fine (1983) propose deux styles de jeu privilégiés dans les jeux de rôle sur table : le mimétique et l'agonistique, rencontrant la *mimicry* et l'*agôn* de la typologie de Caillois (1967). La littérature scientifique consacrée aux jeux de rôle en ligne témoigne, elle aussi, d'une telle opposition et établit une dichotomie entre *power leveling* et *role-playing*.

Dans le cadre d'*Anarchy Online*<sup>13</sup>, Diane Carr, Andrew Burn, Gareth Schott et David Buckingham (2003) distinguent deux catégories de joueurs qui cohabitent dans l'espace du jeu : ceux qui construisent des scénarios de jeu de rôle inventifs pour les jouer collectivement, soit les *role-players*; et ceux qui préfèrent le combat entre joueurs, soit les *power levelers*. Squire et Steinkuehler (2006) relèvent la même polarisation dans *Star Wars Galaxies*. Marinka Copier (2007) distingue, quant à elle, le jeu instrumental, axé sur le développement d'un personnage à l'aide de la structure formelle, et le jeu de rôle, qui a pour objectif le développement du personnage sur le plan dramatique et, simultanément, dans le monde du jeu (la diégèse).

---

<sup>13</sup> Jeu de rôle en ligne massivement multijoueurs de science-fiction créé par *Funcom* en 2001.

Nous avons qualifié ailleurs (Duret, 2014) le *power leveling* d'optimisation agonistique. Ce style se réfère à l'accomplissement, en situation de jeu, d'actions permettant de faire progresser le plus rapidement possible un personnage ou son pointage, au mépris, le plus souvent, de la vraisemblance diégétique que tentent de maintenir les *role-players* (les adeptes d'un jeu mimétique). Par exemple, dans *World of Warcraft*, certains joueurs tuent le même monstre à répétition dans le but de gagner des points d'expérience et d'acquérir des niveaux supplémentaires, sachant qu'il réapparaîtra automatiquement au même endroit à intervalle régulier en raison du code informatique qui le programme.

Le *power leveling* est agonistique pour deux raisons. Premièrement, l'*agôn* est une attitude qui s'inscrit dans le cadre de combats entre joueurs ou entre les joueurs et des adversaires contrôlés par le jeu. Or les combats représentent généralement des moyens efficaces de gagner des points, dans les **jeux de rôle en ligne massivement multijoueurs\*** (MMORPG\*). Deuxièmement, sans que les joueurs aient à se mesurer entre eux, la dimension agonistique peut se situer dans la comparaison de leurs pointages ou de leur niveau d'expérience. Dans le contexte des MMORPG, dans lequel il n'y a pas d'objectif final prédéfini à atteindre, cette forme de compétition peut devenir une fin en soi. Cependant, l'atteinte d'un haut pointage ou d'un haut niveau d'expérience peut passer par d'autres actions que le combat. Squire et Steinkuehler (2006) donnent l'exemple, dans *Star Wars Galaxies*, des « *holo-gamers* » qui tentent d'obtenir le plus rapidement possible le statut prestigieux de Jedi<sup>14</sup> en acquérant un niveau d'expérience donné grâce à l'accomplissement de gestes propres à la profession de leur personnage. Ainsi, ceux qui occupent la profession de danseur pourraient danser seuls dans un lieu public désert sans spectateurs à divertir et dans le seul but de gagner de l'expérience. Les auteurs qualifient ce comportement de « travail mécanique ». En somme, le *power leveling* n'est pas tant une attitude guerrière, comme le laissent entendre Carr *et al.* (2003), qu'une manière pour les joueurs d'exploiter leurs connaissances des mécanismes et des règles du jeu et de les optimiser dans un but compétitif – d'où la conjonction des termes « optimisation » et « agonistique ». L'optimisation agonistique subsume donc le *power gaming* et le *wargaming* de Blacow (1980), de même que le *gamism* du

---

\* Dans l'univers de *Star Wars*, un Jedi est un chevalier membre de l'ordre éponyme.

modèle à trois volets et du *Big Model*. Il s'agit d'un style privilégiant les interactions avec la structure formelle du jeu.

Selon Torill E. Mortensen (2006), le *role-playing*, dans le cadre des MMORPG, « signifie que vous pouvez vous attendre des autres joueurs qu'ils agissent comme si leur personnage était réel dans cet univers [l'univers du jeu] »<sup>15</sup> (p. 405) et implique une forme de suspension de l'incrédulité (selon la formule de Samuel Coleridge [1997]), c'est-à-dire le fait d'accepter temporairement comme réel un monde fictionnel. Ce style exige une nette distinction entre les modes *IC* (*In Character*, soit agir et parler par son personnage) et *OOC* (*Out of Character*, soit être hors de son personnage, ne pas incarner de rôle), c'est-à-dire entre le monde du jeu (ce que nous qualifions de « diégèse ») et le monde « réel » du joueur (Mortensen, 2007), de sorte que le second ne fasse pas intrusion dans le premier. Faire référence à un cellulaire ou à une automobile, dans un monde médiéval, relève d'un anachronisme et d'une indistinction entre le monde du jeu et la réalité du joueur. Un joueur est dans son personnage lorsque les actions qu'il pose et les répliques qu'il énonce sont attribuables à son personnage et non au joueur lui-même. À l'inverse, il se situe hors de son personnage lorsqu'il parle en son nom propre (Carr *et al.*, 2003). Par exemple, si un joueur interrompt le jeu en écrivant « je reviens dans deux minutes, quelqu'un sonne à la porte », il s'exprime en tant que personnage et son monde fait irruption dans le monde du jeu. Le cloisonnement du monde du jeu et du monde « réel » du joueur implique le refus de recourir au *metagaming*.

Squire et Steinkuehler (2006) affirment, pour leur part, que les *role-players*, contrairement aux *power levelers*, ont à cœur de maintenir l'intégrité du monde du jeu (la diégèse). Pour ce faire, ils tentent de maquiller au mieux les intrusions issues de la « réalité mécanique » du jeu et du monde « réel ». Par exemple, les délais de latence du jeu (*lag*) sont qualifiés, en termes diégétiques, de « brouillard » : le problème technique issu de la réalité mécanique du jeu est maquillé en phénomène météorologique.

---

<sup>15</sup> Traduction libre de : « *RP means that you can expect the other players to act as if their characters are real to this universe.* » (Mortensen, 2006, p. 405.)

Ces caractéristiques témoignent que le *role-playing* n'implique pas uniquement la volonté d'incarner un rôle en se plaçant sous les feux de la rampe, contrairement à ce qu'avance Blacow (1980), mais il s'agit également d'interagir avec d'autres personnages et un univers diégétique cohérent situé à l'abri du monde des joueurs. Ainsi, le *role-playing* s'apparente au *simulationism* du modèle à trois volets et du *Big Model*. Le rapport à l'univers diégétique est d'autant plus important que, comme le signalent Carr *et al.* (2003), les *role-players* tendent à doter leur personnage d'une biographie personnelle<sup>16</sup> qui précède son entrée dans le jeu de rôle et l'intègre à la diégèse.

### 3.3 L'opposition structure formelle/diégèse

Selon Kim (2008), les modèles tripartites visent à dépasser ceux qui opposent, sur un axe unique, le jeu de simulation militaire au récit et à l'incarnation d'un rôle. Pourtant, ces modèles tripartites peuvent eux aussi être représentés sous la forme d'un axe qui oppose un rapport privilégié du joueur avec la structure formelle du jeu (*gamism*) à un rapport avec ses composantes fictionnelles (*simulationism* et *dramatism/narrativism*).

Le *gamist* interagit de préférence avec la structure formelle du jeu, puisque c'est en la connaissant intimement que le joueur optimise ses actions en vue de maximiser ses gains (acquérir plus de points d'expérience, de compétences, d'accessoires, d'or, etc.) et, corrélativement, en vue de relever des défis toujours plus stimulants. Cette connaissance lui permet également d'améliorer ses habiletés tactiques.

Le *dramatist/narrativist* et le *simulationist* interagissent de manière privilégiée avec la diégèse procéduralisée du jeu. C'est en incarnant un personnage dans une diégèse (suivant le style *dramatist/narrativist*) que sont générés des événements susceptibles d'être organisés, après coup, sous la forme de récits. Le *simulationist* incarne lui aussi un personnage plongé dans une diégèse. Il met l'accent sur cet univers, ses personnages, son ambiance, sa logique et sa cohérence interne, mais, contrairement au *dramatist/narrativist*, il vit les événements diégétiques qui lui sont proposés sans tenter de les organiser sous la

---

<sup>16</sup> Plus communément appelé « *backstory* » par les joueurs.

forme d'un récit. Le récit, nous dit Paul Ricoeur (1983), est à voir comme une totalité porteuse de l'idée de clôture, au sein de laquelle les différents éléments sont liés par leur contribution au développement de l'intrigue. Ainsi, les liens de causalité qui unissent les événements diégétiques générés en situation de jeu relèvent de **règles endogènes\*** (les règles et les paramètres qui régissent et quantifient les actions des personnages, par exemple) et **diégétiques\*** (les lois et les traditions qui ont cours dans l'univers diégétique du jeu, notamment) qui donnent forme et cohérence à la diégèse, la procéduralisent. Chez le *dramatist/narrativist*, les liens de causalité relèvent d'un thème, d'une prémisse ou d'un scénario dont les grandes lignes sont établies avant une partie. Les principes d'organisation des événements diégétiques ne relèvent pas de lois internes, propres à la diégèse, mais de prescriptions externes. Thème, prémisse et scénario constituent tous trois des règles endogènes, relevant de la structure formelle. En effet, ils procéduralisent le jeu et, plus spécifiquement, sa diégèse, en préconditionnant les actions des joueurs et les événements diégétiques qui adviendront au cours d'une partie.

L'axe du réalisme, chez Johnson (1981), met lui aussi en lumière, sans les nommer, les deux dimensions fondamentales du jeu de rôle que sont la diégèse et la structure formelle. La fantaisie pure correspond à la diégèse, dans la mesure où elle représente le niveau fictionnel du jeu. Et si la simulation ne recoupe pas la structure formelle, c'est la seconde qui, néanmoins, génère la première. Les *wargamers* interagissent préférablement avec la structure formelle du jeu. C'est elle qui régit et quantifie le pouvoir que les *power gamers* accumulent, alors que les *role-players* et les *storytellers* s'intéressent avant tout à la diégèse, cet univers ponctué d'événements (diégétiques) constituant la matière de tout récit.

L'opposition entre la structure formelle et la diégèse est encore plus claire dans les jeux de rôle en ligne, alors que le mimétisme est opposé à l'optimisation agonistique.

En bref, les modèles que nous venons de présenter, qu'ils soient bipartites, tripartites ou quadripartites, trahissent une opposition entre la diégèse et la structure formelle et ne sont pas en mesure de tenir compte de styles de jeu

existant hors de leur espace respectif, à l'instar de ceux du *socialiser* et de l'*explorer*. Diégèse et structure formelle se chevauchent et coexistent pourtant en partie dans un espace partagé (comme nous le verrons dans la prochaine section), sans que ledit espace soit en mesure de subsumer l'intégralité des styles de jeu ou, pour le moins, les styles les plus souvent mentionnés dans la littérature scientifique des *Game Studies*.

Dans les jeux de rôle, la structure formelle assume, par voie de procéduralisation, la jouabilité de la diégèse. Plutôt que de parler d'opposition entre diégèse et structure formelle, il serait plus productif d'examiner comment elles s'articulent l'une et l'autre. Cela dit, avant de proposer un modèle qui rend compte de cette articulation, il convient d'examiner la dimension sociale des jeux sans laquelle certains styles tendent à nous échapper.

#### **4. Penser l'articulation de la structure formelle et de la diégèse**

À l'exception de la tripartition de Fine (1983), aucun autre modèle présenté jusqu'ici ne rend compte de la dimension sociale des jeux de rôle. Par dimension sociale, nous entendons le fait qu'un joueur est présent dans le jeu sans interagir ni avec sa structure formelle ni avec sa diégèse. Pourtant, lors de l'élaboration du modèle à trois volets, certains membres de la communauté *rec.games.frp.advocacy* ont suggéré l'ajout d'un style de jeu de type « social », mais, faute de consensus, il n'a pas été retenu. Pour certains, il ne pouvait être discuté dans les mêmes termes que les trois autres (Kim, 2008). Or nous verrons que ce style peut être compris non seulement dans les mêmes termes et en un même modèle, mais aussi qu'il s'avère nécessaire pour intégrer un ensemble de pratiques présentes dans les JRPEV goréens, telles que celles des *lifestylers*<sup>17</sup>, par exemple.

Le modèle que nous proposons oppose sur un même continuum la diégèse du jeu à son support et non à sa structure formelle. Celle-ci figure entre les deux pôles et agit à titre de médiation. Qu'entendons-nous par « support »? Le support, c'est la forêt, les palissades et les pavillons médiévaux des adeptes de jeu de rôle grandeur nature; le lieu de l'assemblée (une cuisine, un salon, etc.), les cartes et

---

<sup>17</sup> Voir la section 5.2 pour une définition.

les figurines des jeux de rôle sur table; l'environnement virtuel dans les jeux de rôle numériques. Sans la médiation de la structure formelle, ces supports sont des lieux propices aux interactions sociales, mais aucun jeu ne s'y déroule et aucune fiction ne vient s'y ancrer. Nous y trouvons des individus, mais aucun joueur ni personnage fictif. Sans la médiation de la structure formelle, la diégèse se résume à une fiction créée pour un spectateur ou un lecteur. En aucun cas la diégèse n'est jouable et les relations entre ses composantes ne sont ni quantifiées ni modélisées. Sans la structure formelle, la diégèse ne connaît aucune possibilité d'expansion autrement que par un processus de création tel que l'écriture de récits de fiction ou la direction cinématographique, par exemple. En d'autres termes, la structure formelle procéduralise le support du jeu. Hors de cette procéduralisation, le support se résume en un espace de sociabilité. Une fois procéduralisé, il accueille des interactions ludiques. La structure formelle procéduralise également une part de la diégèse du jeu, lui conférant sa jouabilité. La part non procéduralisée de la diégèse relève alors d'une fiction non jouable. La figure 2 illustre plus clairement l'axe que nous proposons. Un second axe permet d'illustrer où se situent l'individu, le joueur et le personnage par rapport au support, à la structure formelle et à la diégèse.

Entre les deux pôles de l'axe « Support/Diégèse », le support est enrichi de règlements, de procédures et de dispositifs techniques. Il devient progressivement un espace de jeu (section gauche de la portion hachurée de l'axe) à mesure que l'on se dirige vers la droite de l'axe, puis une diégèse procéduralisée (section droite de la portion hachurée de l'axe). Hors de la zone de médiation (la portion hachurée de l'axe) de la structure formelle (le demi-ovale), toujours en progressant vers la droite, nous entrons dans la portion non procéduralisée de la diégèse des JRPEV goréens. Cette portion appartient à la diégèse plus englobante de Gor (qui inclut celle des romans, des JRPEV, etc.). Elle est située à l'extérieur du support. Sur l'axe « Individu/Personnage », l'individu occupe la portion gauche située hors de la zone de médiation de la structure formelle. Par individu, nous entendons une personne présente dans le support du jeu, mais située hors de la zone de médiation de la structure formelle et hors de la diégèse. Le joueur occupe la portion centrale. Celle-ci débute dans la zone de médiation et partage

une part de l'axe « Support/Diégèse » avec le personnage selon le degré d'engagement du joueur dans son rôle.

Dans le cadre des JRPEV goréens, les sims constituent le support du jeu. Les usagers de *Second Life* y interagissent entre eux par le biais de leur avatar et de dispositifs de communication (les canaux dédiés au clavardage, ou *chat*, et la messagerie instantanée<sup>18</sup>). Ces usagers deviennent des joueurs lorsque leur avatar entre dans la zone de médiation de la structure formelle, c'est-à-dire lorsqu'ils interagissent avec les dispositifs du jeu, ses règles informatiquement implémentées et les règlements des sims. À mesure qu'ils se rapprochent du pôle de la diégèse, ils deviennent moins joueurs et davantage Goréens, puisqu'ils interagissent avec la structure formelle du jeu tout en interprétant leurs interactions en termes diégétiques et en suivant la logique de l'univers goréen au sein duquel ils évoluent. À la droite de l'axe et hors de la zone procéduralisée de la diégèse, il n'existe plus ni avatar ni joueur, mais uniquement un personnage existant dans une fiction située hors des limites du jeu. Les faits et les gestes de ce personnage concourent à la diégèse de Gor (celle des romans, des JRPEV, etc.), mais pas à la diégèse des JRPEV goréens à strictement parler. Par exemple, il est envisageable qu'un joueur fasse vivre à son personnage des aventures inédites sur d'autres supports que les JRPEV goréens, dans des films d'animation, des nouvelles ou des romans.

En résumé, le modèle que nous venons de proposer oppose sur un même continuum la diégèse du jeu au support – la structure formelle intervenant comme médiation entre la première et la seconde – et l'utilisateur au personnage. Ce faisant, il rend compte d'un ensemble de styles de jeu pratiqués à la fois dans et hors des limites du support du jeu, dans et hors d'un rôle et relevant tour à tour de la sociabilité, du ludique et du diégétique. Voyons maintenant comment se classent les styles de jeu propres à la communauté goréenne.

## 5. Les styles de jeu dans les JRPEV goréens

---

<sup>18</sup> Dans *Second Life*, les canaux dédiés au clavardage constituent des espaces publics de discussion, alors que la messagerie instantanée sert aux communications privées.

Dans les JRPEV goréens, plusieurs styles de jeu coexistent : le *role-playing*, le *lifestyle* et le *pew pew fighting*. Après les avoir présenté, nous verrons comment ils se classent dans notre modèle.

### 5.1 Le *role-playing*

Le *role-playing* rend compte de l'incarnation d'un personnage et de son insertion cohérente dans la diégèse du jeu. Le *role-player* distingue nettement les modes *IC* et *OOC*, n'utilisant le mode *OOC* qu'au moyen de la messagerie instantanée de *Second Life* et réservant aux canaux dédiés au clavardage les répliques de leur personnage de même que la description verbale de leurs actions et des situations dans lesquelles ils sont impliqués. Le *role-playing* ne constitue pas un style uniforme; les joueurs emploient une terminologie variée pour décrire l'ensemble des pratiques regroupées sous cette étiquette : *one-line rp*, *semi-rp*, *para-rp*, *multi-rp*, *novella-rp*, etc. (Gor in *Second Life*, 2012; KPOP RP'ing, 2013; Lunacaleeng, 2012; The Gorean Forums, 2014). Toutefois, ces distinctions se mesurent au volume de descriptions verbales et de répliques émises par les joueurs, variables d'un joueur à l'autre. Plus significative, au regard du modèle que nous avons présenté, est la distinction entre le *meter-rp* et le *para-rp* (Community *Second Life*, 2011).

Le *meter-rp* désigne une forme de *role-playing* médiatisée à l'aide de dispositifs techniques. L'action y occupe une place importante : elle est performée plutôt que décrite. Sous cette forme, le *role-playing* se rapproche de l'optimisation agonistique. Toutefois, contrairement à ce qu'il serait amené à faire s'il devait adopter le style de l'optimisation agonistique, l'adepte de *meter-rp* incarne un personnage et accorde une place non négligeable au dialogue. Le *meter-rp* est rendu possible grâce à un ensemble de dispositifs. Le *Gorean Meter* prend en charge la gestion des combats et de la capture : force de frappe des armes, blessures enregistrées, ligotage, etc. Les scripts définissent la gamme des actions possibles d'un avatar : relations sexuelles, poses de soumission de l'esclave, salutations, etc. Le *Nutri Life System* rend le jeu plus réaliste en exigeant de l'avatar qu'il se nourrisse, ce qu'il fait en cueillant des plantes, en chassant des animaux sauvages ou en s'adonnant à l'agriculture et à l'élevage. Le *G&S*, enfin, est un système permettant à l'avatar de fabriquer des artefacts (armes,

concoctions médicinales, vin, outils, etc.) à partir de matériaux bruts et de poser des actions telles que pêcher, installer une tente, escalader à l'aide d'une corde, etc. Le G&S gère également le combat et simule un système de devises afin de favoriser le commerce. Ces dispositifs (et, plus globalement, la structure formelle) se surajoutent aux sims de façon à élargir la gamme des actions des joueurs, de même que les interactions avec les autres joueurs et le monde de Gor. En d'autres termes, ils œuvrent à la simulation du monde de Gor. De cette simulation, il ressort un univers diégétique plus réaliste.

Notons que les dispositifs susmentionnés créent également un terrain de jeu pour les optimisateurs agonistiques, qui focaliseront sur le combat et la capture, mais aussi, et pour certains d'entre eux, sur l'accumulation de devises ou la production en série d'artefacts. La différence entre les deux styles de jeu tient alors de l'usage que les joueurs font des dispositifs. Si les actions qu'ils rendent possibles constituent une fin en soi, nous sommes en présence d'un style optimisateur agonistique. Si, à l'inverse, les dispositifs servent de prétexte ou d'appuis pour générer des événements diégétiques, suivant la logique du *propping\**, dans le théâtre d'improvisation, nous sommes dans une logique de *role-playing*.

Certains règlements édictés dans les sims étiquetés *role-play* formalisent cette distinction entre les deux styles de jeu. Par exemple, les règlements du sim *The Great Tahiri* favorisent les interactions verbales entre les personnages et un apport substantiel à la diégèse. Chaque action posée par un personnage doit être justifiée dans le cadre d'une intrigue et doit s'accompagner d'un nombre minimal de lignes de texte : ligoter quelqu'un nécessite préalablement un minimum de trois lignes de texte énoncées en mode *IC* (règlement 6.d), tuer un autre personnage, cinq lignes de texte (règlement 8.b) et, pour éviter que le jeu ne vire à la tuerie perpétuelle, un joueur doit attendre 24 heures avant de pouvoir réutiliser un personnage qui a été tué en situation de jeu (règlement 8.c).

Les adeptes de *para-rp*, pour leur part, décrivent l'environnement du jeu, son ambiance, la situation dans laquelle leur personnage se situe, ses pensées et ses actions à l'aide de l'écriture. Pour ce faire, le *para-rp* emploie une forme de narration à la troisième personne, en suivant la perspective du personnage du

joueur. Les amateurs de *para-rp* s'engagent dans la création d'un récit collectif, alors que les adeptes d'un jeu de rôle axé sur l'action (*meter-rp*) génèrent des événements diégétiques sans les narrer.

À première vue, le *para-rp* se situe hors de la zone de médiation de la structure formelle. Pourtant, il implique un ensemble de procédures qui se présente comme un dispositif de narration. Par exemple, le joueur emploie un point de vue narratif interne, énoncé à la troisième personne (Genette, 1972). En tant que narrateur, il s'appuie donc sur la perspective de son personnage et connaît la nature de ses pensées et de ses sentiments. Les *emotes*, c'est-à-dire les lignes de texte servant à décrire les actions du personnage, doivent débiter par « /me » et sont encadrés par des astérisques. Enfin, les dialogues énoncés par les personnages sont placés entre guillemets (The Gorean Forums, 2014).

### 5.2 *Le lifestyle*

Les *lifestylers* considèrent leur avatar comme une représentation numérique d'eux-mêmes et les JRPEV goraéens leur apparaissent comme un moyen d'exprimer leur identité sexuelle et leur opinion personnelle sur les relations hommes/femmes, reposant toutes deux sur la loi de l'ordre naturel et les relations de domination/soumission qui sous-tendent les *Chroniques* (Sixma, 2009). Le *lifestyle* n'est donc pas, à proprement parler, un style de jeu. Aucun personnage n'est incarné et aucun défi suggéré par la structure formelle n'est relevé par les *lifestylers*, qui emploient les JRPEV comme des dispositifs permettant de communiquer avec d'autres personnes et de s'adonner, par avatar interposé, à des relations de type maître/esclave. Ils agissent donc en tant qu'individus et non en tant que personnages ou joueurs. Les environnements virtuels du jeu deviennent, pour eux, le support de relations sociales non ludiques et non diégétiques.

### 5.3 *Le pew pew fighting*

En vertu d'une logique d'optimisation agonistique, le *pew pew\* fighting* met l'accent sur les défis proposés et encadrés par la structure formelle. Il n'y a pas lieu de parler d'incarnation de personnage, mais de contrôle d'avatar. L'accent est mis sur l'action : le combat, la capture et la mise en esclavage d'autres joueurs, etc. Suivant cette logique, il convient pour les joueurs d'inférer les règles

constitutives de la structure formelle, de mettre au jour les modalités de leur application et d'améliorer leurs habiletés dans la manipulation de l'avatar afin d'optimiser les gains (pensons à l'accumulation de biens et de devises, mais aussi au nombre de guerriers tués, de femmes soumises à l'esclavage, etc.). Si les JRPEV goréens ne proposent pas d'objectifs aussi clairs que dans un jeu vidéo classique, la performance des joueurs en matière de combat, de capture et de ligotage est quantifiée et présentée sous la forme de palmarès<sup>19</sup> pour tous ceux qui emploient le *Gorean Meter*, par exemple.

La pratique du raid est représentative du *pew pew fighting*. Le raid consiste, pour un groupe de combattants, à effectuer des attaques-surprises dans un sim, provoquant ainsi massacres et captures de prisonniers condamnés à devenir esclaves. Ces activités deviennent une fin en soi, alors qu'elles ne sont pas justifiées sur le plan diégétique. Char Gustafson est un joueur représentatif du *pew pew fighting*; sous le nom de Hillbilly Gor, il diffuse sur YouTube<sup>20</sup> des captures vidéo de raids qu'il mène avec son groupe de combattants. Son désengagement vis-à-vis de la diégèse goréenne est complet : d'une part, il interagit avec ses adversaires uniquement dans le cadre de combats qu'il ne justifie pas diégétiquement, transformant alors les JRPEV goréens en jeux de tir; d'autre part, son avatar porte des accessoires et des habits qui remettent en question la cohérence de la diégèse goréenne en décroissant le monde du jeu et le monde « réel » du joueur. Que Hillbilly Gor porte un chapeau de cowboy (figure 3, à gauche) ou qu'il se déguise, dans un épisode spécial de Pâques (*Easter Special Raid of Outlander Outlaws*), en mascotte de lapin (figure 3, à droite) et qu'il s'engage dans des relations sexuelles avec une esclave – une carotte lui tenant lieu d'organes génitaux – dans les deux cas, il introduit des éléments du monde du joueur incompatibles avec l'arrière-plan antique et médiéval de Gor.

#### 5.4 Classement des styles de jeu goréens

La figure 4 nous permet de positionner les uns par rapport aux autres les différents styles de jeu goréens présentés jusqu'ici. Les *role-players* (numéros 3 et 4 sur le schéma) interagissent de manière privilégiée avec la diégèse. Cependant, que

---

- Disponible à l'adresse suivante : <http://gm.mivabe.nl/stats>.

- Disponible à l'adresse suivante : <https://www.youtube.com/channel/UCNmGRmRR05AdxXAGDRQAp5w>.

l'on se réfère au *meter-rp* (3) ou au *para-rp* (4), le jeu a lieu dans la zone de médiation de la structure formelle. Le *para-rp* mobilise, de manière privilégiée, des dispositifs de narration, alors que le *meter-rp* mobilise des dispositifs de simulation qui régissent et paramètrent les composantes de la diégèse (environnement, personnages, objets) et confèrent à celle-ci sa cohérence. Sur l'axe « Individu/Personnage », ils occupent la portion où le joueur et le personnage s'interpénètrent. Le *meter-rp* et le *para-rp* s'entrecroisent dans la mesure où ils partagent certaines procédures et dispositifs (l'importance accordée aux dialogues, la description de certaines actions difficiles à performer, la présence de règles favorisant la création d'intrigues, etc.). Le *role-playing*, en se situant dans une portion du schéma où la structure formelle rencontre la diégèse, où joueur et personnage ne font qu'un et où la création d'intrigues est valorisée, témoigne de la convergence des trois courants qui nourrissent chacun à leur façon le jeu de rôle : le théâtre improvisé (incarnation d'un rôle), le jeu de simulation militaire (interactions prises en charge par une structure formelle) et l'art de construire des mondes maximaux (interactions dans le cadre d'une diégèse).

Les *lifestylers* (numéro 1 sur le schéma), quant à eux, n'interagissent pas avec la diégèse. L'environnement virtuel (le support) est leur espace de prédilection qui agit à titre de dispositif communicationnel. Les *lifestylers* ne retiennent de la structure formelle que les scripts permettant à leur avatar de s'adonner à des échanges érotiques de type domination/soumission. Sur notre schéma, les *lifestylers* se situent à la gauche de l'axe, sur une portion située dans et hors de la zone de médiation, selon qu'ils emploient à la fois les scripts et les dispositifs de communication (de part et d'autre de la zone de médiation), ou uniquement les dispositifs de communication (hors de la zone). Sur l'axe « Individu/Personnage », ils sont à considérer comme des individus, bien qu'ils débordent sur la portion « joueur » de par l'utilisation de certains scripts appartenant à la structure formelle.

Enfin, les *pew pew fighters* (numéro 2 sur le schéma) privilégient les interactions médiatisées par la structure formelle aux dépens de la diégèse. Ils se concentrent en particulier sur les dispositifs de simulation assurant le combat et se situent

donc sur la première moitié de l'axe « Support/Diégèse », dans la zone de médiation et avant la portion de l'axe « Individu/Personnage », où joueur et personnage s'interpénètrent. De par leur désengagement envers la diégèse et l'incarnation d'un rôle et de par leur insistance sur les défis (martiaux, tactiques, etc.) offerts par la structure formelle, les *pew pew fighters* s'inscrivent dans la lignée des jeux de simulation militaire.

À titre indicatif, nous avons mentionné l'emplacement des activités de rédaction de récits *a posteriori* qui ont lieu à l'extérieur des JRPEV goréens (numéro 5 sur le schéma). Ces activités se situent hors de la zone de médiation et prolongent la diégèse des JRPEV goréens. Elles s'inscrivent bien dans la logique de la création de mondes, dans la mesure où Gor fournit à leurs adeptes un univers diégétique riche à partir duquel l'expansion diégétique est possible.

### Conclusion

Le modèle que nous avons élaboré est utile à plusieurs titres : 1) il permet de classer non seulement des manifestations de **jeu intrinsèque\*** (*power gaming/leveling, wargaming, role-playing*) mais également des manifestations de **jeu extrinsèque\***, telles que l'expansion de la diégèse des JRPEV goréens par le biais d'autres médias; 2) il inclut certaines activités ne relevant pas du jeu lui-même ou relevant d'un autre jeu, comme en témoignent les *lifestylers*, les **trouble-fêtes\***, voire les curieux venus assister aux intrigues du jeu en tant que spectateurs ou venus explorer les environnements virtuels (à l'instar des *explorers* de la typologie de Bartle [1996]); 3) il permet de situer les différents styles de jeu sur un continuum en évitant le piège des dichotomies strictes; 4) il rend compte du degré d'engagement variable du joueur dans son rôle jusqu'à l'émancipation du personnage qui, lorsqu'il est situé en dehors de la portion procéduralisée de la diégèse, devient une entité fictive non actée, le joueur ne contrôlant plus ses actions en tant qu'interprète, mais en tant que créateur, comme le ferait l'auteur d'une œuvre littéraire, par exemple; et 5) il réorganise les types de joueurs de Blacow (1980), les modèles tripartites de Fine (1983), de la communauté *rec.games.frp.advocacy* et du *Big Model* d'Edwards (2001), de même que l'axe fantaisie pure/simulation de Johnson (1981). Cette réorganisation se fonde non pas sur les préférences des joueurs, mais sur les composantes essentielles du jeu

que sont l'incarnation d'un rôle, la structure formelle responsable de générer une simulation et la diégèse, lesquelles composantes correspondent à trois phénomènes convergents : le théâtre improvisé, le jeu de simulation militaire et l'art de la construction de mondes maximaux.

## Références

Bartle, R. (1996). Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who Suit MUDs'. *The Journal of Virtual Environments*, 1(1). Récupéré le 20 octobre 2012 : <http://www.brandeis.edu/pubs/jove/HTML/v1/bartle.html>

Blacow, G. F. (1980). Role-playing styles: Aspects of Adventure Gaming. *Different Worlds*, 10, 36-39.

Blatner, A. (2009). Role-Playing in Education. Récupéré le 20 juin 2013 : <http://www.blatner.com/adam/pdntbk/rlplayedu.htm>

Bogost, I. (2008). The Rhetoric of Video Games. Dans K. Salen (dir.), *The Ecology of Games: Connecting Youth, Games, and Learning* (p. 117-140), Cambridge, MA : The MIT Press.

Caillois, R. (1967). *Les jeux et les hommes : le masque et le vertige*. Paris, France : Éditions Gallimard.

Carr, D., Burn, A., Schott, G. et Buckingham, D. (2003). Textuality in Video Games. Dans M. Copier et J. Raessens (dir.), *Level up: Digital Games Research Conference, 4-6 November, 2003, Utrecht University* (p. 144-155), Utrecht, Pays-Bas : DiGRA.

Chapman A., Hughes J., Hughes P., MacLean et Simpson C. (2010). An Australian Convention Roleplaying Glossary: Interactive Drama. Récupéré de Interactive Dramas : <http://web.archive.org/web/20070106065254/http://www.rpg.net/larp/papers/glossary.html>

Clute, J. (1999). *The Encyclopedia of Fantasy*. New York, NY : St. Martin's Griffin.

Coleridge, S. T. (1977 [1817]). *Biographia Literaria*. Londres, GB : J. M. Dent.

Community Second Life. (2011). Para rp or meter rp? Récupéré le 8 juin 2015 : <https://community.secondlife.com/t5/Role-Play/Para-rp-or-meter-rp/td-p/890079>

Copier, M. (2007). *Beyond the Magic Circle: A Network Perspective on Roleplay in Online Games* (thèse de doctorat, Université Utrecht, Pays-Bas). Récupéré de igitur, l'archive de publications électroniques de l'Université Utrecht : <http://dspace.library.uu.nl/handle/1874/21958>

Dormans, J. (2006). On the Role of the Die: A Brief Ludologic Study of Pen-and-Paper Roleplaying Games and their Rules. *Game studies*, 6(1). Récupéré du site de la revue : <http://gamestudies.org/0601/articles/dormans>

Duret, C. (2014). *Les jeux de rôle participatifs en environnement virtuel : définition et enjeux théoriques* (mémoire de maîtrise, Université de Sherbrooke, Canada). Récupéré de SavoirsUdeS, l'archive de publications électroniques de l'Université de Sherbrooke : <http://savoirs.usherbrooke.ca/handle/11143/67>

Eco, U. (1986). *Travels in Hyperreality*. Londres, GB : Harcourt Brace and Company.

Edwards, R. (2001). GNS and Other Matters of Role-playing Theory. Récupéré le 20 octobre 2012 du site *The Forge* : <http://www.indierpgs.com/articles/1/>

Fine, G. A. (1983). *Shared Fantasy: Role-Playing Games as Social Worlds*. Chicago, IL/Londres, GB : University of Chicago Press.

Flood, K. (2006). The Theatre Connection. Dans T. Fritzson et T. Wrigstad (dir.), *Role, Play, Art: Collected Experiences of Role-Playing* (p. 35-42), Stockholm, Suède : Föreningen Knutpunkt.

Gade, M. (2003). Interaction: The Key Element of Larp. Dans M. Gade, L. Thorup et M. Sander (dir.), *As LARP grows Up: The Book from Knudepunkt* (p. 54-64). Frederiksberg, Danemark : Projektgruppen KP03.

Genette, G. (1972). *Figures III*. Paris, France : Éditions du Seuil.

Gor in Second Life. (2012). *Port Kar – pseudo Para – RP filled with thought emotes*. Récupéré le 8 juin 2015 : <https://gorinsl.wordpress.com/2012/08/16/port-kar-pseudo-para-rp-filled-with-thought-emotes/>

Harviainen, J. T. (2003). The Multi-Tier Game Immersion Theory. Dans M. Gade, L. Thorup et M. Sander (dir.), *As LARP Grows Up: The Book from Knudepunkt* (p. 195-199), Frederiksberg, Danemark : Projektgruppen KP03.

Hitchens, M. et Drachen, A. (2009). The Many Faces of Role-Playing Games. *International Journal of Role-Playing*, 1(1), 3-21.

Holter, M. (2007). Stop Saying “Immersion”!. Dans J. Donnis, M. Gade et L. Thorup (dir.), *Lifelike* (p. 20-22), Copenhague, Danemark : Projektgruppen KP07, Landforeningen for Levende Rollespil.

InternetSlang.com. (2012). *Pew pew*. Récupéré le 20 juillet 2013 du site InternetSlang.com : <http://www.internetslang.com/PEWPEW-meaning-definition.asp>

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York, NY/ Londres, GB : New York University Press.

Johnson, J. A. (1981). The Fourfold Way of FRP. *Different Worlds*, 11, 18-19.

Kim, J. (1998). *The Threefold Model FAQ*. Récupéré le 8 juin 2015 : [http://www.darkshire.net/~jhkim/rpg/theory/threefold/faq\\_v1.html](http://www.darkshire.net/~jhkim/rpg/theory/threefold/faq_v1.html)

Kim, J. (2008). *The Threefold Model*. Récupéré le 8 juin 2015 : <http://www.darkshire.net/~jhkim/rpg/theory/threefold/>

KPOP RP'ing. (2013). *Glossary of Rp'ing Terms*. Récupéré le 9 juin 2015 : <http://kpoproleplayguide.tumblr.com/glossary>

Larousse. (2015). *Jouabilité*. Récupéré le 20 juillet 2015 : <http://www.larousse.fr>

Lunacaleeng. (2012). *The Infamous One Liner/Para Debate [Background info, RP]*. Récupéré le 20 mai 2015 : <https://lunacaleeng.wordpress.com/2012/08/31/the-infamous-one-linerpara-debate/>

Montola, M. (2009). The Invisible Rules of Role-Playing: The Social Framework of Role-Playing Process. *International Journal of Role-Playing*, 1, 22-36.

Montola, M. (2012). *On the Edge of the Magic Circle: Understanding Role-Playing and Pervasive Games* (thèse de doctorat, Université de Tampere, Finlande). Récupéré de TamPub, l'archive de publications électroniques de l'Université de Tampere : <http://tampub.uta.fi/handle/10024/66937>

Morgan, C. (2002). *The Alchemy of Role-Playing*. Récupéré le 20 juin 2013: <http://www.indierpgs.com/files/ac001.pdf>

Mortensen, T. E. (2006). WoW is the New MUD: Social Gaming from Text to Video. *Games and Culture*, 1(4), 397-413.

Mortensen, T. E. (2007). Me, the other. Dans P. Harrigan et M. Crumpton (dir.), *Second Person: Role-Play and Story in Games and Playable Media* (p. 297-310), Cambridge, MA : The MIT Press.

Padol, L. (1996). *Playing Stories, Telling Games: Collaborative Storytelling in Role-Playing Games*. Récupéré le 25 avril 2013 : <http://www.recappub.com/games.html>

Pohjola, M. (2003). Manifesto of the Turku school. Dans M. Gade, L. Thorup et M. Sander (dir.), *As LARP Grows Up: The Book from Knudepunkt* (p. 34-39), Frederiksberg, Danemark : Projektgruppen KP03.

Ricœur, P. (1983). *Temps et récit, Tome 1 : L'intrigue et le récit historique*. Paris, France : Éditions du Seuil.

Saint-Gelais, R. (2011). *Fictions transfuges : la transfictionnalité et ses enjeux*. Paris, France : Éditions du Seuil.

Second Life Wiki. (2009). *LSL Script/fr*. Récupéré le 25 juillet 2013 du site *Second Life Wiki* :  
[http://wiki.secondlife.com/wiki/Category:LSL\\_Script/fr](http://wiki.secondlife.com/wiki/Category:LSL_Script/fr)

Siang Ang, C., Zaphiris, P. et Wilson, S. (2010). Computer Games and Sociocultural Play: An Activity Theoretical Perspective. *Games and Culture*, 5(4), 354-380.

Sixma, T. (2009). The Gorean Community in Second Life: Rules of Sexual Inspired Role-Play. *Journal of the Virtual World Research*, 1(3). Récupéré du site de la revue : <https://journals.tdl.org/jvwr/article/view/330/436>

Smith, D. A. (1996). No More Gor: A Conversation with John Norman. Part One. *The New York Review of Science Fiction*, 8(92). Récupéré du site de la revue :  
<http://work.tcjn.info/nyre.htm>

Squire, K. D. et Steinkuehler, C. A. (2006). Generating Cyberculture/s: The Case of Star Wars Galaxies. Dans D. Gibbs et K.-L. Krause (dir.), *Cyberlines 2.0: Languages and Cultures of the Internet* (p. 177-198), Albert Park, Australie : James Nicholas Publishers.

Stenros, J. et Hakkarainen, H. (2003). The Meilahti School Thoughts on

Role-Playing. Dans M. Gade, L. Thorup et M. Sander (dir.) *As LARP Grows Up: The Book from Knudepunkt* (p. 54-64). Frederiksberg, Danemark : Projektgruppen KP03.

The Gorean Forums. (2014). *What is para-rp to you?*. Récupéré le 8 juin 2015 : <http://www.goreanforums.net/viewtopic.php?f=230&t=8532>

Yee, N. (2006). *Motivations of Play in MMORPGs: Results from a Factor Analytic Approach*. Récupéré le 8 juillet 2014 du site de l'auteur : <http://www.nickyee.com/daedalus/motivations.pdf>

## Glossaire

**Agôn** : dans la typologie de Caillois (1967), les jeux correspondant à l'*agôn* se rapportent à la compétition et nécessitent efforts et entraînement.

**Diégèse** : espace fictif à l'intérieur duquel évoluent les personnages dont les joueurs qui les incarnent modifient l'état par leurs actions. Elle est régie par des lois et une organisation distinctes du monde réel (Fine, 1983; Gade, 2003; Hitchens et Drachen, 2009; Holter, 2007; Morgan, 2002; Padol, 1996).

**Explorer** : selon la typologie de Bartle (1996), l'*explorer* interagit de manière privilégiée avec le monde du jeu vu non pas comme une diégèse, mais comme un espace virtuel. Il s'intéresse à ses dysfonctions de même qu'à son fonctionnement interne.

**Jeu de rôle en ligne massivement multijoueurs** : jeu de rôle numérique en ligne auquel participe un grand nombre de joueurs (de l'anglais *massively multiplayer role-playing online game*), aussi désigné par le sigle MMORPG.

**Jeu extrinsèque** : activités périphériques au jeu intrinsèque, comme la rédaction de récits *a posteriori* ou les discussions visant à remettre en question, amender ou interpréter les règles du jeu (Chee Siang Ang, Panayiotis Zaphiris et Stephanie Wilson, 2010).

**Jeu intrinsèque** : jeu contenu dans les limites prédéterminées de la structure du jeu (Siang Ang, C., Zaphiris, P. et Wilson, S., 2010).

**Jouabilité** : « Ensemble des possibilités interactives offertes par un jeu vidéo » (Larousse, 2015).

**Metagaming** : l'*Australian Convention Roleplaying Glossary* (Chapman, Hughes, Hughes, MacLean et Simpson, 2010) décrit le *metagamer* comme un joueur qui utilise des connaissances du monde extérieur ou des règlements du jeu afin de les appliquer à une situation de jeu de rôle. Le *metagaming* se réfère donc au fait qu'un personnage agit en tenant compte d'informations que seul le joueur qui

l'incarne peut connaître. Le fait qu'un personnage X se méfie outre mesure du personnage Y dès la première fois qu'il le rencontre parce que le joueur a eu vent de sa mauvaise réputation sur un forum, par exemple, relève du *metagaming*.

**Mimicry** : dans la typologie de Caillois (1967), les jeux correspondant à la *mimicry* sont fondés sur l'acceptation temporaire de l'illusion et demandent aux joueurs de feindre une personnalité et une identité autre que la leur.

**MMORPG** : voir « Jeu de rôle en ligne massivement multijoueurs ».

**MUD** : abréviation de *Multi-User Dungeon*. Un MUD est un jeu en ligne multijoueurs à base de texte.

**MUVE** : abréviation de *Multi-User Virtual Environments* (environnements virtuels multi-usagers). Il s'agit de mondes virtuels en ligne persistants et tridimensionnels auxquels les usagers accèdent grâce à un avatar, à l'image de *Second Life* et *IMVU*.

**Pew pew** : onomatopée reproduisant le bruit d'un tir de pistolet laser (InternetSlang.com, 2012). L'expression est employée péjorativement par les adeptes du *role-playing* pour désigner les joueurs qui focalisent sur les combats au détriment de l'incarnation d'un rôle et de la création d'intrigues.

**Procéduralisation** : Ian Bogost (2008) définit le terme *procéduralité* comme « un ensemble de contraintes qui créent des espaces de possibilités pouvant être explorés par le jeu<sup>21</sup> » (p. 122). Ces procédures génèrent des événements diégétiques. Certaines sont programmées informatiquement alors que d'autres se composent de règles non implémentées, à l'instar des règlements des sims, que les administrateurs et modérateurs ont à charge de faire respecter. La procéduralisation, dès lors, réfère au processus de mise en procédure de lois, de phénomènes, de comportements, etc.

---

<sup>21</sup> Traduction libre de : « *sets of constraints that create possibility spaces, which can be explored through play* » (Bogost, 2008, p. 122).

**Prop, propping** : au théâtre, un *prop* est un accessoire qui soutient la performance des acteurs. Lorsqu'il est employé dans le cadre de l'improvisation, il suggère aux acteurs des voies à emprunter pour leur performance.

**Récit a posteriori** : relation écrite des aventures vécues par un personnage lors d'une séance de jeu de rôle par l'un des joueurs impliqués. Ces récits sont généralement publiés dans des sections dédiées de forums de joueurs.

**Règles endogènes, diégétiques et exogènes** : suivant la typologie de Montola (2009), les règles endogènes appartiennent à la structure du jeu (par exemple : *un coup d'épée inflige X points de dégât*), les règles diégétiques constituent des règles dans le cadre de la fiction du jeu (par exemple : *porter une arme dans les limites de la ville est interdit*) et les règles exogènes appartiennent au cadre social dans lequel se déroule le jeu (par exemple : *ne pas interrompre le maître de jeu lorsqu'il décrit une situation*).

**Romance planétaire** : sous-genre de la science-fiction dont les œuvres font le récit d'aventures se déroulant sur une autre planète. Le récit est intimement relié à la description de cette planète. Les romances planétaires se distinguent des opéras spatiaux (*Star Wars* et *Star Trek* sont des exemples connus), mais aussi du médiéval-fantastique, en raison du fait qu'elles se déroulent sur une planète exotique et technologiquement primitive, bien qu'elles partagent avec eux les conventions des récits d'aventures, telles que les poursuites, les évasions et les quêtes (Letson, 1978).

**Scripts** : dans *Second Life*, les scripts sont des lignes de programmation qui prennent la forme d'objets qu'un usager peut conserver dans son inventaire. Ils permettent d'obtenir certains effets : modifier l'apparence d'un objet, comment il se déplace, ses interactions et ses échanges avec des avatars, etc. (Second Life Wiki, 2009).

**Simulateurs, sims** : espaces virtuels hébergés sur des serveurs loués aux usagers par *Second Life*.

**Socialiser** : selon la typologie de Bartle (1996), le *socialiser* est un joueur intéressé par l'aspect social du jeu, par le fait de sociabiliser avec d'autres joueurs.

**Structure formelle** : ensemble des règles, des paramètres et des dispositifs techniques qui encadre les actions des joueurs et simule le monde du jeu (sa diégèse), lui conférant ainsi cohérence et jouabilité (Dormans, 2006; Fine, 1983; Stenros et Hakkarainen, 2003).

**Transfictionnalisation** : Richard Saint-Gelais (2011) définit la transfictionnalité comme « le phénomène par lequel au moins deux textes, du même auteur ou non, se rapportent conjointement à une même fiction, que ce soit par reprise de personnages, prolongement d'une intrigue préalable ou partage d'univers fictionnel » (p. 7). La transfictionnalisation désigne la création d'une fiction liée à une autre fiction en vertu d'une relation transfictionnelle.

**Trouble-fête** : dans les jeux en ligne et les MUVE, le trouble-fête (*griefer*) est un individu qui adopte des comportements jugés inappropriés (harcèlement, insultes, actions entraînant des dysfonctions au sein du jeu ou de l'environnement virtuel) par les joueurs/usagers qui en sont victimes.

Annexe

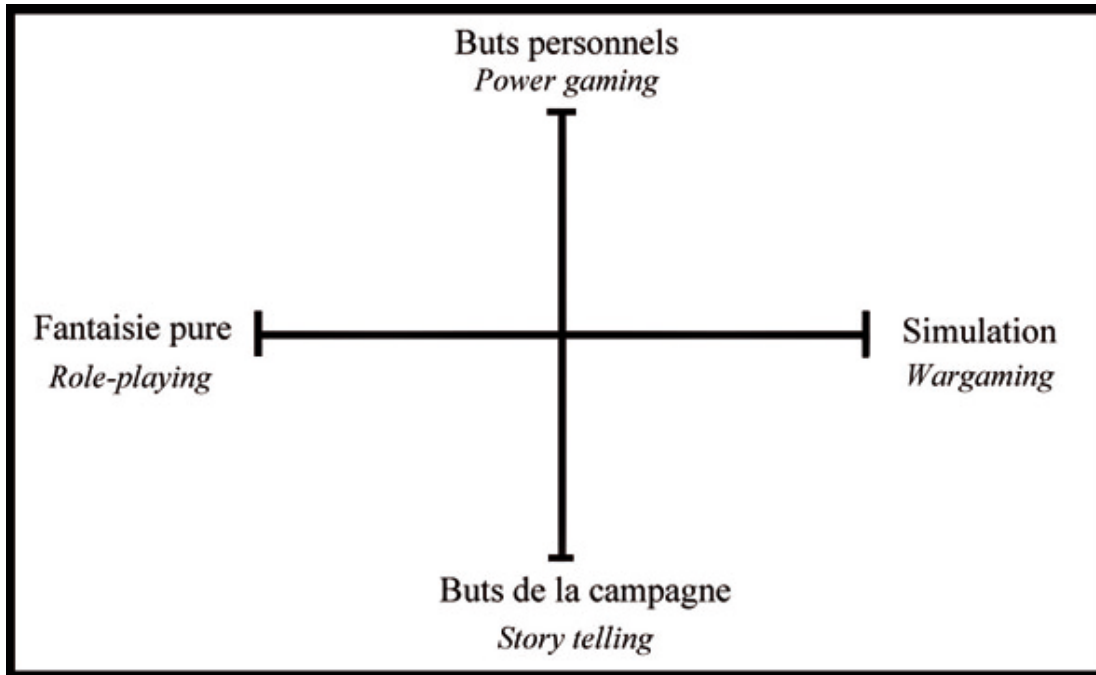


Figure 1 Jeffrey A. Johnson (1981), The Fourfold Way of FRP

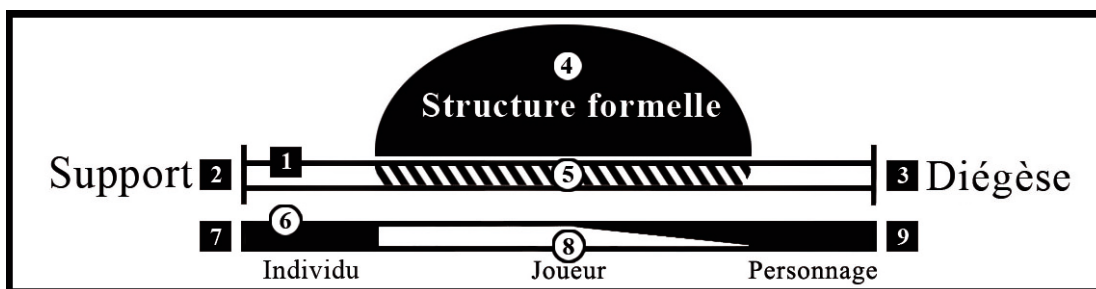


Figure 2 Les axes « Support/Diégèse » et « Individu /Personnage »

Légende : 1. Axe Support/Diégèse; 2. Pôle du support; 3. Pôle de la diégèse; 4. Structure formelle; 5. Zone de médiation de la structure formelle (portion hachurée de l'axe); 6. Axe Usager/Personnage; 7. Individu; 8. Joueur; 9. Personnage



Figure 3 *Hillbilly Gor*, Captures vidéo tirées des épisodes: image de gauche, *Raid on Valkyrie Forest Panthers* (*Second Life Gor*, épisode 14); et, image de droite, *Easter Special Raid of Outlander Outlaws* (*Second Life Gor*, épisode 13)

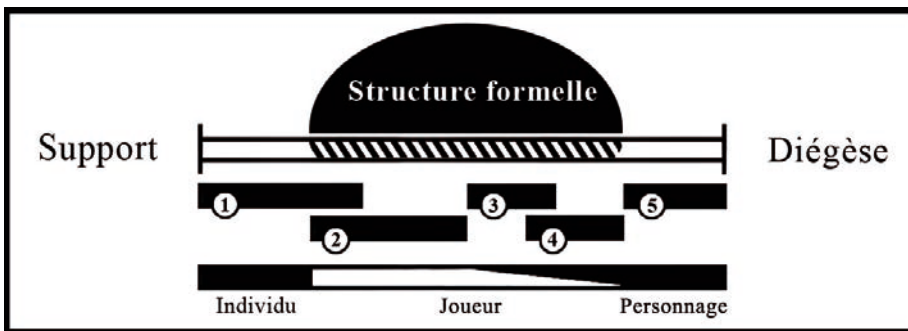


Figure 4 *Classement des styles de jeu dans les JRPEV goréens* - Légende: 1. *Lifestyle*; 2. *Pew pew fighting*; 3. *Meter-rp*; 4. *Para-rp*; 5. *Récits non procéduralisés*

## LA STRATÉGIE DU *SOFT POWER* CORÉEN DANS LES K-DRAMAS ET LA K-POP DU MOUVEMENT *HALLYU* PRODUITS ET DIFFUSÉS ENTRE 2012-2014

Elsa Brais-Dussault

Université du Québec à Montréal

**Résumé :** *Cet article propose une analyse sémio-pragmatique des contenus télévisuels produits et diffusés par les industries culturelles de la « vague coréenne » entre 2012 et 2014. L'évolution simultanée du mouvement Hallyu et de l'utilisation du soft power en Corée du Sud nous incite à nous interroger sur les représentations du soft power coréen. Afin d'analyser ces représentations visuelles, le concept de soft power a été divisé en trois dimensions : sa dimension culturelle, son image de marque nationale et sa diplomatie culturelle. Un corpus de quatre productions télévisuelles a été sélectionné afin d'explorer la construction du soft power dans le mouvement Hallyu. Deux vidéo-clips de K-Pop et deux bandes-annonces de K-dramas issus de quatre industries culturelles différentes coréennes ont été analysés. Le cadre théorique s'appuie sur le concept de soft power et la méthodologie repose sur une grille sémio-pragmatique en trois axes (l'axe sémantico-syntaxique, l'axe transtextuel et l'axe pragmatique).*

**Mots-clés :** Corée du Sud, *soft power*, mouvement *Hallyu*, sémio-pragmatique, industries culturelles et médiatiques.

**Abstract:** This article proposes a semio-pragmatic analysis of the television content produced and disseminated by the Korean Wave of the cultural industries between 2012 and 2014. The simultaneous evolution of the Korean Wave and of South Korea's use of soft power raises a question about the representations of the South Korean soft power. In order to analyze these visual representations, the soft power concept was divided into three dimensions: its cultural dimension, its national brand and its cultural diplomacy. A corpus of four television contents was selected in order to analyze the construction of soft power in the Korean Wave. Two K-Pop music videos and two K-Drama trailers from four Korean cultural industries were analyzed. The theoretical framework is based on the concept of soft power, while the methodology is a semio-

pragmatic analysis in three axes (the semantic and syntactic axis, the pragmatic axis, and the transtextual axis).

**Keywords:** South Korea, soft power, Korean Wave, semio-pragmatic, cultural and media industries.

## Introduction

La Corée du Sud a longtemps été considérée comme un pays sous-développé, dont la croissance économique et culturelle a été restreinte par ses puissants voisins : la Chine, le Japon, la Russie et, depuis la guerre de 1950-1953, les États-Unis. Ce n'est alors qu'en 1985 que la Corée du Sud peut investir, pour la première fois, dans l'innovation, la recherche et le développement.

Dès le début des années 1990, le pays s'attelle à produire et à exporter ses propres émissions de télévision et met en place plusieurs réformes afin de favoriser la promotion de ses industries culturelles. Le gouvernement coréen instaure le Bureau des industries culturelles au sein du ministère de la Culture et des Sports en 1994 et vote la loi sur la promotion du cinéma en 1995, qui favorise l'investissement des entreprises et des capitaux dans l'industrie cinématographique nationale (Shim, 2011). En 1997, la crise financière asiatique déstabilise l'économie sud-coréenne (Sénat, 2004). Les *chaebols* (grands conglomérats économiques coréens) s'écroulent et engendrent un changement rapide des stratégies économiques (Barjot, 2011). À la fin des années 1990, le gouvernement coréen met en place une nouvelle stratégie dans l'optique de conquérir les marchés économiques et culturels internationaux et de se hisser parmi les dix premières puissances internationales dans la décennie suivante. C'est le *soft power*, et c'est dans ce contexte de restructuration des entreprises privées et gouvernementales coréennes, de l'investissement massif dans les industries culturelles et de l'utilisation du *soft power* comme stratégie d'influence culturelle, que le mouvement *Hallyu* se développe et se propage en Corée du Sud et à l'international. La Corée du Sud utilise alors le potentiel d'exportation de ces productions médiatiques afin de se développer sur les plans économique et culturel. Le gouvernement et les entreprises (notamment les *chaebols*) investissent massivement dans la production des séries télévisées appelées « K-dramas » et dans la musique populaire, la « K-Pop ». Dès lors, le phénomène devient un motif de fierté pour la Corée du Sud (Hui-yeon Kim, 2011).

Certains chercheurs ont observé une relation entre le développement du mouvement *Hallyu* en Corée du Sud et l'utilisation du *soft power* comme

stratégie d'influence commerciale et culturelle par le gouvernement coréen (Hong-Mercier, 2005; Shim, 2006; Binet, 2013). Ces études émettent l'hypothèse que la stratégie d'influence instaurée en Corée du Sud, à la suite de la crise financière de 1997-1998, visait un développement des industries culturelles dans une perspective de *soft power*, d'attraction des pays étrangers envers les produits culturels sud-coréens par l'embellissement des valeurs et de la culture sud-coréenne. Si l'on suit le raisonnement de Joseph Nye (cité dans Picciau, 2010), trois facteurs influenceraient la modulation du *soft power* : la culture du pays, son image sur la scène internationale (image de marque) et ses politiques étrangères (diplomatie culturelle).

Dans ce contexte de développement, les K-dramas et la K-pop connaissent une popularité croissante, en Asie du Sud-Est et à l'étranger. La population nationale et internationale peut accéder à ce contenu à travers les chaînes de télédiffusion, notamment Munwah Broadcasting Corporation (MBC), Korean Broadcasting System (KBS) et Seoul Broadcasting System (SBS), de même que sur les pages Web des industries du divertissement, telles que SM Entertainment, YG Entertainment et JYP Entertainment. Le gouvernement coréen et ces industries culturelles et médiatiques utilisent également les médias sociaux comme médiateurs des contenus télévisuels, notamment par la création de nombreuses pages Facebook pour les groupes de K-pop, de pages Youtube pour la diffusion de vidéo-clips de K-pop et de K-dramas et de blogues *Hallyu* afin de créer un regroupement d'admirateurs internationaux.

Considérant la stratégie d'influence instaurée par la Corée du Sud dès la fin des années 1990 et le développement simultané du *mouvement Hallyu*<sup>1</sup> (vague coréenne), nous nous interrogeons, dans cet article, sur la représentation de cette stratégie d'influence dans les contenus télévisuels des industries culturelles et médiatiques accessibles au public international. Nous nous demandons alors comment la stratégie du *soft power* est représentée dans les contenus télévisuels entre 2012-2014. Pour répondre à cette question, nous identifierons les formes et les contenus des représentations visuelles du *soft power* dans les K-dramas et

---

<sup>1</sup> Le mouvement *Hallyu* se définit comme la popularisation à l'international des produits culturels et médiatiques coréens, tels que les K-dramas, les films coréens et la K-pop (Shim, 2011).

la K-Pop<sup>2</sup> du mouvement *Hallyu*, produits et diffusés entre 2012-2014. Nous circonscrivons également les éléments visuels repérés à partir des dimensions que recouvre le concept de *soft power*, soit la culture sud-coréenne (traditionnelle et populaire), l'image de marque nationale et la diplomatie culturelle. Cela nous permettra d'actualiser le concept de *soft power* à la lumière de l'expérience sud-coréenne et de la production médiatique contemporaine (médiaculture). Dans un premier temps, nous contextualiserons la recherche en présentant le contexte économique et culturel de la Corée du Sud. Dans un deuxième temps, nous présenterons le cadre conceptuel ainsi que le corpus à l'étude afin de mieux comprendre les résultats relevés lors de l'analyse des contenus télévisuels que nous présenterons dans un troisième et dernier temps.

### **La situation économique et culturelle de la Corée du Sud et le mouvement *Hallyu***

#### *Le développement économique*

La crise financière en Asie (1997-1998) engendre en Corée du Sud la mise en place d'une double restructuration de son système économique et politique. Au début des années 2000, le gouvernement coréen instaure une nouvelle stratégie d'influence des marchés économiques et culturels internationaux. Les *chaebols* mettent en place la politique du « *Big Deal* », une nouvelle stratégie économique et d'influence basée sur une double stratégie d'intégration : une intégration horizontale, qui consiste à diversifier les productions pour pénétrer tous les marchés, ainsi qu'une intégration verticale destinée à contrôler les sources d'approvisionnement (Dayez-Burgeon, 2011). Grâce à cette double stratégie et à une nouvelle forme de compétitivité internationale instaurée, les *chaebols* intègrent de nouvelles opportunités et s'imposent sur le marché (Cornu, Le Cam, Maurey et Nicoux, 2012). La Corée du Sud s'est engagée dans un objectif de reconnaissance internationale, ainsi que de conquête des

---

<sup>2</sup> La K-pop se définit comme de la musique populaire d'origine sud-coréenne. Ce genre musical adapté au marché asiatique et national est inspiré de la musique populaire japonaise (J-pop), de la musique américaine (R'n'B) et des musiques traditionnelles coréennes. La K-pop présente plusieurs styles musicaux, tels que le rock, le pop et l'électro (Cellie, 2012).

marchés économiques et culturels liée au développement de ses industries culturelles et à la diffusion de sa culture à l'étranger (Ministère des Affaires étrangères et du Développement international, 2015). Parallèlement à cette restructuration des entreprises, la Corée du Sud met en place des relations commerciales et politiques avec les pays d'Asie du Sud-Est et d'Asie centrale. L'objectif du gouvernement coréen est alors de s'affirmer sur la scène internationale et de présenter sa réussite économique et culturelle comme un modèle de développement pour les pays asiatiques sous-développés, tout en présentant une image de porte-parole des pays en voie de développement (Leveau, 2011). Durant les années 2000, l'exploitation du phénomène *Hallyu* par les entreprises privées et le gouvernement coréen devient une forme d'influence commerciale et culturelle. L'Asie du Sud-Est est submergée par les séries coréennes (*dramas*), les films et la musique populaire sud-coréenne (K-pop) (*op. cit.*). Aujourd'hui, le secteur culturel est l'un des piliers du renforcement de l'image sud-coréenne de réussite économique et culturelle à l'étranger, d'où l'importance d'observer et d'analyser la construction de la stratégie d'influence utilisée par les industries culturelles dans une perspective d'internationalisation de la culture sud-coréenne.

### **Le mouvement Hallyu (les K-dramas et la K-pop)**

Le terme *Hallyu*, ou « vague coréenne », provient des titres d'une compilation de chansons populaires coréennes qui ont connu un grand succès en Chine au début des années 1990. Le mouvement *Hallyu* se définit comme étant la popularisation à l'international des produits culturels et médiatiques coréens, tels que les K-dramas et la K-pop (Shim, 2011). Ce mouvement culturel s'est développé en deux phases : 1) le succès des *K-dramas* à l'international; 2) la popularisation de la musique populaire coréenne (la K-pop). Le mouvement *Hallyu* s'est développé sur une vingtaine d'années et est, aujourd'hui, de plus en plus populaire à l'étranger, notamment dans le reste de l'Asie, en Europe et en Amérique.

*La première vague (les K-dramas)*

Ce sont les séries télévisées dans les années 1990 qui éveillent la curiosité des pays d'Asie envers la Corée du Sud. C'est avec l'ouverture des relations diplomatiques entre la Corée du Sud et la Chine qu'en 1997, le *drama What Is Love All About* (MBC, 1991) et la série télévisée *Stars in My Heart* (MBC, 1997) sont diffusés et connaissent un succès important en Chine, à Hongkong et à Taiwan. La popularité de ces *dramas* atteint son apogée entre 2003 et 2005 avec la diffusion de *Winter Sonata* et *Dae Jang-Geum* qui atteignent l'audience japonaise (Hong-Mercier, 2011b). En 2005, le montant des exportations de ces programmes télévisés représente le triple de celui des importations. Les principaux pays importateurs sont le Japon (60 %), Taiwan (11 %) et la Chine (10 %).

*La seconde vague (la K-pop)*

La K-pop naît à la fin des années 1990, lorsque Channel V, chaîne musicale de télévision régionale, diffuse des émissions de musique populaire coréenne (Tuk, 2012). La K-pop devient rapidement populaire dans le reste de l'Asie, notamment en Chine et à Taïwan en 1998, où l'un des premiers groupes masculins de K-pop, H.O.T, se retrouve en tête des audiences. C'est à la suite de la baisse d'exportation des dramas en 2006 que la Corée du Sud investit plus massivement dans l'organisation de la production de l'industrie de la K-Pop, afin de favoriser le développement de l'industrie multimédiatique avec une nouvelle stratégie commerciale qui vise une promotion des groupes féminins et masculins coréens sur le Web 2.0 et les réseaux sociaux (Hong-Mercier, 2005).

**Cadre conceptuel : stratégie d'influence et sémio-pragmatique***La stratégie d'influence du Soft power*

C'est par l'utilisation du *soft power* que la culture médiatique sud-coréenne s'est forgée une place sur les marchés économiques et culturels internationaux. Le cinéma, la télévision et la musique populaire imprègnent la consommation des Sud-Coréens et des pays étrangers, atténuant l'image « menaçante » de la Corée du Sud et favorisant une image attirante et enviée (Teo Chu Cheow,

2004). Le premier chercheur qui a développé le terme *soft power* est Joseph Nye (1990), pour qui il existe deux types de pouvoirs stratégiques exercés par un pays : le *hard power* et le *soft power*. Le *soft power* se traduit par l'habileté à persuader autrui à vouloir obtenir ce que l'on possède et à vouloir ressembler à ce que l'on représente, par l'utilisation de l'attraction et de la séduction (Gomichon, 2013). Le recours au *soft power* par des entités telles que les gouvernements, les entreprises privées, les industries culturelles et médiatiques favorisent l'adhésion d'une autre entité (par exemple les pays, les industries ou les entreprises) à ce qu'est, et ce que symbolise, la Corée du Sud. Le *soft power* est donc la capacité d'une culture donnée à devenir attrayante aux yeux d'une nation étrangère et de susciter l'imitation de ses valeurs (codes sociaux, croyances et comportements moraux) afin d'être considérée comme légitime et possédant une autorité morale (Picciau, 2010). Dans cette équation, la culture est la source principale d'influence, dans le sens où elle marque un changement de nature politique et instaure de nouvelles idées (Picciau, 2010). Considérant le manque de *hard power* en Corée du Sud, soit l'absence d'une armée puissante et de l'utilisation de la puissance politique dans ses relations bilatérales, son pouvoir se retrouve donc dans son habileté à obtenir l'intérêt commercial des cultures étrangères envers les produits culturels et médiatiques coréens. Dans cette optique, la Corée du Sud conserve et renforce l'attraction des cultures étrangères envers sa culture par l'amélioration de son image internationale, la lutte contre les perceptions erronées de la Corée du Sud par les médias étrangers et une limitation du pouvoir des idéologies occidentales dans le pays.

Les trois grandes sources du *soft power* sont la culture d'une nation, ses valeurs et sa politique interne, ainsi que son image sur la scène internationale et sa politique étrangère. La force d'attraction d'un État est liée à l'universalité de sa culture et de ses valeurs, ainsi qu'à la présence d'éléments auxquels les autres États et cultures peuvent s'identifier, tels que la mode vestimentaire, les codes sociaux, la langue et les habitudes de vie (Mayer, 2011). L'analyse de la culture traditionnelle et populaire, des valeurs, de l'image de marque nationale et des relations diplomatiques permettra de comprendre la construction du *soft power*

dans les contenus télévisuels coréens (K-dramas et K-Pop). Nous proposons une description de ces trois éléments ci-dessous.

### **La culture traditionnelle et populaire coréenne**

Comme nous l'avons mentionné dans l'introduction, la Corée du Sud a longtemps été considérée comme un pays sous-développé, à l'ombre de la Chine et du Japon. Par exemple, depuis le XV<sup>e</sup> siècle, l'alphabet coréen était inspiré des caractères chinois et la spiritualité influencée par le bouddhisme et le confucianisme chinois et indien. De plus, le culte confucéen de la hiérarchie sociale, le respect de la famille et le respect des ancêtres sont aussi des valeurs héritées de la Chine (Blin., Lanier., Leclerc et Rouvière, 2004). Colonisée par le Japon entre 1910 et 1945, le développement de la Corée a été ralenti par le traité de protection de 1905 qui leur était imposé et qui justifiait la prise de contrôle de la police, de l'armée, de la monnaie et des communications coréennes par le Japon (Leclerc, 2015). En 1948, la République de Corée et la République populaire démocratique de Corée sont créées. En 1950, la guerre de Corée se déclenche à la suite de l'intrusion des forces armées nord-coréennes sur le territoire sud-coréen. Dès 1973, la langue japonaise est supprimée des écoles et les produits culturels japonais sont interdits de diffusion en Corée du Sud. En 1984, l'Académie nationale de la langue coréenne est créée afin de promouvoir l'usage de la langue coréenne à l'étranger et d'élaborer une politique linguistique et de réglementer l'usage du coréen (*Hangeul*).

Après la libération de la Corée du Sud, le gouvernement coréen interdit les importations des produits culturels japonais jusque dans les années 1990. Néanmoins, la culture coréenne a été beaucoup influencée par cette époque de colonialisme japonais au cours des années 1900, notamment à travers l'importation et la diffusion des émissions télévisuelles, l'utilisation de leur langue, le tourisme et la consommation de produits culturels (Hong-Mercier, 2006).

### **L'image de marque nationale coréenne**

Selon la *Strategy and Delivery Division* du département du Premier ministre et du Cabinet de l'Australie et *Horizons de politiques Canada* (2014), l'utilisation du *soft power* est nécessairement liée à l'image de marque internationale d'une nation et à la construction de celle-ci. Les objectifs de l'utilisation de l'image de marque nationale consistent à projeter une image plus confiante et persuasive du pays sur la scène internationale. Cet outil de stratégie d'influence est notamment utilisé sur les pays voisins, par la formation d'une proximité, d'un lien culturel étroit et de relations commerciales bilatérales. L'image favorable de la Corée du Sud se développe à travers la popularisation de la « vague coréenne », parallèlement à une augmentation de sa réussite économique et culturelle grâce au développement de ses industries culturelles.

### **La diplomatie culturelle**

La diplomatie culturelle est utilisée en Corée du Sud, en premier plan par le gouvernement coréen, puis par les entreprises privées (*chaebols*), afin de développer et de maintenir des relations avec des partenaires étrangers par des actions culturelles. L'objectif de la Corée du Sud est de faire valoir et entendre ses considérations politiques, économiques et stratégiques sur la scène internationale, tout en conservant son nouveau prestige et son attractivité culturelle. Ainsi, sa richesse culturelle devient une stratégie d'attraction pour les entreprises asiatiques. Les actions culturelles entreprises par le gouvernement et les entreprises coréennes, notamment l'investissement du gouvernement coréen dans le tourisme en Corée du Sud (Hae-Joang, 2005), permettent de satisfaire des besoins de communication, d'images et de relations à l'international. La promotion de la culture possède une valeur économique et des enjeux commerciaux liés à l'influence culturelle qu'exerce un pays sur la scène internationale (Busson, 2012).

### **La sémio-pragmatique comme cadre conceptuel**

Dans le cadre de cette recherche, la perspective sémio-pragmatique (Odin, 2011) est envisagée comme approche méthodologique d'observation et

d'analyse des contenus télévisuels coréens, afin de cerner la représentation de la stratégie d'influence sud-coréenne des marchés internationaux. Nous adoptons une posture sémio-pragmatique afin d'observer deux bandes-annonces de séries télévisées issues des K-dramas et deux vidéo-clips de K-pop, que nous analysons comme des textes inclus dans un espace de médiation (ou espace de communication). Cet espace constitue une forme de communication médiatisée et différée qui existe en dehors de nous et qui est construite par son contexte (Odin, 2011). Les vidéo-clips et les séries télévisées sélectionnés sont soumis à un certain nombre de contraintes internes et externes qui nous permettent d'effectuer une analyse logique et limitée de leur production de sens dans la construction d'un espace de communication spécifique (Barrette, 2012).

Inspirée du modèle de Barrette et Boisvert (2013), une grille d'observation et d'analyse en trois axes servira d'outils en vue de l'analyse de contenus. L'objectif méthodologique est l'observation et l'analyse des références culturelles traditionnelle et populaire, de l'image de marque nationale (l'image coréenne sur la scène internationale) et de la diplomatie culturelle (les relations diplomatiques), afin de donner une interprétation de la stratégie de croissance et d'influence axée sur les industries culturelles et médiatiques et utilisée dans les différents contenus de la « vague coréenne ». L'observation de ces dimensions sera effectuée par l'analyse des trois axes : 1) la sémantique et la syntaxique; 2) le genre, le format et le style du texte; et 3) les marqueurs de l'énonciation.

À la suite de l'observation générale, les éléments pertinents et récurrents observés seront analysés à l'aide d'une grille d'analyse par connotation, toujours en lien avec les trois axes d'analyse (voir Annexe 1) : a) l'espace de production, soit la transtextualité du texte; b) l'espace référentiel, soit la sémantico-syntaxique du texte; et c) l'espace de réception, soit la pragmatique du texte. Plus spécifiquement, les catégories d'éléments observés et analysés pour chaque axe seront (Barrette et Boisvert, 2013) :

- 1) Le *plan de la transtextualité* : ce qui met le texte en relation avec d'autres textes et les relations entre les œuvres, soit la métatextualité,

l'architextualité, l'hypertextualité, l'intertextualité, les modèles de production et les contraintes symboliques économiques.

- 2) Le *plan sémantico-syntaxique* : la dimension sémantique qui permet de cerner le rapport avec la réalité (thèmes, personnages et lieux), ainsi que la dimension syntaxique (aspect formel), par l'espace-temps, les personnages, les thèmes.
- 3) Le *plan pragmatique* : les interactions entre le locuteur, son récepteur et le contexte de production de l'énoncé, par le regard-caméra, l'espace spatiotemporel dans la communication, les marques du discours et les scripts écrits.

Ainsi, l'objet d'observation est le contenu télévisuel des principaux produits culturels de la vague coréenne, soit les K-dramas et la K-Pop, qui sont en mesure d'illustrer le *soft power* et l'image de marque nationale coréenne. Afin de solidifier la validité de notre observation, un échantillon spécifique et représentatif des produits culturels sera effectué. Nous observons des produits de K-dramas et de K-Pop produits et diffusés par les principales industries de télédiffusion et de divertissement, soit les chaînes de MBC et SBS et la musique populaire coréenne produite par les industries culturelles du divertissement YG Entertainment et SM Entertainment.

#### *Bandes-annonces de K-dramas*

Afin d'effectuer une analyse complète et valide des contenus télévisuels, les deux principaux produits culturels de la vague coréenne ont été sélectionnés pour l'analyse, soit les K-dramas et les vidéo-clips de K-pop.

Tout d'abord, nous avons présélectionné des dramas coréens contemporains, représentatifs des modèles de *trendy dramas*<sup>3</sup>, *sageuk dramas*<sup>4</sup> et de *fusion*

---

<sup>3</sup> Le *trendy drama* est un modèle de production télévisuel japonais caractérisé par des drames familiaux et des histoires sentimentales qui présentent des valeurs asiatiques. Le *trendy drama* présente des personnages ayant une vie mouvementée et concentrée sur la mode et la consommation (Iwabuchi, 2004).  
<sup>4</sup> Le *sageuk drama* se définit comme une série historique qui se déroule généralement dans l'ère Joseon (1392-1897). Les *sageuk dramas* contemporains visent un public plus féminin et intègrent des thématiques

*dramas*<sup>5</sup>. Parmi les dramas sélectionnés, le critère des chaînes de télédiffusions a permis de cerner les K-dramas ayant été produits et diffusés par les chaînes coréennes MBC et SBS. Parmi les dramas des chaînes MBC et SBS produits et diffusés entre 2012 et 2014<sup>6</sup> et ayant un genre *trendy* ou *fusion dramas*, le critère du format de diffusion a permis de rejeter les dramas de plus d'une saison et ayant plus de 25 épisodes. Enfin, une évaluation des sites de votes et de classements par popularité et des cotes d'écoute a permis de sélectionner deux K-dramas : l'un pour la chaîne MBC et l'autre pour la chaîne SBS. Ces deux dramas ont gagné plusieurs prix et distinctions, notamment le *Seoul International Dramas Awards*. Le corpus choisi est donc :

- 1) *You who came from the stars*. Ce drama de 21 épisodes de 59 minutes de genre « fiction sentimentale et fantastique » a été choisi en raison de la popularité de son genre et de la composition de son scénario, basé sur le modèle des *fusion dramas*. Il a été réalisé par Jang Tae Yu pour la chaîne de télévision SBS, l'une des plus importantes chaînes de communication en Corée du Sud en 2013. Cette série télévisée a été diffusée de décembre 2013 à février 2014. *My lover from the Star* ou *You who came from the stars* a été récipiendaire du prix du « Meilleur drama de l'année » au *Korean Drama Awards 2014*, une cérémonie de récompense des personnalités et des dramas de l'année existant en Corée du Sud depuis 2007 (Soompi France, 2014b). Il est également le gagnant de l'« Excellent Korean Drama 2014 » au *Seoul International Drama Awards*, cérémonie de remise de prix soutenue par le ministère de la Culture, du Sport et du Tourisme coréen et financée par Samsung, Nate, Soompi et SN (Seoul International Drama Awards, 2014). Pour

---

telles que la vie quotidienne des personnages, une histoire centrée sur un personnage féminin et l'intégration de la classe moyenne.

<sup>5</sup> Le *fusion drama* est caractérisé par une actualisation des dramas historiques coréens, ainsi qu'une modernisation des genres et des personnalités des personnages coréens, par l'intégration de valeurs occidentales à un contenu asiatique.

<sup>6</sup> La période d'analyse des contenus télévisuels entre 2012 et 2014 a été choisie arbitrairement en considération de la popularisation internationale de la vague coréenne suite à la diffusion du vidéo-clip Gangnam Style du chanteur coréen PSY (2012), ainsi qu'en considération de l'année de rédaction de travail de recherche (2014).

l'analyse, nous nous sommes concentrées sur les bandes-annonces officielles produites par la chaîne SBS et diffusées sur la chaîne SBS Youtube. Un total de cinq bandes-annonces de 23 à 40 secondes seront analysées.

- 2) *Arang and the Magistrate*. De genre historique avec comédie et action (*sageuk dramas*), ce drama a été produit par le réalisateur Kim Sang Ho et diffusé sur la chaîne de télédiffusion MBC. Composé de 20 épisodes de 70 minutes, il a été diffusé en onde du 17 août 2012 au 18 octobre 2012. *Arang and the Magistrate* est le récipiendaire de l'« Excellent Korean Drama 2013 » de la cérémonie de prix *Séoul International Drama Awards* et est récipiendaire du « Drama supporting Actor Award » par le *Korean Culture Entertainment Awards* et le « Best Couple Award » par le *MBC Drama Awards* (Nautiljon, 2014c). Un total de cinq bandes-annonces d'une durée de 30 à 46 secondes seront analysées.

#### *Vidéo-clips issus de la K-pop*

Comme pour les dramas, nous avons présélectionné plusieurs vidéos-clips afin de choisir des groupes coréens contemporains, représentatifs des groupes féminins et des groupes masculins. Parmi les groupes sélectionnés, le critère des entreprises du divertissement a permis de cerner ceux ayant été produits et diffusés par les entreprises SM Entertainment et YG Entertainment. Parmi les groupes des entreprises SM Entertainment et YG Entertainment ayant produits et diffusés des clips (chansons titres et vidéo-clips) entre 2012 et 2014, le critère du modèle de formation des groupes a permis de rejeter les groupes coréens qui n'entraient pas dans la description officielle de la K-pop, soit les chanteurs solos, les duos et les groupes mixtes. À la suite de cette élimination, le critère de genre du groupe a permis de cerner les groupes masculins et féminins pour chaque entreprise. Enfin, une évaluation des sites de votes et de classements par popularité et des cotes d'écoute ont permis de cerner deux groupes coréens, l'un pour SM Entertainment et l'autre pour YG Entertainment. Les deux groupes ont gagné plusieurs prix et distinctions, notamment le *Mnet Asian Music Awards* (MAMA). Un groupe masculin a été sélectionné pour YG Entertainment, BigBang, étant donné son genre, son respect du modèle de K-

pop (cinq membres), la nationalité coréenne de ses membres, sa popularité en Asie et à l'international, ainsi que la popularité de sa chanson titre *Fantastic Baby* sur les sites de classements et sur YouTube. Un groupe féminin a été sélectionné pour SM Entertainment, Girl's Generation-TTS, étant donné son genre, son respect du modèle de K-pop et sa popularité en Asie et à l'International, ainsi que la popularité de sa chanson titre *Twinkle* sur les sites de classements. Voici donc le corpus de chansons :

- 1) La chanson *Fantastic Baby* du groupe masculin coréen BigBang. Ce groupe composé de cinq hommes a été formé et produit par l'industrie YG Entertainment en 2006. Le clip *Fantastic Baby* a été élu « meilleur vidéo k-pop 2012 » par le 2012 EYK Awards, un site de vote en ligne (EYK, 2012). De plus, le groupe a reçu le prix du « meilleur groupe masculin k-pop 2012 » et le grand prix des « artistes de l'année » par le *Mnet Asian Music Awards 2012* (Allkpop, 2012). Il a également reçu le prix du « Meilleur album de l'année », avec leur album *Alive*, dont la chanson *Fantastic Baby* en est le titre phare, par le 2<sup>nd</sup> *Gaon Chart Kpop Awards 2012* (Daily Kpop News, 2013). Enfin, le 27 mars 2014, le vidéo-clip de *Fantastic Baby* a dépassé la barre des 100 millions de vues sur YouTube. Le groupe BigBang est ainsi devenu le premier groupe coréen à franchir les 100 050 000 vues pour une chanson K-pop (Soompi France, 2014b).
- 2) La chanson *Twinkle* du groupe féminin coréen Girls' Generation. Ce groupe composé de huit femmes a été fondé en 2007 par SM Entertainment et SMTOWN. Le sous-groupe Girls' Generation TTS, composé de trois membres du groupe Girls' Generation, a été fondé en 2012 par SM Entertainment (Nautiljon, 2014d). Le groupe Girls' Generation est récipiendaire du « Best Female Group Award » par le *Mnet Asian Music Awards 2013*, de la « Chanson de l'année » pour leur titre *Twinkle* et de l'« Album de l'année » par le *KBS 2<sup>nd</sup> Gaon Chart K-pop Awards*. En 2014, le groupe reçoit le « K-pop Fans' Choice Female » par le *Mnet Asian Music Awards 2014*, le plus grand festival de musique en Asie créé en 1999 et qui récompense les meilleurs vidéos de l'année (Mwave, 2014).

### **Analyse et résultats : le soft power coréen comme stratégie de croissance et d'influence axée sur les industries culturelles et médiatiques coréennes**

La grille d'observation sémio-pragmatique, inspirée du modèle de Barrette et Boisvert (2013), a permis la construction d'un espace de communication détaillée et efficace dans l'observation et l'analyse de références visuelles de contenus télévisuels de la vague coréenne selon les trois axes sémio-pragmatiques répertoriés. Plusieurs références visuelles ont été identifiées, telles que la présence d'objets culturels, de personnages et de lieux diversifiés, l'utilisation de références à des œuvres culturelles populaires étrangères, la présence de différents modèles de productions asiatiques et internationaux, les contacts entre les vedettes et le spectateur (par le regard et les gestes d'attraction) et la présence de scripts majoritairement en anglais et en coréen (voir Annexe 2).

Dans les vidéo-clips, l'analyse des références visuelles sur le plan sémantico-syntaxique révèle des références associées à la culture sud-coréenne, aux représentations des idéologies et des valeurs coréennes, à l'utilisation de symboles religieux et à des références à la culture populaire japonaise. Dans le vidéo-clip *Fantastic Baby*, divers éléments symboliques ont été identifiés, tels que la présence du *hanbok* traditionnel, de la danse des lions (*Sajach'um*), de bijoux associés au christianisme, la présence du hibou, de la colombe et d'un esthétisme visuel du style *Kawaii*. De son côté, le clip *Twinkle* présente une introduction similaire au *Clip Fadin Star* de Wheesung & Lee Hyori, tout en représentant divers mouvements de danse caractéristiques de la K-pop.

Sur le plan de la transtextualité, le clip *Fantastic Baby* en présente diverses formes, telles que la métatextualité (les gestes symboliques des mangas, les comics américains et les œuvres cinématographiques américaines), l'intertextualité (le logo des Rolling Stones et l'écharpe rouge-blanc-bleue), le modèle de production japonais d'idoles dans la composition des groupes K-pop, les contraintes économiques et culturelles et la promotion de marques. De son côté, le vidéo-clip *Twinkle* présente des formes de métatextualité (la référence au groupe de musiciens jazz du clip *Madonna* du groupe Secret, la

référence au clip *So Hot* des Wonder Girls, avec la prédominance du motif léopard et l'esthétisme visuel du style *Lolitas* de la mode *Kawaii* japonaise), d'intertextualité (l'intégration de différents styles vestimentaires et musicaux de différentes époques), des contraintes symboliques économiques (la publicité *Genie* et la marque Galliano).

Sur le plan pragmatique, le vidéo-clip *Fantastic Baby* intègre plusieurs scripts en coréen et en anglais et présente plusieurs formes de contacts artiste-spectateur, notamment à travers l'utilisation du modèle d'*Otomes* japonais. De son côté, le vidéo-clip *Twinkle* intègre également des scripts en coréen et en anglais, tout en mettant de l'avant la marque de leurs industries culturelles et médiatiques sous diverses plateformes.

Dans les bandes-annonces des dramas, l'analyse des symboles visuels sur le plan sémantico-syntaxique révèle plusieurs références à la culture coréenne. Dans *My love who came from the stars*, la présence du chapeau traditionnel coréen (le *gat*), la représentation de l'identité culturelle et du sentiment d'appartenance asiatique, du sentiment amoureux asiatique, du rôle de la femme et celui de l'homme, ainsi que les thématiques majoritairement abordées sont identifiées par l'observation des objets culturels, des lieux, des personnages et des couleurs. Dans le drama *Arang and the magistrate*, l'analyse du plan sémantico-syntaxique a permis d'identifier les costumes coréens (*hanbok*), les couleurs symboliques, les scènes de combat associées au Tae Kwon Do coréen, la présence de fleurs de pruniers, ainsi que des références culturelles aux représentations de la femme asiatique et à la spiritualité.

Sur le plan de la transtextualité, le drama *My love who came from the stars* présente une forme de transtextualité à travers l'utilisation de l'intertextualité, notamment dans une référence à la spiritualité bouddhiste (Yin-Yan), tandis que le drama *Arang and the magistrate* ne présente aucune forme de transtextualité dans son contenu télévisuel.

Enfin, sur le plan pragmatique, le drama *My love who came from the stars* présente une référence associée au modèle de production du *fusion drama*. De

son côté, le drama *Arang and the magistrate* présente une utilisation de scènes comiques et humoristiques, caractéristiques du *Sageuk drama*, tandis que son histoire est basée sur une légende coréenne, afin de créer un espace spatiotemporel dans lequel le spectateur coréen se sent directement impliqué.

### **Conclusion**

À la suite de la conceptualisation du mouvement *Hallyu* (« vague coréenne ») en Corée du Sud et de l'analyse et l'interprétation du concept de *soft power* asiatique dans les contenus télévisuels des industries culturelles et médiatiques coréennes, il en ressort une compréhension plus approfondie et détaillée de l'utilisation des dimensions des références culturelles, de l'image de marque nationale et de la diplomatie culturelle dans la construction des contenus visuels et médiatiques. Compte tenu de l'importance de la stratégie de croissance et d'influence axée sur les industries culturelles et médiatiques en Corée du Sud, notamment dans son développement économique et culturel à l'international, la compréhension du fonctionnement du *soft power* asiatique permet de mieux observer et interpréter les relations politiques et économiques entre la Corée du Sud et ses pays voisins.

## Références

- Barjot, D. (2011). Le développement économique de la Corée du Sud depuis 1950. *Les Cahiers de Framespa*, 8. Récupéré de <https://framespa.revues.org/899>
- Barrette, P. (2012). Le dispositif télévisuel de la version québécoise de *Tout le monde en parle*. *Tic&société*, 6(1). Récupéré de <http://ticetsociete.revues.org/1237>
- Bidet, E. (2013). La construction du « *soft power* » : l'exemple de la Corée du Sud. *CERISCOPE Puissance*. Récupéré de <http://ceriscope.sciences-po.fr/puissance/content/part2/la-construction-du-soft-power-l-exemple-de-la-coree-du-sud?page=2>
- Boisvert, K. (2013). *Esthétique et pragmatique de la série contemporaine québécoise : le cas des Invincibles* (Mémoire de maîtrise, Université du Québec à Montréal, Montréal). Récupéré de <http://www.archipel.uqam.ca/5981/>
- Bouillaguet, É. (2012). Roger Odin, les espaces de communication : introduction à la sémio-pragmatique. La théorie des industries culturelles (et informationnelles), composante des SIC. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 1. Récupéré de <http://rfsic.revues.org/199>
- Busson, M-P. (2012). L'impact de la mondialisation sur la culture au Québec. *La diplomatie culturelle : levier stratégique au cœur des luttes d'influence?*, 11. Récupéré de [http://www.leppm.enap.ca/leppm/docs/Rapports\\_culture/Rapport\\_%C3%A9volutif\\_Culture\\_11\\_final2.pdf](http://www.leppm.enap.ca/leppm/docs/Rapports_culture/Rapport_%C3%A9volutif_Culture_11_final2.pdf)
- Cellie. (2012). La construction du modèle de la K-pop et la conquête des marchés. *Le soft power de la Corée du Sud. Partie 2*. Récupéré de <http://www.cellie.fr/2012/12/19/soft-power-coree-sud-kpop/>

- Chông-su, K. (2004). La Corée du Sud de la Vague coréenne. *Culture Coréenne*, 1(68). Récupéré de [http://france-coree.pagesperso-orange.fr/art\\_lit/vague.htm](http://france-coree.pagesperso-orange.fr/art_lit/vague.htm)
- Cornu, G., Le Cam, G., Maurey, H. et Nicoux, R. (2012). La Corée du Sud : richesse d'un pays développé, dynamisme d'un pays émergent. *Rapport d'information : commission de l'économie, du développement durable et de l'aménagement du territoire*, 388. Repéré de [http://www.senat.fr/rap/r11-388/r11-388\\_mono.html#toc1](http://www.senat.fr/rap/r11-388/r11-388_mono.html#toc1)
- Daily Kpop News. (2013, 13 février). Winners from the 2<sup>nd</sup> Gaon Chart JPOP Awards 2012. *Daily Kpop News*. Récupéré de <http://www.dkpopnews.net/2013/02/winners-from-2nd-gaon-chart-kpop-awards.html>
- Dayez-Burgeon, P. (2011). *Les Coréens*. Paris, France : Les Éditions Tallandier.
- Gomichon, M. (2013, 8 mars). Joseph Nye on Soft Power. *E-International Relations Students*. Récupéré de <http://www.e-ir.info/2013/03/08/joseph-nye-on-soft-power/>
- Hae-Joang, C. (2005). Reading the "Korean Wave" as a Sign of Global Shift. *Korea Journal*. Récupéré de [http://www.ekoreajournal.net/issue/view\\_pop.htm?Idx=3359](http://www.ekoreajournal.net/issue/view_pop.htm?Idx=3359)
- Hong-Mercier, S-K. (2005). L'État et la télévision sud-coréenne. Une télévision sans service public?. *Médiamorphoses*, 116-122. Récupéré de [http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/23477/2005\\_HS\\_1\\_15.pdf?sequence=1](http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/23477/2005_HS_1_15.pdf?sequence=1)
- Hong-Mercier, S-K. (2011). Hallyu, la vague du soft power coréen. *Ina Expert*. Récupéré de <http://www.ina-expert.com/e-dossier-de-l-audiovisuel-asie-medias-et-soft-power/hallyu-la-vague-du-soft-power-coreen.html>

- Horizons de politiques Canada/Strategy and Delivery Division (Australie). (2014). *L'avenir de l'Asie : forces de changement et surprises potentielles. (Étude prospective collaborative 2013)*. Récupéré de [http://www.horizons.gc.ca/sites/default/files/Publication-alt-format/version\\_pdf\\_0240\\_2.0mb\\_64pages\\_0.pdf](http://www.horizons.gc.ca/sites/default/files/Publication-alt-format/version_pdf_0240_2.0mb_64pages_0.pdf)
- Hui-yeon, Kim. (2014). Le Soft power sud-coréen en Asie du Sud-Est : une théologie de la prospérité en action. *IRASEC*, 25. Récupéré de <http://www.irasec.com/ouvrage114>
- Iwabuchi, K. (2004). *Feeling Asian Modernities: Transnational Consumption of Japanese TV Dramas*. Hong Kong, Chine : Hong Kong University Press.
- Leveau, A. (2011). L'essor du tigre : les ambitions sud-coréennes en Asie du Sud-Est. *L'Asie du Sud-Est*. Récupéré de [https://www.academia.edu/616218/Lessor\\_du\\_tigre\\_Les\\_ambitions\\_sud-cor%C3%A9ennes\\_en\\_Asie\\_du\\_Sud-Est](https://www.academia.edu/616218/Lessor_du_tigre_Les_ambitions_sud-cor%C3%A9ennes_en_Asie_du_Sud-Est) [The Surge of the Tiger The South Korean Ambitions in Southeast Asia](https://www.academia.edu/616218/Lessor_du_tigre_Les_ambitions_sud-cor%C3%A9ennes_en_Asie_du_Sud-Est)
- Mwave. (2014). *2014 MAMA: The greatest music festival in Asia, where Music Makes One- Mnet Music Awards!*. Mwave. Récupéré de <http://mama.interest.me/2014mama/about?type=about>
- Mayer, F. (2011). Le « soft power » des États fédérés et de la Chine. *Laboratoire d'étude sur les politiques publiques et la mondialisation*, 4(3). Récupéré de [http://www.leppm.enap.ca/leppm/docs/Cahier%20recherche/Cahier%20de%20recherche\\_Mayer\\_juin2011.pdf](http://www.leppm.enap.ca/leppm/docs/Cahier%20recherche/Cahier%20de%20recherche_Mayer_juin2011.pdf)
- Nautiljon. (2014a). YG Entertainment en première position du divertissement. *Nautiljon*. Récupéré de <http://www.nautiljon.com/breves/yg+entertainment+en+premi%C3%A8re+position+du+divertissement,225.html>

- Nautiljon. (2014b). You Who Came From the Stars. *Nautiljon*. Récupéré de <http://www.nautiljon.com/dramas/you+who+came+from+the+stars.html>
- Nautiljon. (2014c). Arang and the Magistrate. *Nautiljon*. Récupéré de <http://www.nautiljon.com/dramas/arang+and+the+magistrate.html>
- Nautiljon. (2014d). Girls' Generation-TTS. *Nautiljon* Récupéré de <http://www.nautiljon.com/people/girls+generation-tts.html>
- Odin, R. (2000). *De la fiction*. Bruxelles, Belgique : Éditions de Boeck Supérieur.
- Odin, R. (2011). *Les espaces de communication : introduction à la sémiopragmatique*. Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble.
- Picciau, K. (2010). Culture et « soft power » : *Ina Global*. Récupéré de <http://www.inaglobal.fr/idees/note-de-lecture/joseph-s-nye-jr/soft-power/culture-et-soft-power>
- Sénat. (2004). *Économie et culture : le cas de la Corée du Sud. (Compte rendu d'un déplacement d'une délégation du groupe sénatorial d'amitié France-Corée du Sud)*. Récupéré de [http://www.senat.fr/ga/rapport\\_coree/rapport\\_coree0.html](http://www.senat.fr/ga/rapport_coree/rapport_coree0.html)
- Seoul International Drama Awards. (2014). Winners: Outstanding Korean Drama Prize Category. *Seoul International Drama Awards*. Récupéré de <http://www.seouldrama.org/EN/archive/AwardsSpecial2014.aspx>
- Shim, D. (2006). Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia. *Media, Culture & Society*. Récupéré de <http://www.ina-expert.com/e-dossier-de-l-audiovisuel-asie-medias-et-soft-power/l-hybridite-et-l-essor-de-la-culture-populaire-coreenne-en-asie.html>

- Shim, D. (2011). Waxing the Korean Wave. *Asia Research Institute*, 158. Récupéré de [http://www.ari.nus.edu.sg/docs/wps/wps11\\_158.pdf](http://www.ari.nus.edu.sg/docs/wps/wps11_158.pdf)
- Shin, Gi-Wook. (2003). The Paradox of Korean Globalization. *Asia/Pacific Research Center*, 1-24. Récupéré de <http://iis-db.stanford.edu/pubs/20125/Shin.pdf>
- Soompi France. (2014a). Palmarès des Korean Drama Awards 2014. *Soompi France*. Récupéré de <http://www.soompi.com/fr/2014/10/02/palmares-des-korea-drama-awards-2014/>
- Soompi France. (2014b). Le MV de « Fantastic Baby » des BIGBANG atteint les 100 millions de vues. *Soompi France*. Récupéré de <http://www.soompi.fr/2014/03/27/fantastic-baby-des-bigbang-atteint-les-100-millions-de-vues/>
- Tait, J. (2005). *Segyehwa: The Globalization of Seoul*. Récupéré de <http://www.ucalgary.ca/ev/designresearch/projects/Evds723/seoul.pdf>
- Teo Chu Cheow, E. (2004). La Chine soft power régional. *Politique étrangères*, 4. Récupéré de [http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/polit\\_0032-342X\\_2004\\_num\\_69\\_4\\_1113](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/polit_0032-342X_2004_num_69_4_1113)
- Thévenet, S. (2012, mai). Les séries télévisées mondialisent la culture sud-coréenne. *Le monde diplomatique*. Récupéré de <http://www.monde-diplomatique.fr/2013/05/THEVENET/49075>
- Tuk, W. (2012). *The Korean Wave: Who are behind the success of Korean popular culture?* (mémoire de maîtrise, Leiden University, Pays-bas). Récupéré de <https://openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/20142/hallyu%20version%207.pdf?sequence=1>.

UNESCO. (2006). *Tendances des marchés audiovisuels : perspectives régionales-vues du sud*. Récupéré de [http://www.acpcultures.eu/\\_upload/ocr\\_document/UNESCO\\_TendanceMarchesAudiovSud\\_2006.pdf](http://www.acpcultures.eu/_upload/ocr_document/UNESCO_TendanceMarchesAudiovSud_2006.pdf)

ALLKPOP. (2012, novembre). *Winners from the “2012 Mnet Asian Music Awards”*. Récupéré de <http://www.allkpop.com/article/2012/11/winners-from-the-2012-mnet-asian-music-awards>

**ANNEXE 1**  
**Grille d'observation sémio-pragmatique**

Modèle de Barrette et Boisvert (2013)

<b>Sémantique/syntaxique – référentiel</b>	<b>Transtextualité – production</b>	<b>Pragmatique – réception</b>
<i>L'espace-temps :</i> - Les objets culturels - Le temps (marques du temps jour, époque, histoire) - les lieux - Les couleurs - La narration (qui raconte l'histoire; extérieur ou intérieur au plan?)	<i>Métatextualité :</i> références à d'autres œuvres de la culture populaire	Le regard-caméra
<i>Les personnages</i>	<i>Architextualité :</i> utilisation des conventions télévisuelles	Les marques du discours
<i>Les lieux</i>	<i>Hypertextualité :</i> références parodiques des œuvres cinématographiques	Les scripts écrits
	<i>Intertextualité :</i> relation d'intertextualité avec d'autres textes	L'espace spatiotemporel dans la communication
	<i>Modèles de production :</i> modèle japonais-américain, quels sont les industries et les logos-marques présents dans le clip-vidéo?	
	<i>Contraintes symboliques et économiques de production</i>	

## ANNEXE 2

## Tableau du corpus d'analyse : K-dramas et K-Pop

K-dramas	<i>You who came from the stars</i> (2013)	<i>Arang and the magistrate</i> (2012)
<b>Chaîne de télédiffusion</b>	SBS : chaîne Youtube SBS NOW	MBC : chaîne Youtube
<b>Genre</b>	Drama sentimental-fantastique	Drama historique avec comédie d'action
<b>Format</b>	5 bandes-annonces d'entre 23 et 40 secondes, un total d'environ 1 min 50 sec	1 bande-annonce officielle de 10 min
<b>Popularité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- « Meilleur drama de l'année » au <i>Korean Drama Awards 2014</i></li> <li>- « Excellent Korean Drama 2014 » au <i>Seoul International Drama Awards</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- « Excellent Korean Drama 2013 » au <i>Seoul International Drama Awards</i></li> <li>- « Drama supporting Actor Award » au <i>Korean Culture Entertainment Awards</i></li> <li>- « Best Couple Adward » au <i>MBC Drama Adwards</i></li> </ul>
<b>Durée</b>	21 épisodes de 59 min	20 épisodes de 70 min
<b>Lien en coréen</b>	<a href="#">Lien Vidéo</a>	<a href="#">Lien Vidéo</a>
K-Pop	<i>BigBang (2012)</i>	<i>Girls' Generation- TTS (201 2)</i>
<b>Chaîne de télédiffusion</b>	YG Entertainment	SM Entertainment
<b>Genre</b>	Boys band de 5 membres	Girls band de 3 membres (sous-groupe de Girls' Generation, 8 membres)
<b>Format</b>	1 vidéo-clip de leur chanson <i>Fantastic Baby</i> (page Youtube)	1 vidéo-clip de leur chanson <i>Twinkle</i> (page Youtube)

	BIGBANG)	SMTOWN)
<b>Popularité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- « Meilleur vidéo kpop 2012 » au 2012 <i>EYK Awards</i></li> <li>- « Meilleur groupe masculin kpop 2012 »</li> <li>- « Artistes de l'année » au <i>Mnet Asian Music Awards (MAMA) 2012</i></li> <li>- « Meilleur album de l'année » pour leur album <i>Alive</i>, au 2<sup>nd</sup> <i>Gaon Chart Kpop Awards 2012</i></li> <li>- Le MV de <i>Fantastic Babya</i> franchit la barre des 100 millions de vues sur YouTube; le groupe <i>BigBang</i> devient le premier groupe coréen à franchir les 100 050 000 vues pour une chanson kpop</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- « Best Female GroupAward » au <i>Mnet Asian Music Adwards 2013</i></li> <li>- « Chanson de l'année » pour leur titre <i>Twinkle</i></li> <li>- « Album de l'année » au <i>KBS 2<sup>nd</sup> Gaon Chart K-pop Awards</i></li> <li>- « K-POP Fans' Choice Female » au <i>Mnet Asian Music Adwards 2014</i></li> </ul>
<b>Durée</b>	3:59 minutes	4:22 minutes
<b>Lien en coréen</b>	<a href="#">Lien Vidéo</a>	<a href="#">Lien Vidéo</a>

## LE PANAFRICANISME DE WILLIAM EDWARD BURGHARDT DU BOIS : ENTRE RÉALISME ET UTOPIE

Elie Mambou  
Université de Rouen

**Résumé :** *William Edward Burghardt Du Bois est un des écrivains et penseurs africains-américains les plus influents du XX<sup>e</sup> siècle et l'un des précurseurs du mouvement panafricain. Aux États-Unis et en Afrique subsaharienne, de nombreux écrits lui ont été consacrés. À titre d'exemple, au cours de la décennie 1990-2000, plusieurs communications ont porté sur cet écrivain à Brazzaville (Congo), à Ouagadougou (Burkina Faso), à Nairobi (Kenya) et à Douala (Cameroun), lors de symposiums au mois de février qui, outre-Atlantique, est le mois de l'histoire afro-américaine. Cet article traite du panafricanisme de W. E. B. Du Bois et tente de démontrer l'influence de celui-ci sur les élites intellectuelles africaines et caribéennes. Il situe ce mouvement dans son contexte sociohistorique. À travers ses œuvres, Du Bois traite de l'identité de la diaspora noire. Il est fondamental de rappeler que Du Bois fut un des premiers penseurs panafricains à mettre en évidence et à valoriser les concepts de diaspora africaine et d'afrocentrisme.*

**Mots-clés :** *panafricanisme ; États-Unis ; idéologie ; diaspora ; nationalisme.*

**Abstract:** *William Edward Burghardt Du Bois is one of the most influent African-American writers and thinkers of the XX<sup>th</sup> century and is one of the forerunners of the Panafrican movement. In the United States and in Sub-Saharan Africa, many writings have been devoted to him. For instance, during the decade 1990-2000, many lectures were given about this writer, mainly in Brazzaville (Congo), in Ouagadougou (Burkina Faso), in Nairobi (Kenya), and in Douala (Cameroon), during Symposiums in February, which is considered overseas as the Black history month. This article deals with W. E. B. Du Bois' vision of Panafricanism and tries to show his influence on the African and Caribbean intellectual elites. The article also replaces this movement in its sociohistorical context. Throughout his writings, Du Bois depicts the identity of the Black diaspora. It is essential to remind that Du Bois was one of the first Panafrican thinkers to highlight and prize the concepts of Black diaspora and Afrocentrism.*

**Keywords:** *panafricanism, United States, ideology, diaspora, nationalism.*

## Introduction

Ce travail se présente comme une réflexion sur le concept du *panafricanisme* à travers le prisme de l'œuvre de William Edward Burghardt Du Bois. Il a pour objectif d'analyser la vision panafricaine de Du Bois, son influence, ainsi que sa conception de l'unité culturelle et politique du peuple noir – qui constitue la pierre angulaire de ce mouvement. S'il est un intellectuel qui aborde sans complaisance la question de l'identité noire et de l'affirmation de celle-ci, c'est bien Du Bois<sup>1</sup>. Il importe tout d'abord que le terme *panafricanisme* soit clarifié. L'*Encyclopædia Universalis* (1996) définit le *panafricanisme* comme « une doctrine politique qui tend à réaliser l'unité des peuples africains ». Le terme semble également désigner « un mouvement politique, social et culturel tendant à regrouper et à rendre solidaires les nations du continent africain. Il met l'accent sur la création des fédérations et sur l'unification des Africains et des descendants de ceux-ci ». Il est fondamental de souligner que deux des principaux objectifs du panafricanisme étaient le réexamen de l'histoire africaine dans une perspective africaine et, comme par opposition à une perspective pro-occidentale et le retour aux conceptions traditionnelles africaines de la culture, de la société et des valeurs. Cependant, même si Du Bois a joué un rôle primordial dans la construction d'une identité culturelle noire, saluée par les élites intellectuelles africaines, antillaises et africaines-américaines – Léopold Sédar Senghor (1948), David Diop (1948), John Pepper Clark (1964), Wole Soyinka (1960), Léon Gontran Damas (1948), Edouard Glissant (1956), Aimé Césaire (1950), René Maran (1946), Claude McKay (1932), James Baldwin (1955), Richard Wright (1954) ou Langston Hughes (1959), pour ne citer que ceux-là –, ses idées et sa vision du panafricanisme ont parfois été fustigées.

Cet article propose un regard pluridisciplinaire associant l'histoire et la sociologie critique afin de saisir la portée de son idéologie. Il me semble pertinent, dans un premier temps, de situer le mouvement panafricain dans

---

<sup>1</sup> Né en 1868 à Great Barrington, un petit village du Massachusetts, William Edward Burghardt Du Bois est l'un des rares Africains-Américains à pouvoir faire de longues études dans les universités de Fisk (Tennessee) et de Berlin. Du Bois est docteur en philosophie de l'Université d'Harvard, avec sa thèse sur « la suppression de la traite négrière africaine aux États-Unis de 1638-1870 », thèse publiée en 1896 dans le premier numéro de *Harvard Historical Studies* et rééditée en 1969 (New York, Shocken). Il a enseigné la sociologie aux universités de Pennsylvanie et d'Atlanta.

son contexte sociohistorique. Dans un second temps, j'examinerai la conception du projet panafricaniste chez Du Bois et les divergences idéologiques au sein de ce mouvement. Seront également abordés les concepts de *diaspora* et d'*afrocentricité*, inhérents à la construction identitaire du peuple noir.

### **W. E. B. Du Bois et le mouvement panafricain**

Le panafricanisme est par essence un mouvement idéologique. C'est une vision sociale et politique de la société : il unit les peuples « noirs » au-delà de leurs origines géographiques et de leurs différences linguistiques.

À l'origine simple manifestation de solidarité entre Noirs d'ascendance africaine implantés en Amérique du Nord et dans les Caraïbes, le panafricanisme est né hors des limites géographiques du continent africain. Il est fondé entre la fin du XIX<sup>e</sup> et le début du XX<sup>e</sup> siècle par une poignée d'intellectuels africains-américains et caribéens, dont, entre autres, de W. E. B. Du Bois, George Padmore, Jean Price-Mars, Henry Sylvester Williams, James Weldon Johnson, Booker Taliaferro Washington et de Marcus Garvey.

Pour les peuples « noirs » opprimés des Amériques, le mouvement avait pour but d'affirmer leur dignité et leurs droits au nom de la justice. Il s'agissait d'affirmer leur identité, leur liberté, leur droit au travail, à l'amour, à l'égalité et au respect, d'assumer leur culture et leur passé (Diop, 1981). En 1919, le docteur William E. B. Du Bois, un des chantres du panafricanisme, écrivait : « Le mouvement africain signifie pour nous ce que le mouvement sioniste doit obligatoirement signifier pour les Juifs : la centralisation de l'effort racial et la reconnaissance d'une souche raciale » (cité dans Senghor, 1964, p. 12). Cette revendication identitaire permettrait aux Noirs d'affirmer une conception d'eux-mêmes qui contribuerait à leur élévation sociale et politique en tant que groupe. Ce qui est ici désigné par « groupe » renvoie à un ensemble d'individus qui partagent une histoire et une origine géographique communes. Ce terme réfère également à tous ceux qui, victimes directes ou indirectes de l'oppression, ont eu à reconstruire leur identité, à faire entendre leur voix, à revendiquer un statut et une place dans la société.

Le concept s'est développé en réaction aux conséquences du

démantèlement progressif de l'esclavage et, notamment, aux conditions sociales et économiques des Noirs dans le sud des États-Unis. Il faut dire que l'esclavage et la colonisation étaient synonymes d'asservissement et de persécutions, de discrimination et d'ostracisme, d'exploitation, de subordination et d'un sentiment d'infériorité.

Du Bois voulait défendre les droits des Africains-Américains à l'éducation et à une égalité judiciaire, de façon à acquérir une visibilité politique et économique. Il considérait que les Noirs américains devraient se battre pour obtenir l'égalité plutôt que de subir passivement la ségrégation et la discrimination. Selon lui, les écoles noires devraient offrir des cours d'arts libéraux<sup>2</sup>, nécessaires pour créer une élite dirigeante. Aussi, il estimait que seule l'unicité des âmes du peuple noir pouvait créer une identité collective par l'intermédiaire d'une voix collective (Du Bois, 1959). Comme le rapporte Magali Bessone (2007) :

Du Bois veut donner une unité au peuple noir, en lui donnant une voix singulière, capable tout à la fois de revendiquer une place politique, sociale et économique. Il demande l'égalité complète et l'accroissement de la représentation politique qui, selon lui, ne pouvait [sic] venir que de l'élite intellectuelle africaine-américaine (p. 292).

Pour Du Bois (1959), les satisfactions matérielles doivent passer après la lutte pour la justice et pour l'égalité des droits civiques, et le progrès social, économique et politique est lié à l'unité des Africains-Américains. Il insiste par ailleurs sur la nécessité d'une éducation plus diversifiée et universelle. En ce sens, il affirme : « *Negroes should have access to all levels of education including the highest* » (Du Bois, 1935, p. 103). L'école joue donc un rôle essentiel dans la formation des élites intellectuelles africaines et africaines-américaines.

---

<sup>2</sup> Le terme *arts libéraux* désigne les disciplines intellectuelles fondamentales dont la connaissance depuis l'Antiquité hellénistique et romaine était réputée indispensable à l'acquisition de la haute culture. Les arts libéraux étaient regroupés en deux cycles : le trivium, comprenant la grammaire, la rhétorique et la dialectique; et le quadrivium, comprenant les quatre branches des mathématiques, soit l'arithmétique, la géométrie, l'astronomie et la musique (*Encyclopedia Universalis*. Corpus 3, 1996).

D'une manière générale, le mouvement panafricain s'inscrit dans une lutte identitaire et dans une quête de visibilité culturelle, économique et politique. On peut donc constater que, chez Du Bois, le panafricanisme reflète une vision sociale, culturelle et politique. Or il faut aussi souligner que la construction de l'unité culturelle et politique du peuple noir a généré des divergences idéologiques; en d'autres termes, il y avait deux courants au sein du mouvement panafricain : d'un côté les pacifistes, comme Du Bois, Price-Mars, Williams, Johnson ou Washington et, de l'autre, les radicaux, tels Garvey, Diagne ou Padmore.

Les premiers voulaient une lutte non violente, une prise de conscience du peuple noir d'Afrique<sup>3</sup> et des Amériques; les seconds suggéraient l'action directe et une lutte armée. Ceux-ci voulaient également une rupture complète avec le passé institutionnel et politique de leur pays : inciter les peuples des colonies à se révolter, à expulser les colons des territoires occupés, à rejeter la suprématie occidentale et à combattre l'obscurantisme. Ils étaient anticolonialistes et anticommunistes. Par exemple, Diagne rejetait *Le Manifeste de Londres*, accusé d'être d'essence communiste, et Padmore considérait que les communistes étaient trop indulgents avec les colonisateurs européens.

Leur message semble avoir fait écho, par exemple au cours de la décennie 1940-1950, de nombreux chefs de tribus belliqueux se sont révoltés contre des colons en Afrique subsaharienne, notamment au Bénin, au Ghana, au Tchad, au Congo et au Cameroun – révolte attribuable aux conditions sociales et psychologiques qui leur étaient imposées (Diop, 1954).

Chez Garvey, cette radicalité se manifeste aussi par le fait qu'il est partisan de profondes réformes de la société américaine. Il lance le mouvement du « *Come back Africa* » (retour en Afrique des Noirs américains), qui traduit ses aspirations révolutionnaires. D'ailleurs, son projet de construction d'un paquebot, la *Black Star Line*, en vue de rapatrier tous les Africains-

---

<sup>3</sup> Il faut dire que Du Bois a une relation particulière avec le continent africain. Dans *Dusk of Dawn* (1986), il déclare : « Le lien qui m'unit à l'Afrique est fort. Sur ce vaste continent est née et a vécu une large proportion de mes ancêtres directs, pendant plus d'un millier d'années. La marque de leur héritage est imprimée dans ma couleur et dans mes cheveux » (p. 639).

Américains en Afrique où, selon lui, ils seraient plus en sécurité, n'a pas connu de succès, car jugé trop irréaliste.

Price-Mars a une conception différente du panafricanisme. Il incarne, en effet, le panafricanisme culturel. Il souhaite la création d'un centre de recherche qui formerait des intellectuels noirs (en l'occurrence des ethnologues, des sociologues et des historiens). Dans *La vocation de l'élite* (1919), il prône le développement d'un nationalisme culturel et insiste sur les apports des cultures noires à la civilisation mondiale, la musique en est le meilleur exemple. Cet ouvrage étudie les fondements à la fois historiques et folkloriques de la culture africaine.

Pionnier de son temps, Price-Mars reste très actuel et est un fervent défenseur de la culture africaine. Au-delà d'un discours savant sur l'Afrique, il élabore un nouveau modèle esthétique inspiré de faits historico-culturels et profondément ancré dans la société africaine.

Du Bois et Garvey ne partagent pas la même vision du panafricanisme. Tout d'abord, Du Bois est un communiste, athée, alors que Garvey est profondément religieux. Ensuite, Garvey a acquis une plus grande audience populaire liée, vraisemblablement, à la teneur plus radicale de son message et à son ancrage fort dans le domaine religieux. Panafricaniste radical, il encourage les mouvements nationalistes dans les colonies (Kesteloot, 1967). Il est partisan des formes les plus violentes de la contestation sociale, et c'est la raison pour laquelle il entre en conflit non seulement avec Du Bois, mais également avec les autorités américaines. Considéré comme un étranger indésirable aux États-Unis, il est incarcéré puis déporté vers la Jamaïque en 1927 (Royot, 1993). Enfin, sur le plan économique, Garvey veut voir émerger des capitalistes noirs (aux États-Unis et en Afrique) susceptibles de rivaliser avec leurs confrères occidentaux. Il critique l'orientation « socialiste » et l'élitisme de Du Bois.

Washington, premier Africain-Américain à être invité à la Maison-Blanche, par Théodore Roosevelt en 1901, veut plutôt encourager ses confrères à acquérir une formation professionnelle. Par ailleurs, il soutient que les Noirs du Sud des États-Unis devraient se soumettre à la domination politique blanche en échange d'une éducation et des opportunités économiques (métiers, apprentissage et qualification professionnelle) dans les domaines

du commerce, de l'agriculture ou de la mécanique. De ce point de vue, la lutte pour les droits civiques ou la formation intellectuelle ne sont que des illusions (Bessone, 2007). C'est dans cette optique qu'il crée l'Institut professionnel de Tuskegee. Ainsi, il explique :

Aucune race ne peut prospérer, si elle n'apprend pas qu'il y a autant de dignité à labourer un champ qu'à écrire un poème. C'est au bas de la vie que nous devons commencer, pas au sommet. [...] Les plus sages de ma race comprennent que l'agitation autour des questions d'égalité sociale relève de la plus extrême folie, et que le progrès dans la jouissance de tous les privilèges que nous obtiendrons sera le résultat d'un combat difficile et quotidien plutôt que celui d'un passage en force artificiel. Aucune race qui apporte une contribution aux marchés du monde ne reste longtemps, de quelques manières que ce soit, ostracisée. Il est important et il est juste que tous les privilèges de la loi nous soient donnés, mais il est bien plus important encore que nous soyons préparés à l'exercice de ces privilèges. L'opportunité de gagner un dollar dans une usine maintenant vaut infiniment plus que l'opportunité de dépenser un dollar dans un opéra (Washington, cité dans Bessone, 2007, p. 282).

En clair, Washington prône une éducation « manuelle » et « technique », qui permettrait aux Noirs de s'installer à leur propre compte et de constituer une classe moyenne, voire une petite bourgeoisie financièrement indépendante. La « culture de l'esprit » est un superflu qui peut attendre : il faut concentrer ses efforts sur la promotion économique du groupe ethnique et accepter la discrimination pendant un certain temps, ce qui permettra, d'après lui, de gagner le respect de l'homme blanc (Diop, 1981). Du Bois ne partage pas ce point de vue et affirme, dans *Black Reconstruction in America* (1935), que la stratégie de Washington ne ferait que perpétuer l'oppression au lieu de libérer l'homme noir.

Cette opposition idéologique rend parfaitement compte de la diversité des aspects d'un courant de pensée qui s'est développé des Amériques vers l'Afrique subsaharienne.

### **L'affirmation identitaire chez W. E. B Du Bois**

Le problème du XX<sup>e</sup> siècle est le problème de la ligne de partage des couleurs – de la relation entre des races d'hommes plus sombres et des races d'hommes plus claires, en Asie, en Afrique, en Amérique et sur les îles océaniques (Bessone, 2007, p. 395).

Chez Du Bois, la ligne de partage des couleurs fait référence aux relations inter-ethniques; le « voile de couleur » est aussi appelé le « voile d'appartenance » à un groupe ethnique (Bessone, 2007). Ainsi, *The Souls of Black Folks* (1903) préfigurait le combat des Africains-Américains pour la lutte contre la ségrégation raciale et l'égalité des droits : à la fois traité de sociologie sur la condition des Africains-Américains, odyssée anthropologique sur l'identité noire, poème en prose sur la douleur, cet ouvrage est une clé essentielle pour saisir l'essence de la lutte d'une minorité ethnique contre l'oppression, mais également sa vision de la société américaine.

Du Bois se sent solidaire de la masse populaire noire brimée et déshéritée, car le paria qu'est l'homme noir dit « affranchi » est dépourvu de droit de vote et de protection légale au sein de la société américaine. Godfrey Hodgson soutient, dans un ouvrage intitulé *De l'inégalité en Amérique* (2008), que l'Amérique semble avoir oublié la promesse de ses pères fondateurs (The Founding Fathers), George Washington, Benjamin Franklin, Alexander Hamilton et James Madison, entre autres, qui lancèrent cette aventure unique et improbable qu'est la fondation d'un pays libre et démocratique : les États-Unis, terre des opportunités pour tous. Magali Bessone (2007) corrobore cette hypothèse lorsqu'elle écrit :

Le problème fondamental des États-Unis après la guerre de Sécession est d'assurer la coexistence des races différentes au sein d'un même système démocratique qui, puisque tous les hommes « sont créés égaux et sont dotés par leur créateur de droits inaliénables » selon la formulation de Jefferson dans la déclaration d'Indépendance (1776), est supposé assurer à tous les mêmes droits (p. 295).

Cependant, dans une société américaine fragmentée et profondément

inégalitaire, ces principes fondamentaux de la Déclaration de l'indépendance semblent être un leurre (Halimi, 1992). C'est pourquoi Du Bois, esprit cosmopolite ayant fait ses études en Allemagne et ayant vécu de longues années à l'étranger, invite ses confrères à renouer avec leurs origines africaines et leur fait prendre conscience de l'état d'aliénation culturelle auquel ils se sont résignés. Il évoque très souvent la « double-conscience » des Africains-Américains, c'est-à-dire la capacité et la nécessité pour eux de s'accepter à la fois comme Africains et comme Américains. C'est le point d'équilibre vers lequel converge l'Amérique, avec le concept d'*Africain-Américain* qui traduit une double identité, symbolisée par le trait d'union (Royot, 1993). *The Souls of Black Folks* (1903) rassemble donc la pensée de Du Bois autour de ces deux concepts, au travers des analyses tirées de ses recherches et de sa propre expérience, ou simplement de son imagination. De même, le Mouvement du Niagara est le précurseur et l'inspirateur direct de la *National Association for the Advancement of Colored People* (NAACP). Cette organisation a été lancée par Du Bois dans le but de revendiquer les droits des Africains-Américains :

Nous ne devons pas accepter d'être lésés, ne fusse que d'un iota, de nos pleins droits d'homme.

Nous revendiquons tout droit particulier appartenant à tout Américain né libre au point de vue politique, civil et social; jusqu'à ce que nous obtenions tous ces droits, nous ne devons jamais nous arrêter de protester et d'assaillir la conscience américaine (cité dans Kesteloot, 1967, p. 14-15).

C'est par ce mouvement que Du Bois a organisé de nombreux congrès et marches de protestation dans le pays. Jean Price-Mars, James Weldon Johnson, Ralph Ellison et bien d'autres ont reconnu son dynamisme, ainsi que la pertinence et la profondeur de ses textes (Kesteloot, 1967). Aussi, son influence sur les penseurs panafricains dans les Caraïbes et en Afrique est incontestable. Nous aborderons ce sujet dans la section qui suit.

### **L'héritage culturel : l'influence idéologique de W. E. B. Du Bois**

Du Bois a influencé l'histoire des idées politiques en Afrique subsaharienne. Dans les années 1920, il a voulu étendre son projet panafricain au-delà des

Amériques. Il s'agissait d'unifier les Africains du continent et ceux de la diaspora en un groupe social global (Diop, 1981). Selon le *Dictionnaire de sociologie* (1999), « le concept de "diaspora" réfère à des groupes sociaux minoritaires qui revendiquent une identité commune à partir d'une culture, d'une religion, ou d'une histoire partagée. Il obéit très souvent à la nécessité de fuir les persécutions ».

La production scientifique de Du Bois reflète sa vision du panafricanisme. Ses œuvres sont pertinentes dans la mesure où elles défendent des valeurs, l'histoire, des systèmes religieux et philosophiques. En tant que philosophe et sociologue, Du Bois traite des problèmes de la société américaine post-esclavagiste. De même, *Les âmes du peuple noir* (1959) posent les questions du déracinement, des identités culturelles et des relations inter et intra-ethniques.

En tant qu'apôtre et avocat du panafricanisme, Du Bois est un des intellectuels africains-américains les plus influents du XX<sup>e</sup> siècle. L'influence de ses travaux dépasse largement le cercle des écrivains de la diaspora africaine. Ses écrits et ses recherches constituent une source d'inspiration pour de nombreux intellectuels africains. Le combat de Du Bois a été repris par une génération d'intellectuels africains politiquement très engagés, parmi lesquels Nnamdi Azikiwé, Kwame Nkrumah, Blaise Diagne, Modibo Keita, Tafawa Balewa, Léopold Sédar Senghor, Félix Houphouët-Boigny, Cheik Hamidou Kane et Jomo Kenyata semblent avoir assuré la relève. Ils représentent ses héritiers africains les plus directs, et leurs idées ont rayonné sur tout le continent. Par exemple, Nnamdi Azikiwé, premier président du Nigéria, a étudié aux États-Unis (Lincoln University, Stanford et Columbia University). Un de ses mémoires de recherche a porté sur les travaux de Du Bois. De retour au pays, il est devenu un militant panafricain très actif, organisateur de nombreuses manifestations anticolonialistes en Afrique occidentale entre 1936 et 1940 (Mambou, 2010).

Aussi, l'intelligentsia africaine a, en définitive, reconnu la nécessité de l'éducation et de l'instruction des populations sur le continent. Le terme *intelligentsia africaine* renvoie ici à l'ensemble des intellectuels du continent africain caractérisé par ses aspirations révolutionnaires et indépendantistes. Parmi les participants aux conférences que Du Bois a organisées en Europe et en Afrique figuraient beaucoup de nationalistes qui joueront

ultérieurement un rôle décisif dans la décolonisation politique et l'émancipation de leur pays. Ces participants vont accélérer l'évolution idéologique du panafricanisme et le conduire à poser le problème de l'indépendance des pays africains<sup>4</sup>. Ils s'organiseront pour protester contre les injustices du colonialisme, et le refus des injustices coloniales se manifesterà dans la révolte (noyés dans le sang, comme au Mozambique, en 1952 ou au Kenya en 1954). Par exemple, le Ghanéen Kwame Nkrumah et le Kényan Jomo Kenyatta étaient présents au Ve Congrès panafricain de 1945, à Manchester. Dès l'indépendance du Ghana en mars 1957, Accra devient la « Mecque » du panafricanisme et les grandes conférences destinées à fonder l'unité du continent africain y tiennent leurs assises (N'da, 1987a).

Écrivains, artistes et leaders nationalistes tombent d'accord sur le principe qu'il ne peut y avoir de renaissance culturelle dans les colonies sans émancipation politique, que les hommes de culture (c'est-à-dire les intellectuels) sont aussi responsables de cette émancipation politique que de la renaissance culturelle. Ils ont donc la vocation précise – assignée par l'Histoire – de guider, d'éclairer, de pousser leurs peuples vers l'indépendance.

Le nationalisme radical a pris corps dans les milieux de la petite bourgeoisie assimilée (Kesteloot, 1967). On peut donc dire qu'il y a eu un processus complexe de réappropriation du panafricanisme par les élites africaines. L'ouvrage *The Souls of Black Folks* (1903) a posé les jalons de la mobilisation pour une protestation collective. Dire que la parole de Du Bois a germé dans certaines consciences noires n'est pas une forme d'exagération. Ici et là, des mouvements ont vu le jour pour réclamer la « Liberté » et la « Justice ». Le nationalisme culturel a émergé de l'effervescence politique du milieu intellectuel africain. Comme l'explique

---

<sup>4</sup> Du Bois a défendu l'accession au pouvoir des Africains, critiqué la politique d'assimilation culturelle française qui, selon lui, renforçait l'exploitation des Africains et des Antillais. Le projet qu'il a élaboré en 1923 s'articulait autour de cinq grands axes : le développement de l'Afrique au « profit des Africains », la représentation des Noirs au sein de l'Organisation internationale du travail, l'indépendance, la fin du recrutement forcé et de l'exploitation des travailleurs dans les colonies portugaises, l'émancipation du Libéria et de l'Éthiopie de la tutelle économique des compagnies monopolistes affiliées aux puissances capitalistes.

Cheikh Anta Diop (1954), historien et philosophe sénégalais :

Les peuples des colonies savent très bien ce qu'ils veulent. Ils désirent être libres et indépendants, se sentir l'égal de tous les autres peuples et prendre en main leur destinée sans la moindre ingérence étrangère, et pouvoir en toute liberté réaliser un niveau de développement qui leur permettra de se mesurer aux nations les plus techniquement développées du monde (p. 32).

Du Bois est aussi l'instaurateur et l'architecte d'un espace de dialogue pour la suite de la production littéraire africaine et africaine-américaine qui ne cessera de retravailler de l'intérieur les deux grandes métaphores de cet intellectuel, à savoir le « voile » et la « double-conscience » (Senghor, 1964). C'est dans ce contexte qu'il faut considérer la portée et la résonance des œuvres de Du Bois. Enfin, le panafricanisme a donné lieu à d'autres formes de revendication identitaire, en l'occurrence, le mouvement de la négritude en Afrique ou le mouvement rastafari dans les Caraïbes.

*Négritude, Afrocentricité, Rastafari et identité noire*

Je suis nègre, et je me glorifie de ce nom; je suis fier du sang noir qui coule dans mes veines », déclare Du Bois, alors étudiant à Harvard en 1890 (cité dans Kesteloot, 1967, p. 14).

Le mouvement de la négritude et le panafricanisme sont étroitement liés. La négritude est une revendication identitaire, née en Afrique subsaharienne dans l'entre-deux-guerres. Parmi les tenants de ce mouvement, le poète-académicien Léopold Sédar Senghor, le docteur Kwame N'Krumah, le poète martiniquais Aimé Césaire, le leader nationaliste Sékou Touré, l'universitaire Cheikh Anta Diop, tous exhortaient l'homme noir à une prise de conscience et à l'affirmation de soi-même et de son identité culturelle. Senghor (1964) rend hommage à Du Bois, dont il dit :

Il faut toujours partir de W. E. B. Du Bois, qui fut, véritablement, le père du mouvement de la négritude parce que la première tête qui l'ait pensé dans sa totalité et sa spécificité, ses aspects et sa finalité, ses objectifs et ses moyens. [...] Et d'abord *Les âmes du peuple noir*, son ouvrage principal. On peut dire, aujourd'hui,

que c'est de là qu'a jailli la source de la négritude (p. 87).

La négritude est aussi un mouvement historique de la révolte du Nègre contre l'Occidental. Elle accentue les aspects négatifs : souffrance nègre, refus du colonialisme, racisme antiraciste. À titre d'exemple, dans *Anthologie de la poésie nègre et malgache de langue française* (1948), Senghor sélectionnait les poèmes les plus violents et les plus douloureux des écrivains noirs et, par là même, constituait un véritable manifeste de la Révolution nègre contre l'oppression politique autant que culturelle de l'Occident. Cette anthologie était un acte d'indépendance. Les auteurs avaient créé ce concept à partir de leur propre expérience (Kesteloot, 1967). Pour Senghor, le mouvement de la négritude doit être perçu comme une tentative de réappropriation d'une identité menacée par l'acculturation. Il s'agit de lutter pour la respectabilité de la culture de l'homme noir et pour la réhabilitation de sa dignité et de son humanité, qui ont été bafouées, ridiculisées, voire niées. Selon les tenants de ce mouvement, l'homme noir recèle des valeurs spécifiques de sagesse, d'intelligence et de sensibilité.

C'est dans ce contexte qu'Alioune Diop, intellectuel sénégalais, écrit :

Incapables de nous assimiler à l'Anglais, au Français, au Belge, au Portugais – de laisser éliminer au profit d'une vocation hypertrophiée de l'Occident certaines dimensions originales de notre génie –, nous nous efforcerons de forger à ce génie des ressources d'expressions adaptées à sa vocation dans le XX<sup>e</sup> siècle (Kesteloot, 1967, p. 10).

Cette affirmation est un cri de révolte contre l'Occident et montre à quel point les penseurs du panafricanisme sont déterminés à faire entendre leur voix. La négritude est aussi un mouvement de pensée qui a donné naissance à la revue panafricaine semestrielle *Présence africaine*<sup>5</sup>, créée par Diop à la

---

<sup>5</sup> *Présence africaine* est une revue panafricaine créée en décembre 1947 à Paris par Alioune Diop, professeur de philosophie né au Sénégal avec le soutien de nombreux intellectuels (écrivains, anthropologues, universitaires). Parmi eux Aimé Césaire, Sédar Senghor, André Gide, Jean Paul Sartre, Georges Balandier, Albert Camus, Théodore Monod ou Michel Leiris. La naissance de la revue s'inscrit dans la mouvance du panafricanisme dont les idées s'expriment depuis le début du 19<sup>e</sup> siècle, notamment lors de congrès, dont celui de Paris en 1919, organisé par William E.B. Du Bois.

fin des années 1940. Il s'est inspiré de *The Crisis*, mensuel fondé en 1910 et dirigé par Du Bois, car il y a bien similitude d'approches et d'objectifs entre les deux revues. Toutes deux œuvrent en faveur de la reconstruction de l'identité et de la visibilité de l'homme noir. Cette manière de penser a forgé ce que Delafosse appelle « l'âme noire », dont « le style africain » est l'expression (Kesteloot, 1967). Il fallait encourager les Africains à être fiers de leur civilisation. En outre, cette pensée philosophique et cette constante de la civilisation et la psychologie qui en résulte forment les bases de la négritude. C'est à cette constante culturelle que Thomas Melone se réfère lorsqu'il écrit que « la négritude est le propre du nègre comme c'est le propre du zèbre de porter des zébrures » (cité dans Kesteloot, 1967, p. 82). C'est aussi à cette constante que pense Senghor (1964) dans la définition suivante : « la négritude est le patrimoine culturel, les valeurs et surtout l'esprit de la civilisation négro-africaine » (p. 45). C'est une prise de conscience collective. Du Bois, comme Senghor, est un « métis culturel », un lettré imprégné de la culture de « l'autre » (Bessone, 2007, p. 244). Ce qui les rapproche, c'est leur engagement, mais, aussi, leur conviction que c'est à partir de la redécouverte et la refondation de millions d'identités individuelles que l'identité collective du peuple noir peut se libérer des traits caricaturaux véhiculés par les représentations occidentales et ainsi former une véritable unité.

Il n'est pas inutile de rappeler que la stratégie des colons a notamment été de tenter de « gommer » toute appartenance identitaire chez les indigènes. Ils devaient apparaître comme issus du néant, d'un monde vide, sans passé et sans histoire. De même, dans les années 1930 et 1940, l'homme noir était présenté en Occident comme un « Être primaire », ignorant et sans culture (Kesteloot, 1967). Les adeptes du panafricanisme n'ont pas hésité à combattre ce genre de stéréotypes. Théodore Monod, naturaliste et humaniste français écrit, à ce propos : « L'Afrique n'est pas une table rase, à la surface de laquelle on peut bâtir, *a nihilo [sic]*, n'importe quoi » (cité dans *ibid.*, p. 85). Ceci démontre combien les idées de Du Bois ont rayonné sur le continent africain et combien son influence dans certaines consciences noires a été manifeste. Pour les intellectuels africains, la reconstruction de l'identité africaine passe, avant tout, par la lutte contre les préjugés sur le continent noir. Ils veulent lever le préjugé qui pèse sur le « barbare » ou le « primitif ».

Le terme *Nègre* apparaît comme un symbole de l'affirmation de soi chez les panafricanistes (Du Bois, 1897). Il est aussi une référence culturelle importante. Il renvoie à un peuple qui a, au cours des siècles, développé une civilisation bien particulière que l'on reconnaît entre toutes. Qui niera, par exemple, l'africanité du jazz ou des rythmes cubains?

On peut également évoquer le mouvement Rastafari, né aux Caraïbes, qui s'est inspiré du Mouvement du Niagara, fondé par Du Bois. Le Rastafari est une philosophie basée sur la rébellion et la libération des consciences, mais aussi un mode de vie et un culte mystique, afrocentriste qui s'est développé en Jamaïque dans les années 1930. Il est adopté par un nombre grandissant d'hommes de toutes les origines (Bessone, 2007).

En tant qu'Américain, Du Bois incite les Africains et les Antillais à se libérer sur leur propre sol et à prendre leur propre destin en mains. De lui, les élites intellectuelles noires ont appris le courage, l'esprit de révolte, l'affirmation de soi, l'engagement, la lutte contre l'impérialisme, la lutte pour la liberté et pour la justice. Nnamdi Azikiwé l'a bien reconnu, dans un discours qu'il a prononcé à Dakar (Sénégal) en août 1964. Dans ce discours, il n'hésite pas à qualifier Du Bois comme son maître à penser, un modèle pour les Africains. Il fait aussi remarquer que l'unité politique, économique, culturelle et militaire serait la seule condition efficace pour éviter la balkanisation de l'Afrique et sa domination par le monde occidental (Mambou, 2010).

À en croire Frantz Fanon (1952), la colonisation et la traite des esclaves sont les deux tares qui ont déformé l'Afrique et les Antilles. La loi du plus fort impose la morale et la culture du plus fort, et engendre chez le peuple dominé un complexe d'infériorité dont il est difficile de s'extirper. Dans la mesure où on a honte de sa personnalité, on la cache et on essaye d'emprunter la personnalité de celui qu'on « admire ». Tel est le phénomène de l'assimilation culturelle qui s'est produit aux Antilles et qu'on peut aussi observer en Afrique, cela dit dans une mesure moindre, car l'Afrique n'a été colonisée que de 50 à 80 ans, tandis que les Antilles le sont depuis plus de 300 ans. L'ouvrage *Peau noire, masques blancs* s'ouvre ainsi sur une citation d'Aimé Césaire (discours sur le colonialisme) : « Je parle de millions d'hommes à qui on a inculqué la peur, le complexe d'infériorité, le tremblement, l'agenouillement et le désespoir » (cité dans Fanon, 1952, p. 4). Sa thèse est que la colonisation a généré une névrose collective dont il

faut se débarrasser. Il en décrit toutes les stratifications pour permettre une prise de conscience de la part des Antillais et des Africains.

Sur le plan culturel, le panafricanisme a rendu possible des événements culturels tels que le Festival mondial des arts nègres de Dakar (Sénégal), le FESPAM (Festival panafricain de musique) à Brazzaville (Congo) et les Symposiums sur la Mémoire de l'esclavage à Ouagadougou (Burkina Faso), pour ne citer que les plus connus (Diop, 1960). Ces événements culturels, réunissant les artistes de la diaspora africaine (Cubains, Jamaïcains, Africains-Américains, Brésiliens, Guadeloupéens, etc.), témoignent de cette volonté du peuple noir de s'unir, de consolider et de perpétuer les traditions culturelles (chants, danses, masques, poèmes, pièces de théâtre, folklore, etc.), l'objectif étant aussi d'affermir les liens culturels et historiques au sein de la diaspora noire. Toutefois, on peut se poser la question de savoir si ces manifestations culturelles suffisent pour créer une véritable identité collective, voire une unicité authentique.

### **L'unité politique et culturelle : réalisme ou utopie?**

D'après Diop (1960), la construction d'une Afrique unie relève d'une certaine forme d'utopie<sup>6</sup>. Le continent africain a connu et connaît encore aujourd'hui des crises politiques diverses et de multiples conflits internes, voire inter-États. Dans ces conditions, la création des États-Unis d'Afrique voulue par les panafricanistes semble utopique. Par exemple, la situation politique qu'a créée en Ouganda la prise du pouvoir par l'armée, en janvier 1971, a provoqué une crise grave dans les rapports entre ce pays et ses voisins immédiats. Les guerres civiles, les conflits souvent très meurtriers entre l'Éthiopie et l'Érythrée, le Rwanda et la République Démocratique du Congo (RDC), l'Angola et la RDC, le Maroc et la Mauritanie, le Rwanda et l'Ouganda, illustrent une incapacité des peuples africains à s'entendre.

On peut donc s'interroger sur la notion d'*unité* et de *solidarité* du peuple africain. Sur le plan géopolitique, le projet panafricain pose des problèmes

---

<sup>6</sup> L'utopie est une construction imaginaire et rigoureuse d'une société, qui constitue, par rapport à celui qui la réalise, un idéal. Le *Dictionnaire de sociologie* (1999) la définit comme « une chimère, un projet purement imaginaire dont la réalisation est, à priori, hors de notre portée ».

sérieux quant à sa réalisation, ce dont témoignent l'échec de l'Union des États de l'Afrique latine, préconisée par Barthélemy Boganda, qui devait unir à l'ancien Oubangui-Chari, la RDC, l'Angola, le Mozambique, le Gabon, le Tchad et la République du Congo, et celui de la Sénagambie, destinée à réunir le Sénégal et la Gambie, entre autres exemples.

Il existe de grandes divergences de vues entre les dirigeants d'États progressistes, dont celles de la Tanzanie ou de la Guinée Conakry et celles de pays conservateurs comme l'Ouganda ou le Malawi. On note aussi les difficultés des pays africains à s'accorder sur certaines thèses supranationales. La diversité culturelle, la pluralité linguistique et l'absence d'unité politique expliquent, sans doute, les difficultés éprouvées par la mise en place d'une stratégie efficace face au monde occidental. Beaucoup de congrès panafricains se sont terminés dans une atmosphère de pessimisme et de désenchantement, sinon de crise (Diop, 1960). Il est évident que 41 États ne sauraient avoir un point de vue unanime sur les grandes questions d'intérêt mutuel.

De plus, les projets panafricanistes ne cessent de se heurter à de nombreux obstacles : nationalisme des jeunes États jaloux de leur souveraineté, parfois plus soucieux d'étendre leur territoire que de se fondre au sein de vastes ensembles; particularismes tribaux qui peuvent dégénérer en conflit armé; ou encore opposition des chefs traditionnels qui redoutent de perdre une partie de leur influence au sein de groupements politiques trop vastes. Aussi, il ne faut pas négliger les querelles de personnes qui jouent un grand rôle dans la politique africaine. Certaines considérations économiques ne sauraient être sous-estimées. Les différences de niveau de développement existant entre les divers États africains expliquent bien des antagonismes politiques ou des réactions épidermiques. Entre pays pauvres et pays moins mal pourvus, une concurrence économique accrue s'instaure. C'est pourquoi Paul N'da (1987a) parle d'un échec de la construction de l'unité africaine.

Le terme *panafricanisme* constitue, à lui seul, un programme. D'aucuns soutiennent que l'unité africaine est une nécessité économique (richesse inégalement répartie entre les États et sous-développement du continent) et politique (pour remédier à la « balkanisation » de l'Afrique). Les « radicaux » du mouvement réaffirment l'importance d'inscrire le continent dans une

perspective socialiste. Ils souhaitent notamment la fin des concessions aux entreprises capitalistes et aux organismes financiers occidentaux. À l'inverse, les tenants des États-nations vont s'appuyer sur le modèle fort différent : un État, une économie, des frontières, etc. Même si elle est parfois confuse ou disparate, la conscience panafricaine n'exclut pas une certaine unité de pensée. Tout en gardant un souci fondamental de préserver l'unité du continent dans sa totalité, les leaders du mouvement préconisent la constitution de plusieurs fédérations d'États. Pourtant, la notion d'unité africaine n'est pas toujours précise. Tantôt elle implique la seule Afrique subsaharienne, tantôt l'Afrique inter-tropicale, tantôt le continent africain au sens géographique du terme, c'est-à-dire l'Afrique du Nord et le reste du continent, sans oublier Madagascar et l'archipel du Cap-Vert (Mambou, 2010). Le panafricanisme apparaît ainsi comme une doctrine théorique qu'il sera difficile de traduire dans les faits. Dans la pratique, cette doctrine est battue en brèche, par des considérations individuelles, nationales et régionales. La vision panafricaine semblerait aussi nier la lutte des classes.

Toutefois, il est possible de prévoir à long terme une « Afrique des patries », au sein de laquelle cohabiteraient nationalisme et solidarité inter-États. Tout ceci tend à montrer que le panafricanisme reste une notion relativement complexe et diffuse. Les schémas culturels s'y superposent, et parfois s'opposent, aux schémas purement politiques. Cette imprécision n'enlève rien à l'essence profonde du mouvement et n'entame en rien sa force. En dépit des contradictions de certains théoriciens et penseurs, et malgré la multitude des obstacles qui se dressent sur sa route, le panafricanisme n'a cessé de progresser.

### **Conclusion**

Le panafricanisme a vu le jour hors d'Afrique avec William E. Burghardt Du Bois, Henry Sylvester Williams et Marcus Moziah Garvey. Il est associé au désir d'établir une identité commune entre tous ceux qui appartiennent à la diaspora africaine, de susciter un sens plus vif de leur solidarité et de leur sécurité. Ce n'est qu'au cours de la décennie 1950 et 1960, avec notamment la préparation et l'avènement de l'indépendance des pays d'Afrique, que les intellectuels africains ont soutenu ce courant de pensée ou se sont réappropriés ce concept. Le panafricanisme a alors pris une coloration politique plus prononcée, accentuant son caractère social dans les deux

espaces géographiques (francophone et anglophone). Cependant, il faut dire que l'idéologie du mouvement panafricain est pour le moins assez confuse. Elle le doit en partie à la diversité des convictions idéologiques de ses différents fondateurs. Les objectifs d'unité et de solidarité (l'entente et l'harmonie entre tous les peuples africains ou les descendants africains, où qu'ils soient) et la restauration de la personnalité de l'homme noir sont loin d'être atteints. Comme j'ai tenté de le montrer plus haut, Du Bois a joué un rôle déterminant dans l'évolution de ce concept. On a pu remarquer que l'émergence de Du Bois en tant qu'activiste et figure politique dominante des Africains-Américains a été un phénomène singulier. Il est l'une des meilleures voix de la minorité africaine-américaine dans son pays et, par extension, celle des peuples opprimés du monde entier. Il a écrit une nouvelle page de l'histoire afro-américaine au début du XX<sup>e</sup> siècle et a exercé une influence considérable sur les élites intellectuelles africaines. Son œuvre évoque les problèmes auxquels sont confrontées les masses noires. La création de l'Institut W. E. B. Du Bois à Harvard témoigne d'ailleurs d'une certaine reconnaissance à l'égard de ce penseur africain-américain.

## Références

Afrique-États-Unis, 630 (1993), 12-30

Afrique-États-Unis, 870 (2002), 3-24

*Dictionnaire de sociologie*. (1999). Paris, France : Robert/Seuil.

*Encyclopædia Universalis*. (1996). *Corpus 3*. Paris, France : Société d'édition Encyclopædia.

Bessone, M. (2007). *W. E. B. Du Bois : les âmes du peuple noir*. Paris, France : La Découverte.

Diop, C. A. (1954). *Nations nègres et Culture*. Paris, France : Présence africaine.

Diop, C. A. (1960). *L'Unité culturelle de l'Afrique noire*. Paris, France : Présence africaine.

Diop, C. A. (1979). *Les fondements économiques et culturels d'un État fédéral d'Afrique noire*. Paris, France : Présence africaine.

Diop, C. A. (1981). *Civilisation ou Barbarie – Anthropologie sans complaisance*. Paris, France : Présence africaine.

Du Bois, W. E. B. (1935). *Black Reconstruction in America: An Essay toward a History of the Part which Black Folk Played in the Attempt to Reconstruct Democracy in America, 1860-1880*. Columbus, OH : Free Press.

Du Bois, W. E. B. (1959). *Les âmes du peuple noir*. Paris, France : Présence africaine.

Du Bois, W. E. B. (1986). *Writings*. New York, NY : The Library of America.

Fanon, F. (1952). *Peau noire, Masques blancs*. Paris, France : Édition du Seuil.

Granjon, M. C. (1985). *L'Amérique de la contestation. Les années 60 aux États-Unis*. Paris, France : Presse de Sciences Po.

Halimi, S. (1992). Deux Amériques séparées par les injustices de l'économie. *Le Monde diplomatique*, (14), 10-35.

Hodgson, G. (2008). *De l'inégalité en Amérique*. Paris, France : Gallimard.

Kesteloot, L. (1967). *Anthologie négro-africaine*. Bruxelles, Belgique : Marabout.

Mambou, E. (2010). *De la Postcolonie au Nigeria*. Sarbruken, Allemagne : Éditions universitaires européennes.

Martin, J. P. et Royot, D. (2003). Histoire et civilisation des États-Unis : textes et documents commentés du XVII<sup>e</sup> siècle à nos jours. Paris, France : Nathan.

Mead, M. et Baldwin, J. (1972). *Le racisme en question*. Paris, France : Calmann-Lévy.

N'da, P. (1987a). Pouvoir, lutte de classes, idéologie et milieu intellectuel africain. Paris, France : Présence africaine.

N'da, P. (1987b). Les intellectuels et le pouvoir en Afrique noire. Paris, France : L'Harmattan.

Price-Mars, J. (1919). *La vocation de l'élite*. Port-au-Prince, Haïti : Edmond Chenet.

Royot, D. et Bourget, J. L. (1993). *Histoire de la culture américaine*. Paris, France : Presse universitaire de France.

Senghor, L. S. (1948). *Anthologie de la poésie nègre et malgache de langue française*. Paris, France : Presse universitaire de France.

Senghor, L. S. (1964). *Négritude et humanisme*. Paris, France : Édition du Seuil.

Washington, B. T. (2008). *Ascension d'un esclave émancipé*. Paris, France : Les Éditeurs Libres.

## UNE APPROCHE COMMUNICATIONNELLE DE L'INTERDISCIPLINARITÉ : REGARD ETHNOGRAPHIQUE SUR L'ESPACE FRONTALIER

Marie-Claude Plourde

Université du Québec à Montréal (UQAM)

**Résumé :** *La collaboration interdisciplinaire est toujours dépourvue de méthodes de travail efficaces. Les chercheurs en parlent généralement en usant de termes tels que : confrontation, négociation, consensus, réajustement et coordination. Pourtant, contrairement à cette littérature sur le sujet, notre recherche a montré que dans le « faire » concerté autour de la construction d'un objet architectural, les frontières disciplinaires disparaissent. Additionné à cet agir commun facilitant la collaboration interdisciplinaire, nous avons aussi noté la participation probante de la matérialité et des lieux. Désirant poursuivre cette réflexion sous une perspective sociomatérielle des phénomènes organisationnels, afin d'approfondir empiriquement ces révélations d'un premier terrain – et comme ce récent tournant ontologique est encore déficient de méthodes prouvées efficaces –, nous désirons, par cet article théorique, suggérer une méthodologie appropriée. Pour ce faire, nous décortiquerons d'abord l'expression « collaboration interdisciplinaire », afin de la lier aux processus communicationnels. Ensuite, nous proposerons l'ethnographie organisationnelle comme démarche de recherche possible pour rendre compte de l'intervention d'éléments de nature hétérogène dans les processus collaboratifs.*

**Mots-clés :** communication; organisation; matérialité; action; ethnographie; méthodologie.

**Abstract:** *To date, interdisciplinary collaboration is devoid of efficient work methods. Researchers generally speak of interdisciplinarity by using words such as: confrontation, negotiation, consensus, coordination, and readjustment. However, unlike the literature on the subject, our research has rather shown the disappearance of the disciplinary boundaries as an effect of the concerted “making” linked to the construction of an architectural object. Moreover, we noted the probative participation of materiality and places related to this*

*common action. This theoretical article aims to suggest an appropriate methodology to further explore empirically these revelations of a first field work, with the intention to pursue this reflection following a sociomaterial perspective of the organizational phenomena. To do this, firstly, we unravel the term “interdisciplinary collaboration” to bond it to the communicative processes. Then, to account for the heterogeneous elements participating in a collaborative process, we propose “organizational ethnography” as a possible research approach.*

**Keywords:** *communication; organization; materiality; action; ethnography; methodology.*

## Introduction

Construire des bâtiments est une activité complexe requérant nombre d'intervenants (architectes, ingénieurs, entrepreneurs, urbanistes, gestionnaires, etc.) et d'outils (plans, devis, maquettes, modélisations, contrats, agenda, permis, etc.). Notre formation en architecture et notre incursion dans le milieu professionnel dans ce domaine particulier nous a permis d'expérimenter un manque crucial de collaboration entre ses intervenants, ainsi qu'une utilisation non efficiente des multiples outils dont ils disposent pour communiquer, une constatation soutenue par la littérature (Chadoin et Evette, 2010; COAC, 2005; Dufaux, 2011; Hamel, 2010; Lucuik, 2005). Intéressée à intervenir sur ces enjeux, nous avons effectué une première recherche exploratoire sur la collaboration interdisciplinaire pour la réalisation de projets d'architecture écologique (Plourde, 2015) et, plus particulièrement, sur les thèmes des lieux et des objets de la communication (Ashcraft, Kuhn et Cooren, 2009) et du projet-objet-frontière<sup>1</sup>.

Au terme de cette première recherche, nos analyses et nos interprétations ont révélé une prépondérance du « faire ensemble » comme facteur de cohésion des groupes interdisciplinaires – dans le cas étudié, il s'agissait d'étudiants des domaines de l'architecture et de l'ingénierie. En effet, c'est dans l'action *entraîn-de-se-faire*, avec l'aide d'objets matériels (maquettes, dessins, la matière bois, etc.) et par l'émergence de lieux communicationnels contextualisés que les participants des équipes se sont liés, au point d'en oublier leur différence disciplinaire. Autrement dit, lors de situations où il y a présence d'un amas hétérogène d'acteurs (un ensemble sociomatériel), les frontières disciplinaires s'effacent (Plourde, 2015, 2014).

Cependant, ces résultats ne correspondent pas à ce que nous retrouvons généralement dans la littérature sur la collaboration. Par exemple, Strauss (1993) note que, lors de la coordination du travail de professionnels, il y a un réajustement de la position des acteurs les uns par rapport aux autres dans leurs

---

<sup>1</sup>Pour plus de détails sur le concept d'objet frontière, voir Star (2010) et Star et Griesemer (1989).

actions disciplinaires, ce qu'il a nommé le *travail d'articulation*. Nos résultats présentent aussi une lecture différente de celle développée par Rennstam (2012) autour de *l'objet du savoir*; ce dernier avance que les processus communicationnels entourant un problème matériel mèneraient plutôt à reconnaître l'expertise des uns et des autres. Dans notre cas, nous avons plutôt assisté à une disparition des rôles disciplinaires.

Qu'est-ce qui pourrait bien expliquer ces résultats divergents? Sont-ils le fait d'un regard théorique limité ou d'un choix méthodologique inapproprié à l'observation et à la prise en compte de la diversité d'acteurs dans les analyses?

Initialement, pour notre recherche de maîtrise, nous nous sommes inspirée de l'approche ethnographique comme méthode. En effet, à l'instar des techniques qui lui sont associées, nous avons procédé par observation participante, tenu un journal et effectué des entrevues enregistrées par voie audio. Cette expérience nous incite aujourd'hui à réfléchir davantage à cette méthode qui nous a permis de faire des constats sur la prédominance du « faire » comme facilitateur de la collaboration interdisciplinaire, ainsi que sur l'utilisation des objets matériels et l'émergence des lieux dans les processus communicationnels, des constats qui, par d'autres méthodes (comme la tenue d'un simple questionnaire) (Star, 2010), auraient pu nous échapper complètement. C'est à partir de ce bagage expérientiel, et de notre désir de mieux expliquer le rôle effectif de l'action dans la collaboration interdisciplinaire, que nous nous demandons comment étudier les organisations interdisciplinaires caractérisées par un amas hétérogène d'acteurs et de pratiques.

Ainsi, l'objectif de cet article est de présenter une approche ethnographique cohérente avec la perspective communicationnelle que nous adoptons pour interroger l'interdisciplinarité<sup>2</sup>. Pour ce faire, nous débutons par des explications sur ce qu'est la collaboration interdisciplinaire. S'ensuit une présentation de l'approche communicationnelle choisie, laquelle reconnaît

---

<sup>2</sup> En architecture plus spécialement, c'est pourquoi nous utiliserons ponctuellement des exemples liés à ce domaine particulier.

l'apport de la matérialité et de l'action en communication organisationnelle. Enfin, nous proposons diverses méthodes issues de l'ethnographie permettant de rendre compte de la matérialité et du « faire » dans les organisations.

### **Une approche communicationnelle de l'interdisciplinarité**

#### *Regard sur l'interdisciplinarité (et les frontières)*

De manière générale, la complexité des techniques d'aujourd'hui rend indispensable le travail conjoint de différents types de professionnels pour la résolution de problème, et ce, concernant de multiples enjeux d'actualités, dans tous les secteurs de notre réalité contemporaine (Barley, Leonardi et Bailey, 2012; Bechky, 2003; Carlile, 2002; Dossick et Neff, 2011; Gray, 2008; Gray, 1989; Nicolini, Mengis et Swan, 2012; Olsen et Heaton, 2010). Un exemple pour représenter cette nécessité de collaboration professionnelle est celui du système de santé : pour aboutir à un diagnostic complet ou encore pour procéder à une chirurgie, la participation conjointe de plusieurs spécialités de la médecine est vitale. Toutefois, la littérature sur le travail collaboratif dans le milieu de la santé affirme qu'actuellement, il n'y a pas de méthode prouvée pour mettre en place des groupes interdisciplinaires efficaces (Corbin et Strauss, 1993; Fourez, 1993). En concordance avec les postulats de Strauss (1993) et de Rennstam (2012), Fourez (1993) avance « [qu']il n'y a pas de norme disponible pour savoir quel point de vue disciplinaire privilégier : il s'agit là d'une décision qui se négocie sur le terrain » (p. 3).

À cela, Gray (2008) ajoute que ce qui fait défaut à la collaboration est l'absence de compétences chez les acteurs à engendrer un processus réflexif vers l'atteinte d'un but commun. Gray associe à la notion de processus les activités communicationnelles suivantes : la prise de décision, la résolution de problème, la résolution de conflit, l'échange d'information, la coordination et la gestion des frontières (Gray, 2008). Cette même auteure définit la collaboration « *[as] a process through which parties who see different aspects of a problem can constructively explore their differences and search for solutions that go beyond their own limited vision of what is possible* » (Gray, 1989, p. 5). Nous retrouvons, dans cette définition, le besoin de l'apport de savoirs distincts afin

de résoudre des problèmes et d'aller au-devant des situations dans le but d'innover. Autrement dit, la collaboration interdisciplinaire est au cœur d'une réalité contemporaine où réside un désir d'avancement et d'innovation.

Dans un article prônant l'approche interdisciplinaire pour l'innovation, Carlile (2002) fait écho à ce problème d'arrimage des disciplines en le liant directement à des questions de *savoir disciplinaire* et de *savoir pratique*. Il associe ces difficultés de transfert des savoirs à leur développement trop bien ancré au cœur d'une seule spécialisation. Autrement dit, les savoirs, étant développés au sein d'une organisation partageant les mêmes pratiques et destinées à résoudre des problèmes similaires au fil des jours (Carlile, 2002), se caractérisent par leur nature située, ce qui les teinte d'un certain déterminisme. Carlile qualifie ces savoirs d'« implicites » (tacites) et « visqueux », car acquis par l'expérience (la pratique) dans un domaine spécifique, soit une conjoncture participant à la création des frontières disciplinaires (et à leur maintenance). Paradoxalement, pour reprendre les termes de Carlile, pour faire advenir l'innovation et résoudre efficacement des problèmes, plusieurs types de savoir sont requis, alors que nos modes d'apprentissages nous amènent à acquérir des connaissances limitées à des champs disciplinaires spécifiques.

Les sociologues Gyerin (1983) et Abbott (1995) explorent cette question de « gestion des frontières ». Le premier se penche sur la légitimation du savoir scientifique et de son spectre d'action, alors que le second s'attarde à la répartition et au départage des tâches professionnelles. Tous deux suivent l'objectif d'identifier les mécanismes dessinant un territoire, mais surtout les mécanismes de sauvegarde à sa périphérie, qu'il s'agisse du territoire d'un savoir disciplinaire ou professionnel. Ainsi, nous associons les travaux de ces deux auteurs à la notion de juridiction : détenir une juridiction est un droit, plus ou moins exclusif, de dominer une partie particulière d'un secteur professionnel (Abbott, 1995) – ou disciplinaire.

Selon Abbott, ces juridictions émergent dans des contextes conflictuels, de différenciation et en transformation. Les territoires professionnels sont constamment confrontés à des perturbations externes, si bien que leurs contours

sont perpétuellement redessinés. Cela suivant la supposition que le territoire d'une profession, peu importe la stabilité (et la dureté) de ses frontières, se définit autour d'un noyau – une supposition tirée de l'expression « au cœur d'une profession<sup>3</sup> » (Abbott, 1995, p. 554). Est-ce en ce cœur que repose le « savoir » (scientifique, fondamental ou disciplinaire) d'une profession? C'est ce qu'Abbott semble suggérer : « [*l]ike many other occupations, social work has emphasized rationalisation and 'scientific' knowledge as its foundation » (1995, p. 561). C'est pourquoi, pour les soins de cet article et dans le but d'user de l'espace alloué à de meilleures fins, nous nous appuyons sur cette avancée d'Abbott pour esquiver l'opposition entre l'utilisation des termes *discipline* et *profession*.*

Cette définition que propose Abbott d'un territoire au contour instable fait écho aux suppositions de Gyerin (1983). En effet, selon lui, les scientifiques utilisent trois mécanismes rhétoriques pour délimiter le champ d'action de leur savoir spécifique : (1) *l'expansion* de son autorité et de son expertise par des efforts de différenciation des savoirs; (2) la *monopolisation* sur un savoir en usant de tactiques d'exclusion et de discréditation; ou encore (3) *l'affermissement de son autonomie* en renforçant son emprise sur ses ressources et son champ d'activité. Ces mécanismes étant performés quotidiennement, ceux-ci entraînent nécessairement un mouvement continu à la périphérie des territoires épistémiques, c'est-à-dire des gains et des pertes d'autorité sur des branches de connaissances.

Abbott (1995) précise que ces frontières émergent d'une multitude de points de divergences à une échelle locale, créés par les acteurs sociaux. Autrement dit, ce sont les tâches quotidiennes de l'activité professionnelle qui sont à l'origine des divergences, ce sont elles qui construisent et transforment les frontières à la périphérie des champs d'action professionnelle. En résumé, les frontières se forment là où prennent place des mécanismes de différenciation : expansion d'un savoir (disciplinaire ou professionnel) sur un autre, monopolisation/exclusion et affermissement de son autonomie (Gieryn, 1983).

---

3 Traduction libre de : « *at the core of a profession* » (Abbott, 1995, p. 554).

Ainsi, et pour revenir aux propos de Fourez (1993) et de Gray (1989, 2008), l'interdisciplinarité nécessite des activités de coordination entre les membres d'un groupe aux allégeances juridictionnelles différenciées pour en ordonner les actions – que nous avons définies plus haut comme étant essentiellement communicationnelles. La coordination suggère la mise en place de moyens d'interactions permettant la fluidité et la transparence des échanges pour le bon fonctionnement de l'organisation – ou, en d'autres termes, pour l'émergence de *processus organisants*<sup>4</sup> (Weick, 1995).

En résumé, les territoires et les frontières sont créés et maintenus par ces éléments interactionnels à la fois pour « trouver des solutions<sup>5</sup> » vers un but commun et pour maintenir son droit juridictionnel, des éléments interactionnels qui sont en continuelle actualisation aux frontières des juridictions (Gyerin, 1983; Abbott, 1995). Ces processus interactionnels sont, pour ainsi dire, inévitables, perpétuels et nécessaires au déroulement d'activités organisationnelles interdisciplinaires. Voilà ce qui nous a incitée à étudier l'organisation sous la loupe des approches processuelles en communication. Ci-dessous, afin de justifier ce choix, nous développons ce que nous entendons par une approche processuelle de la communication organisationnelle.

### **La communication, un processus qui organise**

---

4 Notamment l'ouvrage publié en 1969 et réédité en 1979, *The Social Psychology of Organizing*, ainsi que *Sensemaking in Organizations*, celui-ci publié en 1995. Nous reviendrons sur la définition de « processus organisant » au point 1.2.

5 Ce que Corbin et Strauss (1993) nomment « *working things out* », c'est-à-dire un processus usant des mêmes opérations interactionnelles suggérées par Gray (1989) : « *Working things out is the interactional process through which arrangements are established, kept going, and revised. This process consists of a series of interactional strategies and counter strategies taken by participants, in response to what is said or done by others during the process of making of arrangements [...]* » (p. 73); « *Strategies include negotiating, making compromises, discussing, educating, convincing, lobbying, domineering, threatening, and coercing* » (p. 82).

Une organisation émerge lorsque des personnes ont la possibilité d'interagir les unes avec les autres, tout en étant prêtes à s'engager dans l'action, cela afin d'achever un but commun (Ashcraft *et al.*, 2009). Au sens de Weick (1995), l'organisation n'est pas seulement le résultat d'une volonté institutionnelle, sa constitution va bien au-delà de sa signification commune (entreprise, famille, équipe de sport, etc.) : une organisation, c'est la réunion d'acteurs participant à une chaîne d'opérations rétroactives, afin d'ordonner et de faire sens d'une situation – un *processus organisant* – reposant essentiellement sur la communication.

Tout comme Ashcraft *et al.* (2009) et Weick (1995) l'avancent, nous soutenons cette vision de la communication comme étant ce qui crée, transforme et maintient l'organisation, soit une vision de l'organisation en continu état d'advenir à travers les activités de la communication, car la communication est le lieu de la négociation constante des activités de l'organisation vers un objectif commun. En résumé, ces auteurs considèrent la communication comme étant le « mode d'*organizing* »<sup>6</sup> des réalités organisationnelles, car la communication est constamment en train de créer l'organisation (dans les conversations et les actions), tout en étant ce qui nous permet de l'expérimenter lorsqu'elle est vue comme une entité rationnelle (par son institutionnalisation et sa matérialisation dans les textes). Cette perspective nous amène à mettre l'organisation en parallèle aux territoires juridiques, puisque, comme nous l'avons souligné, tous deux sont le fruit de perpétuels processus interactionnels qui en changent la nature et en font des réalités continuellement en émergence, jamais terminées.

Tsoukas et Chia (2002), théoriciens des organisations appartenant à la tendance processuelle, argumentent que le changement, quel qu'il soit, est une propriété constitutive de la réalité. De fait, la stabilité se trouve plutôt dans le mouvement constant du repositionnement des acteurs et, donc, le résultat de négociations successives quant à la nature d'une réalité, notamment des réalités

---

6 Néologisme de Weick (1969; présenté en note 4) afin d'exprimer plus simplement « processus organisant ».

organisationnelles (Tsoukas et Chia, 2002). Regarder un objet sous l'angle processuel signifie être conscient d'observer une chose en perpétuel état d'advenir : toujours en évolution et jamais clause.

Poursuivons avec la définition du terme *processus* issue du dictionnaire Larousse (s.d.) :

Enchaînement ordonné de faits ou de phénomènes, répondant à un certain schéma et aboutissant à quelque chose [...]. Suite continue d'opérations, d'actions [interactions, dialogues, confrontations, négociations, consensus, pratiques, routines, etc.] constituant la manière de faire, de fabriquer quelque chose.

À la lumière de cette définition, à laquelle nous avons intégré les processus interactionnels préalablement identifiés, nous proposons qu'une approche processuelle de la communication sur un objet signifie que nous sommes consciente d'*observer un objet en continuelle fabrication par et dans les activités de la communication*. Dans notre cas, cela signifie que nous devons observer le mouvement incessant des frontières juridiques, *lesquelles sont, en fait, le cœur d'un regroupement interdisciplinaire*. En effet, ce dernier type d'organisation, en plus de devoir administrer quotidiennement la coordination entre des individus pour la réalisation d'un but commun<sup>7</sup>, doit, de surcroît, gérer les différenciations juridiques de ses membres. De fait, nous souhaitons aiguïser notre compréhension des mécanismes qui facilitent ou nuisent à la collaboration entre les membres d'un groupe aux appartenances juridiques diverses.

### **La matérialité et l'action dans les phénomènes communicationnels**

Jusqu'à maintenant, nous avons évoqué les activités communicationnelles comme relevant principalement de la forme langagière pour simplifier notre démonstration. Toutefois, nous sommes d'avis qu'une communication

---

<sup>7</sup> Une activité régulière à toute organisation suivant notre définition inspirée de Weick (1995).

organisante peut prendre une panoplie de formes autres que la simple interaction verbale.

Immanquablement, à travers la littérature sur la collaboration interdisciplinaire, le support matériel apparaît comme une infrastructure pour faciliter ce travail dans l'espace de la frontière (Nicolini *et al.*, 2012)<sup>8</sup>. Barley *et al.* (2012) soutiennent que l'emploi d'objets est chose courante pour transmettre des idées entre des acteurs aux savoirs différents, les études ayant démontré que les objets possèdent des sens différents d'un territoire à l'autre. Nicolini *et al.* (2012), dans une revue de littérature sur le rôle des objets lors de collaborations interdisciplinaires, ont répertorié trois types d'apports des objets : (1) ils sont un motif pour l'émergence de la collaboration; (2) ils permettent aux acteurs de traverser les frontières; (3) ils constituent l'infrastructure des activités. Mais qu'entendons-nous par « matérialité », et comment celle-ci est liée à la communication et à l'organisation?

Ashcraft *et al.* (2009) se penchent sur la place de la matérialité dans la communication afin de démontrer qu'une alliance est possible entre matérialismes et symbolismes. Par le bris de ce dualisme matière/social dans l'élaboration d'une définition de la communication comme étant constitutive des organisations, les auteurs se positionnent pour une approche sociomatérielle des communications. À ce sujet, Orlikowski et Scott (2008) avancent que la matérialité n'est pas qu'instrument, comme nous l'avons laissé entendre précédemment, mais également constitutive des activités et des identités : « *entities (whether humans or technologies) have no inherent properties, but acquire form, attributes, and capabilities through their interpenetration* » (p. 455). La reconnaissance de l'apport fondamental de la matérialité dans la performativité de nos activités quotidiennes est ce qui révèle les relations entre les acteurs.

---

8 Cette référence est une recension des écrits sur le sujet, mais nous avons consulté de nombreux autres ouvrages corroborant Nicolini *et al.* (2012) et nous ayant aidé à construire notre argumentaire : Barley *et al.*, 2012; Bechky, 2003; Bruni, 2005a; Bucciarelli, 2002; Carlile, 2002; Dossick et Neff, 2011; Fujimura, 1992; Groleau et Demers, 2012; Ingold, 2013; Jeantet *et al.*, 1996; Lamont et Molnár, 2002; Star, 2010; Star et Griesemer, 1989; Vinck, 2009.

Les auteurs explorent l'association matérialisme/symbolisme à l'aide de trois éléments matériels : l'objet, le lieu et le corps humain. Ils tentent de définir comment, en envisageant le matériel articulé au symbolique, il peut être possible de modifier la définition de la communication organisationnelle, dans leurs termes, de « matérialiser la communication ». À la suite de cette typologie de Ashcraft *et al.* (2009), nous ajoutons les pratiques comme quatrième élément, celles-ci étant le site privilégié pour l'observation des dynamiques sociomatérielles. En effet, la matérialité est activement (re)configurée dans les pratiques, car les pratiques sont le site d'émergence d'un sens situé et performé (Suchman, 2007). C'est pourquoi, pour terminer ce point, nous définirons davantage cette notion de performativité, comme cinquième élément, laquelle englobe le phénomène communicationnel.

Pour s'interroger sur l'objet, Ashcraft *et al.* (2009) suggèrent que la matérialité s'expérimente à travers les artefacts et les technologies tout comme elle peut se vivre à travers des preuves tangibles de la culture. Ainsi, grâce à la mobilité que leur octroie leur qualité d'être concrets, ces artefacts peuvent véhiculer à travers le temps et l'espace des valeurs et des normes collectives. Pour fortifier leur propos, les auteurs se penchent sur la notion d'émotion, la définissant comme étant l'articulation entre les artefacts et l'organisation : « *artefacts can be analyzed through multiple dimensions (e.g., instrumentality, aesthetics, and symbolism) that stimulate diverse emotional reactions as encountered* » (Ashcraft *et al.*, 2009, p. 28). Ils concluent en énumérant les implications de la relation matérialité-symbolisme pour les théories de la communication : percevoir les objets comme matériels et symboliques à la fois; considérer qu'une interdépendance émerge de l'interaction humain-objet; admettre que les objets ont une force d'action par l'émotivité qu'ils peuvent susciter; donc la capacité d'agir ne peut être strictement qu'humaine.

De plus en plus de chercheurs se penchent sur la question des pratiques discursives situées. D'une part, Ashcraft *et al.* (2009) soulignent que la réunion de ressources matérielles contribue à l'activité dans le lieu ainsi qu'aux interactions. Keenoy et Oswick (2003) recommandent, eux, de se centrer sur les

possibilités multiples de la nature d'un lieu du discours, c'est-à-dire qu'ils considèrent qu'un cadre physique pour la tenue d'interactions n'est pas un lieu géographique précis, mais plutôt le point de rencontre de plusieurs contextes. Vásquez et Cooren (2013) ajoutent à cela que la communication est constitutive des lieux. Ces auteurs définissent les lieux comme des processus d'espace-temps résultant de l'entrelacement de relations sociomatérielles hétérogènes. Ainsi, au sens des différents auteurs associés à cette approche, les activités constitutives de notre réalité sociale offrent des repères reconnaissables permettant de dessiner les contours d'un espace (lieu).

Le *corps* est l'outil nous permettant d'expérimenter la réalité qui nous entoure, tout en étant la matière avec laquelle nous travaillons et nous engageons dans les pratiques. D'ailleurs, les approches genrées ont démontré « *how communication generates real corporal effects and how the body becomes both resource for and resistance to organizational identities* » (Ashcraft *et al.*, 2009, p. 34). Ainsi, le corps humain considéré comme une matière « communicatrice » interfère dans les processus organisationnels par sa limitation physique à accomplir certaines pratiques quotidiennes, tout en influençant la manière dont une personne va expérimenter une activité.

Nicolini (2009) considère l'organisation comme le résultat de processus organisationnels émergeant de la combinaison d'acteurs humains et non-humains, de symboles, mais aussi des actions composant les activités quotidiennes, car ces activités sont ce qui fait intervenir le corps. Les *pratiques quotidiennes* constituant les organisations sont elles-mêmes composées d'un tissage de matière et de social – ce sur quoi repose leur qualité d'être pérennes –, tout en étant à l'origine de cet entrelacs matière/social (la sociomatérialité). Les pratiques sont le site de cet assemblage et, de fait, sont génératrices des lieux.

Nous pouvons aussi nommer les pratiques « habitudes » et les lier aux routines organisationnelles : ce sont des activités significatives, socialement acceptées et communes (reconnaissables) (Lorino, 2013). De fait, elles favorisent la création des liens de confiance (Olsen et Heaton, 2010; Barley *et al.*, 2012) recherchés

lors d'une collaboration. Le sens dont les routines sont porteuses participe aussi à la création de sens des processus organisants : « *Habits appear as 'the language of action' involved in the discursive process of meaningful social action* » (Lorino, 2013, p. 77). Enfin, en raison de cet ancrage fort dans les activités quotidiennes organisantes (les tâches opérationnalisées), les pratiques sont le manifeste des contextes sociohistoriques des organisations (Groleau et Demers, 2012).

La notion de *performativité* fait référence à celle que développe Barad (2003). La performativité désigne ainsi le processus par lequel émergent les diverses composantes des phénomènes sociaux. Nous pouvons qualifier ceux-ci de mélange fusionnel d'éléments hétérogènes se constituant les uns par rapport aux autres, où rien ne préexiste : savoir et devenir sont entrelacés (Barad, 2003). Cependant, leur observation s'opère précisément (et seulement) là où nous désirons nous interposer, car les phénomènes de causes à effets ne peuvent être identifiés qu'à l'endroit où l'observateur « coupe »<sup>9</sup> (Barad, 2003).

Ainsi, notre réalité « *is an ongoing open process of mattering through which 'mattering' itself acquires meaning and form* » (Barad, 2003, p. 817) selon où nous couperons dans le phénomène. Enfin, Barad considère les phénomènes comme l'unité à analyser, et c'est à travers les pratiques collectives que nous pouvons dessiner les contours des divers éléments qui contribuent à ces phénomènes. Nous l'avons précisé, c'est dans l'action et les pratiques que les objets se meuvent et émeuvent, c'est à leur croisement que les lieux se forment et que les corps sont stimulés et stimulent; bref, c'est dans l'action que, tous, ils apparaissent.

---

<sup>9</sup> La « vue en coupe » (ou « coupe ») est une expression intimement liée au domaine architectural. Ce type de dessin y est crucial à des fins de représentation et de compréhension d'un concept constructif, et il nous semblait convenir parfaitement au propos de Barad, par rapport à son idée de phénomène aux composantes indissociables, soit un tout à première vue lisse et impénétrable. En effet, la coupe permet de « rendre les détails intérieurs d'une pièce [un bâtiment, un objet ou, encore, un phénomène] visibles à l'observateur, de mettre en évidence les épaisseurs de matière [*matter as well as what matters*] et de donner plus de lisibilité au dessin, on ouvre la pièce dans un plan bien déterminé qui la traverse et qui en sélectionne une partie intéressante, de la même façon qu'on coupe une pomme ou un melon » (Giesecke, Mitchell, Spencer, Hill et Dygdon, 1987, p. 207).

### **L'organizing de l'espace frontalier**

Nous avons proposé l'effacement des frontières disciplinaires en introduction de cet article. À la lumière de ce tissage argumentaire sur la collaboration, l'interdisciplinarité, les frontières, les processus communicationnels et l'organisation, voici le fruit de notre réflexion quant à cette prémisse introductive : considérant qu'une organisation interdisciplinaire se crée à la jonction des frontières juridictionnelles, nous proposons que ces démarcations soient plutôt le lieu de la matérialisation d'un *espace frontalier* accueillant la collaboration interdisciplinaire. Donc, *les acteurs habitent l'espace de la frontière*, lequel est composé d'une multitude de démarcations. Nous proposons que ces acteurs soient, en fait, aveuglés par le mouvement continu de ces démarcations, ce qui floute l'espace frontalier, et non pas par la disparition de ces démarcations. Ainsi, la gestion constante des divergences disciplinaires et professionnelles (s'effectuant à travers les activités de la communication) crée, transforme et maintient à la fois les démarcations juridictionnelles et l'organisation interdisciplinaire elle-même.

Enfin, nous retenons de cette première partie qu'il est nécessaire de se pencher sur le développement des méthodes de travail favorisant l'avènement de la collaboration interdisciplinaire afin de favoriser l'innovation aujourd'hui, cela à travers les processus d'*organizing* analysée en utilisant les objets, les lieux, le corps, les pratiques et l'action comme objets d'études, lesquels apparaissent dans la découpe des phénomènes visés.

Dans la section qui suit, nous tenterons d'articuler une démarche méthodologique appropriée à notre positionnement théorique et ontologique, dans l'optique qu'elle nous permettra de mieux comprendre le rôle positif de l'action – du « faire » – dans les processus communicationnels interdisciplinaires lors de notre prochain terrain.

### **L'ethnographie organisationnelle**

À l'origine, le terme *ethnographie* se réfère principalement au produit d'une recherche anthropologique, soit la représentation écrite d'une culture ou de

l'un de ses aspects (Van Maanen, 1988). Aujourd'hui, cette expression s'est élargie pour englober toute la méthodologie de recherche l'entourant. Selon Van Maanen (1988), l'objectif d'une ethnographie est de peindre les contours d'une culture d'un groupe donné, laquelle s'exprime dans leurs gestes, leurs paroles et leurs référents symboliques. Cette culture se définit comme étant le savoir partagé par les membres d'une communauté ordonnant leurs activités et les rassemblant. Ce savoir est continuellement en construction, négocié, altéré et renouvelé, il est décidément changeant, mais aussi intangible et susceptible aux innombrables interprétations. Dans les termes de Van Maanen (1988) « *culture is not itself visible, but is made visible only through representation* » (p. 3). Le savoir partagé d'une communauté, peu importe la forme qu'il revêt, est une pure construction contextualisée, et l'ethnographie est l'un des moyens de le révéler.

Même si cette approche « ancienne » a fait son entrée comme méthode de recherche dans les études des organisations et de la gestion depuis les années soixante-dix, l'observation telle qu'elle est appliquée par les anthropologues en fut longtemps la technique principale. Toutefois, de plus en plus, « elle donne [...] lieu à une diversité de nouvelles formes et pratiques de recherche adaptées au contexte organisationnel contemporain » (Rouleau, 2013, p. 27). C'est pourquoi, dans les pages suivantes, nous présenterons quelques-uns des aspects de l'ethnographie organisationnelle qui sied à une perspective sociomatérielle de la communication, et particulièrement accolés à une organisation interdisciplinaire.

### **De l'observation à la participation**

Comment faire la différence entre ce que disent les gens sur ce qu'ils font et ce qu'ils font vraiment (Moeran, 2009)? Une question non sans importance dans une réflexion sur la manière de rendre compte de l'action comme facteur de « faire ensemble ». Ainsi, Moeran (2009) nous propose de passer d'une position d'observateur, un mode de recherche classique de l'ethnographie où le chercheur s'immerge totalement dans une communauté pendant une longue période, à celui de participant observateur. Dans cette dernière optique, le chercheur n'est pas qu'un observateur externe du terrain, il y possède un rôle

actif. Moeran (2009) argumente que nous ne sommes pas limités à notre seule conscience quand nous tentons de comprendre des phénomènes, nous apprenons aussi avec notre corps et tous nos sens. Moeran nous recommande plutôt d'être pleinement conscients de notre présence et des apprentissages émergeant de nos interactions avec les éléments d'un terrain, peu importe leur nature.

Nicolini (2009) abonde en ce sens dans son plaidoyer sur l'importance de s'interroger sur les pratiques organisationnelles. Il suggère lui aussi de s'intéresser aux éléments hétérogènes dont ces pratiques sont composées, afin de révéler la nature de leur participation dans l'accomplissement des activités « organisantes » et la manière dont ces éléments relient les pratiques entre elles. Enfin, il nous rappelle que la mobilisation d'objets demande la participation du corps humain. Ainsi, en tant que chercheur, performer les pratiques organisationnelles requérant la participation d'artéfacts permet de comprendre comment ces pratiques s'accomplissent à travers le corps et comment le corps répond à la réalisation des activités (Nicolini, 2009).

Appliquée à notre objet de recherche, nous en retirons qu'un chercheur engagé dans l'élaboration d'un concept architectural en compagnie d'individus aux expertises connexes, et impliqué dans la réalisation de maquettes et de dessins, sera beaucoup plus à même de comprendre l'activité de ceux qu'il observe. Cela lui permettra de mieux comprendre leur cheminement intellectuel, mais, surtout, de mieux saisir leurs usages d'outils de représentation dans la gestion des frontières. Ainsi, cette perspective du participant observateur offre la possibilité au chercheur de faire la distinction entre « *what people say they do and what they actually do* » (Moeran, 2009, p. 147).

Cet engagement du chercheur par rapport à son terrain soulève des questionnements de pertinence et de validité des données. D'ailleurs, Moeran aborde le danger pour le chercheur de devenir « *native*<sup>10</sup> » en adoptant un

---

10 Cette expression signifie que le chercheur, par une immersion trop concernée dans un terrain, prend le risque de devenir un membre de la communauté sous sa loupe. Selon les objectivistes, cela implique une invalidité du jugement du chercheur.

statut de participant observateur. Dans une brève revue sur l'évolution des pratiques anthropologiques postcolonialistes vers l'ethnographie organisationnelle, Bruni (2005b) soutient que, malgré le désir de certains chercheurs de n'avoir aucune influence sur le terrain à l'observation, « *it has grown increasingly clear that the data presented in an ethnography are influenced by the (subjective) perspective of the researchers and by the rhetorical style adopted during the stage of writing up the data* » (p. 356). Suivant Bruni, nous souhaitons adopter une approche intégrée, subjectiviste et empreinte de réflexivité pour la réalisation de notre terrain.

Pleinement consciente des mises en garde de Moeran (2009), nous visiterons, au prochain point, la stratégie envisagée pour se préserver de devenir « *native* ». En outre, nous soulignons que la participation observante comme seule technique de collecte de données ne peut rendre compte de toutes les activités d'une organisation. Des approches complémentaires sont donc requises pour multiplier les observations des activités des acteurs (de quelques natures qu'ils soient) de l'organisation, elles aussi en concordance avec une vision du chercheur visible et actif, c'est-à-dire qui se meut, tâte et expérimente.

### **Une multiplication des lieux d'observation**

Afin de construire l'environnement rapproché de l'objet à l'étude, tout en contribuant à la construction du contexte macroscopique dans lequel il évolue, Marcus (1995) propose d'examiner (de filer) les associations et les correspondances d'un objet à travers une multitude de sites. Ce qu'il nomme l'ethnographie « à sites multiples » et qui sied à une recherche sur les lieux de la communication tels que nous les avons définis. Ce déploiement entre les sites s'opère en cours de recherche, les différentes associations et correspondances de l'objet se révélant au cours des situations *en-train-d'advenir*.

Nicolini (2009) fait aussi référence à un déplacement du chercheur lors d'un terrain en parlant de « *zooming in/zooming out* ». Ce mouvement, quant à lui, consiste à mettre l'accent sur les pratiques locales d'une organisation, dans un premier temps, ce qui permet, dans un deuxième temps, d'élargir le spectre

d'examen des pratiques observées et à leurs produits/effets. De plus, une telle stratégie demande au chercheur d'être constamment éveillé et de procéder à des déplacements incessants. Cette constante vigilance et l'activité requises du chercheur est, de notre point de vue, ce qui nous permettra d'éviter de devenir « *native* ».

Nicolini soutient que ce mouvement d'aller et retour entre le local et le global permet de rendre compte des pratiques quotidiennes, mais aussi, plus largement, de leurs effets sur les processus d'organisation. Le va-et-vient entre les pratiques locales d'une organisation à leurs produits/effets permet au chercheur de discerner les correspondances entre les diverses pratiques, leurs effets à plusieurs niveaux et, par le fait même, l'identification de la durabilité (ou non) de ces effets et des pratiques elles-mêmes (Nicolini, 2009). Cette approche nous permettra de catégoriser les pratiques existantes dans les regroupements de nature interdisciplinaire, cela, par exemple, par un déplacement de l'espace frontalier vers le cœur d'une juridiction particulière.

La combinaison de ces deux perspectives est un apport riche à une collecte de données. Elle permet une contextualisation aux échelles micro et macro de l'activité organisationnelle et, par rebond, une meilleure compréhension des répercussions des diverses pratiques. Dans une situation d'interdisciplinarité en architecture, il devient possible de mieux cibler les effets du travail d'une discipline *sur* l'autre, d'identifier l'intensité d'utilisation d'outils (par rapport à d'autres) et selon le champ disciplinaire, etc., de même que d'identifier les répercussions des pratiques appartenant à l'espace frontalier sur les organisations qui le composent, ou vice versa. Les exemples peuvent être nombreux.

Enfin, Marcus (1995) propose une stratégie de « construction » de la recherche à sites multiples, principalement à l'aide du *shadowing*; il propose de suivre les gens, les choses, les métaphores, les histoires, une vie et les conflits... Il est du ressort du chercheur de préférer certaines associations selon sa question de recherche.

*Le shadowing*

Concrètement, le *shadowing* implique la filature<sup>11</sup> d'acteurs durant leurs activités et leurs interactions quotidiennes dans leur contexte organisationnel. Règle générale, les observations issues de cette filature sont archivées sous forme d'enregistrement vidéo ou audio, par la prise de note (Vásquez, Brummans et Groleau, 2012), par des clichés photographiques et par la tenue d'un journal de bord contenant des faits observés, les narratifs du déroulement des activités quotidiennes et les notes réflexives du chercheur, donc par une présence régulière et de longue durée dans une organisation, mais surtout par le ciblage d'un acteur particulier pendant de grande période. Cette technique est très nourrissante pour un chercheur, car l'observation à répétition des activités d'un acteur facilite l'identification des récurrences, des comportements spécifiques, des liens avec d'autres acteurs, etc., mais aussi des événements<sup>12</sup> dans les processus d'*organizing*.

De plus, Vásquez et al. (2012) soulignent que « [a] subjectivist stance presumes that both the researcher's and actor's understanding of what is going on is constituted contextually, situated in practice, and often tacit » (p. 145). Ils ajoutent que la relation prenant forme entre les shadowees et le shadower, une relation évolutive au fil des interactions qui occurrent en cours de terrain, modifie nécessairement cette construction de sens contextualisée chez les deux partis. Suivant cette perspective, le shadowing se présente lui aussi comme possédant le potentiel de révéler la manière dont les acteurs font sens de leurs activités en-train-de-se-faire, par ce qu'ils expriment en paroles, mais aussi grandement par ce qu'ils expriment à travers leurs pratiques (qu'ils partagent avec le chercheur) (Vásquez et al., 2012).

---

11 « Action de filer, de suivre à la piste un individu, pour surveiller ses faits et gestes » (Larousse, s.d.). Le Larousse donne l'exemple du détective pour illustrer l'action de « filer ».

12 Le terme *événement* est ici utilisé au sens de l'approche sémiotique, soit une perturbation singulière dans une situation ordonnée et connue. « Un événement est ce qui, survenu du dehors, du réel de la société, vient mettre à l'épreuve la sociabilité et les logiques de l'appartenance et de l'identité » (Lamizet, 2011, s.p.).

De prime abord, user du *shadowing* dans l'étude d'une collaboration interdisciplinaire nous permettra de suivre plusieurs acteurs affiliés à différentes disciplines. De cette manière, nous pourrions comprendre les motivations derrière chacune des disciplines et, possiblement, et par la suite, de saisir les réactions des uns et des autres (par rapport aux uns et aux autres) lorsqu'ils doivent agir de manière commune. Procéder au *shadowing* des acteurs d'un groupe interdisciplinaire permet de tracer chacune des trajectoires (et ainsi de découvrir les nuances dans l'interprétation de l'objectif commun par chacun) pour ensuite expliquer, lors de leur croisement, les facteurs de cohésion ou de dissension.

Entre autres choses, le *shadowing* nous interpelle énormément pour sa mobilité. Nous avons souligné que la matérialité, par sa qualité d'être tangible, a la capacité de transporter les preuves symboliques de nos cultures/organisations à travers le temps et l'espace; le *shadowing* nous permet de suivre ces trajectoires matérielles qui, dans une visée ontologique relationnelle, sont constitutives de l'être de tout acteur.

Dans un article méthodologique sur le *shadowing*, Bruni (2005a) considère que les méthodes pour étudier les objets dans les sciences sociales sont encore très peu développées. Dans une perspective relationnelle des processus d'*organizing* composés d'acteurs aux ontologies multiples, Bruni propose l'esquisse d'une méthode de nature ethnographique, inspirée du *shadowing*, à partir de la prémisse que les objets, tout autant que les sujets,

*always stands in relation to a social world, so that 'observing' an s-object means looking at the relations of which it is part, the contexts in which it is located, the practices that construct it socially, and the other s-objects that cross its trajectory* (p. 362).

Au cours des premières semaines d'un terrain, les observations de Bruni lui ont fait revoir complètement sa stratégie de recherche. Alors qu'il s'intéressait aux pratiques du personnel d'un centre hospitalier, il a constaté qu'une technologie nouvellement intégrée au sein des modes de travail de l'hôpital semblait essentielle à la réussite du travail des uns, alors qu'invisible aux yeux des autres

(Bruni, 2005a). De fait, c'est d'une manière plutôt intuitive qu'il a entamé le *shadowing* de cet objet technologique afin de découvrir de quelle façon celui-ci interférait dans les pratiques quotidiennes d'*organizing* de cet hôpital. Ce *shadowing* d'une chose lui a permis de réaliser les constats suivants (Bruni, 2005a) :

- l'absence d'un objet dans un contexte organisé a des effets observables;
- les relations entre divers objets matériels organisent le temps organisationnel (elles ordonnent les actions);
- l'ordonnance des actions permet, par la suite, de vérifier la présence d'autres objets indispensables;
- les objets sont internalisés dans les pratiques quotidiennes.

En conclusion, Bruni (2005a) nous dit que l'approche ethnographique permet de révéler que la matière n'est pas inerte, donc qu'elle est digne d'investigation dans nos recherches sur les modes d'organisation.

Équipée des résultats de notre recherche de maîtrise, suivant ces recommandations et les conclusions de Nicolini *et al.* (2012) sur le rôle des objets, il nous semble primordial de consacrer une partie des observations d'un terrain aux « choses » qui interviennent dans un contexte de travail interdisciplinaire en architecture. En effet, nous l'avons soulevé en introduction de cet article, énormément de choses matérielles interfèrent lors de la collaboration autour d'un projet architectural. Le *shadowing* des objets architecturaux nous permettra de comprendre comment ceux-ci sont mobilisés par chacun des intervenants dans leur processus de travail et donc de saisir les concordances et les différences dans l'appropriation qu'ils en font. Suivre ces objets nous permettra de surcroît de mettre en lumière d'autres acteurs (humains, non-humains, pratiques) qui auraient pu nous échapper.

### **Conclusion : étudier la collaboration interdisciplinaire en architecture par l'ethnographie organisationnelle**

En première section, nous avons identifié les objets, les lieux, les corps, les pratiques et l'action comme éléments communicationnels additionnels à la

subjectivité humaine, proposant dans un même temps une vision sociomatérielle de la communication afin de rendre compte des processus organisants dans un groupe, particulièrement d'une organisation émergeant d'un espace frontalier. Puis, tout au long de la dernière section, nous avons répondu à la question initiale (comment étudier les organisations interdisciplinaires caractérisées par un amas hétérogène d'acteurs et de pratiques?) en présentant l'ethnographie organisationnelle comme l'approche la plus appropriée à l'étude des éléments organisationnels liés à notre perspective sociomatérielle des phénomènes sociaux, mais, particulièrement, en tant que participant observateur afin de pénétrer dans l'espace frontalier même.

Nous avons proposé l'approche à sites multiples pour contrer une immersion trop profonde du chercheur et afin de dresser le portrait à échelle macro du contexte dans lequel évoluent les organisations interdisciplinaires attachées à la réalisation de projets d'architecture. Le *shadowing* s'est ainsi avéré pertinent, plus largement, pour visiter les différents sites et juridictions de l'organisation interdisciplinaire, plus précisément le *shadowing* des choses pour rendre compte des objets mobilisés lors des moments collaboratifs, dans le domaine architectural plus particulièrement. Qu'en est-il de l'action? Ce que ce survol de l'ethnographie nous a permis, c'est de constater que les pratiques sont imbriquées dans chacun des éléments de la communication, car ils sont le fait de l'action collective. C'est de cela qu'émerge la position participante du chercheur pour comprendre comment le corps intervient dans ces divers processus d'*organizing*.

## Références

Ashcraft, K. L., Kuhn, T. R. et Cooren, F. (2009). Constitutional Amendments: "Materializing" Organisational Communication. *The Academy of Management Annals*, 3(1), 1-64.

Barad, K. (2003). Posthumanist Performativity: Toward an Understanding of How Matter Comes to Matter. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 28(3), 801-831.

Barley, W. C., Leonardi, P. M. et Bailey, D. E. (2012). Engineering Objects for Collaboration: Strategies of Ambiguity and Clarity at Knowledge Boundaries. *Human Communication Research*, 38(3), 280-308.

Bechky, B. A. (2003). Object Lessons: Workplace Artifacts as Representations of Occupational Jurisdiction. *American Journal of Sociology*, 109, 720-752.

Bruni, A. (2005a). Shadowing Software and Clinical Records: On the Ethnography of Non-Humans and Heterogeneous Contexts. *Organization*, 12(3), 357-378.

Bruni, A. (2005b) An Ironic Shadow on Organizational Ethnography. Dans U. Johansson et J. Woodila (dir.), *Irony and Organizations* (p. 354-380), Liber, Danemark : Copenhagen Business School Press.

Bucciarelli, L. L. (2002). Between Thought and Object in Engineering Design. *Design Studies*, 23(3), 219-231.

Carlile, P. R. (2002). A Pragmatic View of Knowledge and Boundaries: Boundary Objects in New Product Development. *Organization Science*, 13, 442-455.

Chadoin, O. et Evette, T. (2010, février). *Statistiques de la profession d'architecte, 1998-2007 : socio-démographie et activités économiques*. Paris, France : Ministère de la Culture et de la Communication de la République

française. Récupéré de [http://www.culture.gouv.fr/culture/politique-culturelle/MCC\\_Statistiques%20profession%20architecte\\_fev\\_2010.pdf](http://www.culture.gouv.fr/culture/politique-culturelle/MCC_Statistiques%20profession%20architecte_fev_2010.pdf)

COAC (Col·legi d'Arquitectes de Catalunya) Internacional. (2005). *Architectural Practice Around the World*. Barcelone, Espagne : UIA (Professional Practice Commission of the International Union of Architects). Récupéré de <http://www.coac.net/internacional/ang/docs/APAW.pdf>

Corbin M. J. et Strauss L. A. (1993). The Articulation of Work through Interaction. *The Sociological Quarterly*, 34(1), 71-83.

Dossick, C.S. et Neff, G. (2011). Messy Talk and Clean Technology: Communication, Problem Solving and Collaboration Using Building Information Modeling. *The Engineering Project Organization Journal*, 1(2), 83-93.

Dufaux, F. (2011) Affirmer son existence : l'architecture comme projet politique. *Argument : Politique, société et histoire*, 13(2). Récupéré de <http://www.revueargument.ca/article/2011-03-01/523-affirmer-son-existence-larchitecture-comme-projet-politique.html>

Fourez, G. (1993, 29 octobre). *Méthodologies de l'interdisciplinarité : séminaire sur la représentation*. [Guide d'enseignement]. Montréal, Québec : Université du Québec à Montréal.

Fujimura, J. H. (1992). Crafting Science: Standardized Packages, Boundary Objects, and "Translation". Dans A. Pickering (dir.), *Science as practice and culture* (p. 168-211), Chicago, IL : University of Chicago Press.

Gieryn, T. F. (1983). Boundary-Work and the Demarcation of Science from Non-Science: Strains and Interests in Professional Ideologies of Scientists. *American sociological review*, 781-795.

Groleau, C. et Demers, C. (2012). Pencils, Legos, and Guns: A Study of Artefacts Used in Architecture. Dans P. M. Leonardi, B. A. Nardi et J. Kallinikos

(dir.), *Materiality and Organizing. Social Interaction in a Technological World*, (p. 259-284). Oxford, GB : Oxford University Press.

Gray, B. (2008). Enhancing Transdisciplinary Research through Collaborative Leadership. *American Journal of Preventive Medicine*, 35(2S), 124S-132S.

Gray, B. (1989). *Collaborating: Finding Common Ground for Multiparty Problems*. San Francisco, CA : Jossey-Bass.

Hamel, P. J. (2008). Les mirages du partenariat public-privé. *Revue Agone*, 38-39. Récupéré de <http://revueagone.revues.org/210>

Ingold, T. (2013). *Making: Anthropology, Archaeology and Architecture*. New York, NY : Routledge.

Jeanet, A., Tiger, H., Vinck, D. et Tichkiewitch, S. (1996). La coordination par les objets dans les équipes intégrées de conception de produit. *Coopération et conception*, 87-100.

Keenoy, T. et Oswick, C. (2003). Organizing Textscapes. *Organization Studies*, 25, 135-142.

Lamont, M. et Molnár, V. (2002). The Study of Boundaries in the Social Sciences. *Annual review of sociology*, 167-195.

Lamizet, B. (2011, 29 juin). La sémiotique de l'événement. Récupéré de <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/halshs-00604452/document>

Lorino, P. (2013). Management Systems as Organizational 'Architextures'. Dans F.-X. de Vaujany et N. Mitev (dir.), *Materiality and Space. Organizations, Artefacts and Practices* (p. 62-95), Basingstoke, GB: Palgrave Macmillan.

Lucuik, M. Canada Green Building Council. 2005 (31 mars). *Analyse de rentabilité pour les bâtiments écologiques au Canada* (Rapport n° 2052223.00). Montréal, Québec : Industrie Canada. Récupéré de

[http://www.cagbc.org/AM/PDF/Business%20Case%20for%20Green%20Bldgs%20in%20Canada\\_FRENCH.pdf](http://www.cagbc.org/AM/PDF/Business%20Case%20for%20Green%20Bldgs%20in%20Canada_FRENCH.pdf)

Marcus, G. E. (1995). Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24, 95-117.

Moeran, B. (2009). From Participant Observation to Observant Participation. Dans S. Ybema, D. Yanow, H. Wels et F. Kamsteeg (dir.), *Organizational Ethnography: Studying the Complexities of Everyday Life* (p. 139-155), Thousand Oaks, CA : Sage Publications.

Nicolini, D. (2009). Zooming In and Zooming Out: A Package of Method and Theory to Study Work Practices. Dans S. Ybema, D. Yanow, H. Wels et F. Kamsteeg (dir.), *Organizational Ethnography: Studying the Complexities of Everyday Life* (p. 120-138), Thousands Oaks, CA : Sage Publications.

Nicolini, D., Mengis, J. et Swan, J. (2012). Understanding the Role of Objects in Cross-Disciplinary Collaboration. *Organization Science*, 23(3), 612-629.

Olsen, P. B. et Heaton, L. (2010). Knowing through Design. Dans J. Simonsen, J. O. Bærenholdt, M. Büscher et J. D. Scheuer (dir.), *Design Research: Synergies from Interdisciplinary Perspectives* (p. 79-94), New York, NY: Routledge.

Orlikowski, W. J. et Scott, S. V. (2008). Sociomateriality: Challenging the Separation of Technology, Work and Organization. Dans J. P. Walsh et A. P. Brief (dir.), *The Academy of Management Annals*, vol. 2 (p. 433-474), Londres, GB : Routledge.

Plourde, Marie-Claude. (2015). Le projet : lieu et objet. *Communication, lettres et sciences du langage*,

Plourde, Marie-Claude. (2014, septembre). *Regard sur la collaboration interdisciplinaire pour la réalisation de projets d'architecture durable* (Mémoire de maîtrise). Université du Québec à Montréal.

Processus. (s.d.). Dans *Dictionnaire Larousse en ligne*. Récupéré de <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/processus/64066?q=processus#63349>

Quéré, L. (1991). D'un modèle épistémologique de la communication à un modèle praxéologique. *Réseaux*, 9(46-47), 69-90.

Rennstam, J. (2012). Object-Control: A Study of Technologically Dense Knowledge Work. *Organization Studies*, 33(8), 1071-1090.

Rouleau, L. (2013). L'ethnographie organisationnelle d'hier à Demain. *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels*, Supplément (HS), 27-43.

Star, S. L. (2010). This is Not a Boundary Object: Reflections on the Origin of a Concept. *Science, Technology & Human Values*, (35), 601-617.

Star, S. L. et J. Griesemer. (1989). Institutional Ecology, 'Translations', and Boundary Objects: Amateurs and Professionals on Berkeley's Museum of Vertebrate Zoology. *Social Studies of Science*, 19, 387-420.

Strauss, L. A. (1993). Assumptions of a Theory of Action. Dans *Continual Permutations of Action* (p. 19-46). New York, NY : Aldine de Gruyter.

Suchman, L.A. (2007). *Human-Machine Reconfigurations: Plans and Situated Actions*. Cambridge, GB : Cambridge University Press.

Tsoukas, H. et Chia, R. (2002). On Organizational Becoming: Rethinking Organizational Change. *Organization Science*, 13(5), 567-582.

Van Maanen, J. (1988). *Tales of the Field: On Writing Wthnography*. Chicago, IL : The University of Chicago Press.

Vásquez, C., Brummans, B. H. J. M. et Groleau, C. (2012). Notes from the Field on Organizational Shadowing as Framing. *Qualitative Research in Organizations and Management*, 7(2), 144-165.

Vásquez C. et Cooren, F. (2013). Spacing Practices: The Communicative Configuration of Organizing Through Space-Times. *Communication Theory*, 23(1), 25-47.

Vinck, D. (2009). De l'objet intermédiaire à l'objet-frontière. *Revue d'anthropologie des connaissances*, 31(1), 51-72.

Weick, K.E. (1995). *Sensemaking in Organizations*. Thousands Oaks, CA : Sage. Publications.

Weick, K.E., Sutcliffe, K.M. et D. Obstfeld. (2005, juillet-août). Organizing and the Process of Sensemaking. *Organization Science*, 16(4), 409-421.

**L'ANGLAIS, CLÉ DE L'OUVERTURE SUR LE MONDE?  
ANALYSE DE CADRAGE DU DÉBAT PUBLIC QUÉBÉCOIS SUR  
L'ENSEIGNEMENT INTENSIF DE L'ANGLAIS, LANGUE SECONDE**

Virginie Hébert  
Université Laval

**Résumé :** Cette note de recherche présente notre projet de thèse, consacré à l'étude du processus de cadrage du débat public sur l'enseignement intensif de l'anglais, une problématique liée à l'enjeu sociopolitique de la question linguistique au Québec. Dans l'affrontement pour le contrôle symbolique des débats, ce cadrage des enjeux, et plus spécifiquement le recours aux cadres dotés d'une forte résonance culturelle, tels les mythes, s'avère stratégique. Or certains qualifient de « mythique » le discours sur l'anglais comme langue mondiale et affirment qu'il jouerait un rôle dans le cadrage des débats liés aux enjeux linguistiques. La première partie de cette note expose la problématique du mythe sur l'anglais comme langue mondiale et le cas du débat public québécois sur l'enseignement intensif de l'anglais. La seconde partie présente le cadre théorique et les concepts de cadrage, de mythe et de résonance culturelle et la dernière partie, l'approche méthodologique ainsi que la contribution scientifique envisagée.

**Mots clés :** mythe; cadrage; communication publique; discours public; anglais mondial; langue; résonance culturelle; mondialisation; hégémonie linguistique; Québec.

**Abstract**

*This note presents our doctoral research project that focuses on the framing process of a recent public debate in Quebec over intensive English immersion school programs. Closely related to Quebec's language issue, this debate is an ideal case to investigate how social actors frame issues in order to achieve a symbolic control over public debates. Past research on framing indicates that they will strategically use frames with strong cultural resonance, such as myths, in their efforts to dominate debates. Some have referred to the argument of*

*English as a global language as a myth and argued it plays an important role in the framing of language issues around the world. The first part of the text defines the problematic aspects associated with the rhetoric of English as a global language and introduces the specific case of Quebec's public debate over intensive English programs. The second section presents the theoretical framework and distinguishes the concepts of framing, myth, and cultural resonance. The third section exposes the methodological approach and expected scientific contributions.*

**Keywords:** *myth; framing; public communication; public discourse; global english; language; cultural resonance; globalization; linguistic hegemony; Quebec.*

## Introduction<sup>1</sup>

Les jeunes Québécois sont des citoyens du village global. Dans toute société ouverte sur le monde, à plus forte raison lorsque les échanges internationaux sont essentiels à son développement économique, la connaissance fonctionnelle de l'anglais, voire d'une troisième langue, est essentielle (Bachand, 2011, p. 12).

Le 23 février 2011, le premier ministre du Québec, Jean Charest, procédait à l'annonce de la mise en place d'une mesure d'enseignement intensif de l'anglais, langue seconde, pour tous les élèves francophones québécois. Ces derniers consacraient désormais la moitié de leur 6<sup>e</sup> année primaire à l'apprentissage de l'anglais. Un important débat social entoura la mise en place de la mesure, les uns arguant l'importance de consacrer davantage d'heures à l'enseignement de l'anglais dans un contexte de mondialisation<sup>2</sup>, les autres invoquant divers effets négatifs sur la réussite des élèves, ou encore craignant pour la pérennité de la langue française. Pourtant, en dépit des avis divergents, un postulat semblait baliser le débat autour de l'enjeu suivant : l'anglais, *lingua franca* mondiale, est désormais nécessaire à la réussite future des élèves québécois.

Plusieurs chercheurs qui s'intéressent à ce postulat qui fait de l'anglais *la* langue mondiale de communication le qualifient de « mythe », affirmant qu'il jouerait un rôle dans le cadrage des débats liés aux enjeux linguistiques (Grin, 2012; Pennycook, 2004; Watts, 2011). Les théories du cadrage suggèrent que les acteurs politiques et médiatiques cadrent les événements en privilégiant certaines définitions des enjeux sociaux. Ce processus de cadrage influencerait

---

<sup>1</sup> Le texte a fait l'objet d'une communication orale lors du XII<sup>e</sup> colloque interuniversitaire en communication, tenu les 20 et 21 mars 2014 à l'Université du Québec à Montréal.

<sup>2</sup> Pour définir la mondialisation et la distinguer du terme *globalisation*, nous référons ici à la définition proposée par Jean Tardif (2008) : « La mondialisation – elle – est un processus plus général que la globalisation économique qu'elle inclut, caractérisé par la multiplication, l'accélération et l'intensification des interactions économiques, sociales, culturelles et politiques, entre les acteurs des différentes parties du monde qui y participent de façon variable » (p. 202).

ensuite les perceptions qu'ont les citoyens de ces enjeux (Entman, 2009). Le mythe cadrerait donc l'anglais comme un gage de succès économique, de mobilité professionnelle et d'ouverture sur le monde, favorisant ainsi la promotion de son enseignement dans nombre de pays. D'entrée de jeu, précisons que le concept de *mythe*, sur lequel nous reviendrons ultérieurement, n'est pas entendu ici au sens d'une fiction ou d'une légende, mais plutôt d'un récit idéologique tenu pour vrai par un groupe social donné (Flood, 1996). Symboles condensés, les mythes agiraient en tant que cadres implicites de référence permettant d'éclairer les compréhensions sociales et politiques des différents enjeux (Reese, 2009). Ils s'avèreraient donc de puissants instruments à la disposition des différents acteurs sociaux afin d'orienter le sens du débat public.

La note de recherche qui suit vise à présenter notre projet de thèse consacré à l'étude du processus de cadrage de ce débat public sur l'enseignement intensif de l'anglais et au rôle qu'a pu y jouer le mythe sur l'anglais comme langue mondiale. La première partie du texte expose la problématique de recherche ainsi que le cas à l'étude : le débat public québécois sur l'enseignement intensif de l'anglais. La seconde partie présente le cadre théorique, précisant notamment les concepts de *cadrage*, de *mythe* et de *résonance culturelle*. Enfin, la dernière partie présente la méthodologie envisagée pour réaliser les analyses, ainsi que la contribution scientifique que pourrait apporter la recherche.

### **Objet de recherche et cas à l'étude**

#### *La problématique du mythe sur l'anglais comme langue mondiale*

Fort d'une expansion sans précédent, l'anglais se retrouve en incontestable position de domination mondiale (Hamel, 2010). Le rôle de *lingua franca* lui est donc dévolu *de facto*. Cependant, alors que certains voient en l'anglais mondial « l'esperanto » moderne favorisant la compréhension interculturelle (Archibugi, 2005; Crystal, 2003; Davies, 1996; Widdowson, 1997), d'autres prétendent qu'il accentue les inégalités (Canagarajah, 1999; Pennycook, 2002; Phillipson, 1992). Par ailleurs, certains s'inquiètent de l'atteinte potentielle à la diversité linguistique et culturelle mondiale (Hagège, 2000; Krauss, 1992; Oustinoff,

2013; Wolton, 2008). D'après Dominique Wolton, cette épineuse question linguistique pourrait constituer l'un des enjeux majeurs du 21<sup>e</sup> siècle (2013).

Cependant, pour plusieurs chercheurs, le véritable problème n'est toutefois pas celui de l'expansion de l'anglais en soi, mais plutôt du discours qui l'entoure et de l'hégémonie qu'il exerce actuellement (Grin, 2005; Ives, 2006; Park, 2009; Watts, 2011). Le discours serait problématique dans la mesure où il constitue la principale prémisse à partir de laquelle nombre d'États choisissent d'investir massivement dans l'apprentissage de l'anglais. Certains de ces chercheurs en parlent comme d'un « mythe » qui agirait comme véhicule de l'idéologie de mondialisation néolibérale (Grin, 2012; Pennycook, 2004; Watts, 2011). Richard J. Watts, auteur de *Language Myths and the History of English*, retrace la genèse de ce mythe et situe ses origines au milieu du 19<sup>e</sup> siècle :

*It [the myth of English as the global language] originated in the middle of the nineteenth century and is well established as the driving force behind a present-day modern hegemonic discourse both within and beyond English-speaking nation-states that promotes the acquisition of English on a global scale (Watts, 2011, p. 254).*

Ancré dans la quête babélique d'une langue universelle de communication, le mythe favoriserait une conception utilitaire de l'anglais, le présentant comme l'élixir linguistique et le fondement d'une communication efficace (Demont-Heinrich, 2008, p. 146). Dans un langage métaphorique, il ferait de cette langue un gage de succès économique, de mobilité professionnelle, d'ouverture sur le monde, etc. (Grin, 2012; Phillipson, 1992; Watts, 2011.) Il conférerait ainsi à l'anglais un statut de simple véhicule de communication non culturellement ancré, ayant pour effet de le dépolitiser et d'en normaliser l'usage : « *The myth of EIL depoliticises English, and does so not by ignoring English but by constantly talking about it, making English innocent, giving it a natural and eternal justification, a clarity which is not that of a description but an assumption of fact* » (Pennycook, 2004, p. 31). En dépeignant l'expansion mondiale de l'anglais comme un phénomène naturel et bénéfique, ce discours

occulterait le rôle des forces sociales, économiques et politiques qui, dans les faits, auraient largement contribué à sa propagation :

*From a minor language in 1600, English has in less than four centuries come to be the leading language of international communication in the world today. This remarkable development is ultimately the result of 17<sup>th</sup>, 18<sup>th</sup>, and 19<sup>th</sup> century British successes in conquest, colonization, and trade, but it was enormously accelerated by the emergence of the United States as the major military world power and technological leader in the aftermath of World War II. The process was also greatly abetted by the expenditure of large amounts of government and private foundation funds in the period 1950-1970, perhaps the most ever spent in history in support of the propagation of a language (Troike, 1976, p. 2).*

Selon Pennycook (2004), il est donc nécessaire de démythifier l'anglais et d'en reconstruire le discours, car de nombreuses politiques linguistiques concernant cette langue auraient pour fondement des principes idéologiques reposant sur ce mythe. Au-delà du phénomène linguistique, l'anglais constitue, selon lui, une part intégrante du processus de mondialisation : « *English is not just a language but a discursive field: English is neoliberalism, English is globalisation, English is human capital. The question, then, is what is it that people do in their claims that something is English?* » (Pennycook, 2004, p. 31).

### **Le débat public québécois sur l'enseignement intensif de l'anglais**

Le Canada et le Québec apparaissent comme le terrain idéal pour une observation empirique du discours sur l'anglais mondial, d'autant que l'enjeu linguistique y revêt historiquement une dimension identitaire et politique. Au Québec, depuis la Révolution tranquille, un discours dominant lie la survie de la nation québécoise à celle de la langue française. Or, en partie en réaction à la menace que pose pour lui le nationalisme québécois, le gouvernement canadien fait, depuis plusieurs années, la promotion d'une idéologie du bilinguisme individuel dans l'objectif de soutenir l'unité canadienne :

*Clearly, Quebec's position was a threat to the legitimacy of the Canadian state, as well as to the powerful position of English-speakers. While one does find attempts to reassert the dominance of English, the dominant discourse attempts to affirm the legitimacy of Canada through the construction of an ideology of bilingualism (Heller, 2002, p. 50).*

Cette volonté de promouvoir l'idéologie du bilinguisme se traduira notamment par des investissements massifs des gouvernements successifs dans les programmes d'enseignement des langues des minorités et des langues secondes (Pal, 1995). En 1990-1991, Ottawa aurait notamment transféré près de 82 millions de dollars aux gouvernements provinciaux en appui à l'enseignement de ces langues (McRoberts, 1997).

Néanmoins, selon les chiffres du dernier recensement canadien (2011), le français décline lentement au Québec, mais est en voie de marginalisation dans l'ensemble du Canada : 22 % des Canadiens déclarent désormais avoir le français comme langue maternelle, alors que ce taux s'établit à 79,7 % au Québec (Corbeil, 2012). Par ailleurs, le taux de bilinguisme diminue à l'extérieur du Québec, ainsi que la proportion totale de jeunes Canadiens de niveaux primaire ou secondaire exposés à l'enseignement du français, langue seconde; dans les écoles publiques, ce taux passe de 53 % à 44 % (Lepage et Corbeil, 2013). En revanche, le bilinguisme augmente chez les Québécois, principalement en raison d'une hausse de la connaissance de l'anglais chez les francophones, qui passe de 36 % en 2006 à 38 % en 2011.

L'anglais semble donc exercer un attrait de plus en plus grand sur les francophones (et sur les autres groupes minoritaires) du pays (Cardinal, 2008). Dès 2001, dans le rapport qu'ils dressent à la suite de la *Commission des États généraux sur la situation et l'avenir de la langue française au Québec*, les commissaires constatent l'attrait et la pression exercés par l'anglais :

Cette nouvelle dynamique engendre le sentiment qu'apprendre l'anglais est une clé indispensable de la réussite sociale. Ce sentiment est en train de s'imposer aux mentalités comme une

nouvelle religion. La population nourrit des attentes tous azimuts au regard d'un bilinguisme sans nuance (Larose, 2001, p. 11).

Selon Bouchard (2013), le statut mythique du français, historiquement considéré comme vecteur de l'identité québécoise, se trouverait aujourd'hui confronté au nouveau rôle dévolu à l'anglais dans la conscience nationale : « *French language and openness to the world might be conflicting insofar as English is the language of globalization* » (Bouchard, 2013a, p. 15). Les jeunes francophones, affirment Pâquet et Martel (2010), ne semblent plus considérer l'anglais comme une menace culturelle, « mais bien comme un instrument de communication » (p. 285). Ce changement s'observe dans plusieurs études, dont celle réalisée par Wim Remysen (2004) sur les attitudes linguistiques. Selon ce dernier, « l'importance que les témoins accordent à l'anglais montre bien la distinction entre la langue comme bien symbolique, vecteur d'une appartenance, et la langue comme bien commercial (voir Heller, 2002) » (Remysen, 2004, p. 113).

Cet engouement à l'égard de l'anglais semble avoir mené à l'adoption d'orientations politiques valorisant et augmentant considérablement son temps d'enseignement. Celui-ci se voit successivement devancé, pour débiter en 3<sup>e</sup> année (2001), puis en 1<sup>re</sup> année du cours primaire (2006). Enfin, le 23 février 2011, le gouvernement libéral de Jean Charest annonce la mise en place de l'enseignement intensif de l'anglais pour tous les élèves francophones du Québec. Telle qu'elle est mise en œuvre depuis son annonce, cette mesure se caractérise par une augmentation de plus de 300 heures d'enseignement de l'anglais concentrées en une même année scolaire (Anstett, Sauvain, Jacob, Viel et Lamari, 2014).

Par ailleurs, l'importance accordée à l'enseignement de l'anglais langue seconde pourrait avoir été influencée par le cadrage adopté pour présenter l'enjeu. Dans une recherche réalisée en 2011, les chercheurs Gerald Fallon et Natalie Rublik (2011) s'intéressent à la manière dont le cadrage des discours a pu conduire à l'orientation qui rend obligatoire l'enseignement de l'anglais au premier cycle du primaire. Ils concluent que les discours de mondialisation et de protection du français au Québec ont dominé le débat sur cet enjeu. En

conséquence, ils soulèvent la nécessité de réaliser des recherches prenant en compte l'actuel conflit entre l'utilisation des politiques linguistiques comme instrument de construction nationale et le contexte mondialisant où la maîtrise de l'anglais semble requise.

### **L'objectif et la question de recherche**

À la lumière de ces recherches, il nous semble pertinent de poursuivre l'analyse par cette étude portant sur le cadrage du discours ayant entouré la mise en place de la mesure d'enseignement intensif de l'anglais au Québec depuis février 2011. Nous souhaitons donc analyser le cadrage mis de l'avant par les élites politiques et les médias en nous demandant dans quelle mesure il a contribué à baliser le débat public sur cet enjeu québécois et potentiellement à orienter la prise de décision politique. Notre question générale de recherche est la suivante: *quel est le rôle joué par le mythe sur l'anglais comme langue mondiale dans le processus de cadrage du débat public québécois sur l'enseignement intensif de l'anglais, langue seconde?* Comme hypothèse principale, nous posons que, malgré l'existence d'un contre-cadrage liant la langue et l'identité<sup>3</sup>, le débat public est dominé par le cadre mondialisant. Le mythe sur l'anglais comme langue mondiale agirait comme moteur principal de ce cadre, permettant de légitimer l'adoption du projet d'enseignement intensif de l'anglais.

### **Pertinence du projet pour la communication publique**

Il nous importe ici de préciser en quoi la problématique du discours de l'anglais comme langue mondiale s'ancre dans le champ de la communication publique. Celle-ci, telle que nous la définirons aux fins de cette recherche, repose sur la notion d'*espace public* popularisée par le philosophe Jürgen Habermas (1988) et ancrée dans l'idéal démocratique des Lumières: « valorisation de la rationalité, infinie confiance en l'être humain, croyance en la capacité des sociétés de s'autogouverner » (Gingras, 2006, p. 13). Les problématiques

---

<sup>3</sup> Tel que le suggèrent les observations faites par Fallon et Rublik (2011) et par Bouchard (2013), nous avançons que ce cadre, structuré autour du discours mythique de protection du français, s'est opposé au cadre mondialisant, agissant ainsi comme contre-cadrage.

relevant de ce champ concernent donc l'étude des messages dont le contenu relève des enjeux dits d'intérêt « public » : ceux qui soulèvent l'opinion, qui traitent des problèmes sociaux, ceux qui font le « débat public ». De la même manière, et parce qu'il traite des discours entourant la question linguistique, ce projet interroge à la fois les conditions d'existence d'un espace public de communication et le processus de construction symbolique qui survient dans cet espace. La langue, instrument symbolique par excellence, institue et délimite l'espace public tout en y permettant la diffusion de symboles (Tardif, 2008; Widmer, 1996). Selon la thèse développée par Benedict Anderson (1991) dans son ouvrage *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, la convergence entre le capitalisme et l'imprimerie aurait conduit à l'essor de certaines langues vernaculaires et favorisé, du coup, la naissance de consciences nationales. Située au cœur de la formation des États-nations, la langue occuperait donc une position centrale dans la notion même d'espace public et, conséquemment, dans le processus démocratique. Le concept d'Habermas se fonderait d'ailleurs sur ce présupposé d'une langue commune de communication, ce qui conduit Nancy Fraser à interroger la légitimité d'un éventuel « espace public transnational » dominé par la mondialisation de l'anglais : « *insofar as transnational publics conduct their communications in English, which favors global elites and Anglophone postcolonials at the expense of others, how can the opinion they generate be viewed as legitimate?* » (Fraser, 2007, p. 18). Point névralgique des conditions de circulation de l'information, de la formation de l'opinion publique et donc de la tenue du débat public, l'enjeu linguistique interrogerait les conditions mêmes de la communication publique, ce qui en ferait un objet de recherche incontournable pour ce champ.

### **Perspectives théoriques et cadre conceptuel**

#### *L'analyse de cadrage*

Approche initiée par Bateson (1954) et Goffman (1974), l'analyse de cadrage représente aujourd'hui un important champ d'études de la communication et des médias. Entman (2009), dont la définition est l'une des plus répandues, décrit le *cadrage* comme un processus de sélection et de mise en valeur de certaines facettes des événements, dans l'objectif d'en promouvoir une

interprétation particulière : « *Selecting and highlighting some facets of events on issues, and making connections among them as to promote a particular interpretation, evaluation, and/or solution* » (p. 5). Pouvant être soit intentionnel, accidentel ou intuitif, et liant directement la structure d'un récit élaboré par les médias aux schémas mentaux individuels, le cadrage agit comme un mécanisme fondamental dans l'activation de l'esprit (Castells, 2009).

L'analyse des « effets » du cadrage permet ainsi d'éclairer la façon dont s'exerce l'influence sur la conscience humaine à travers la communication (Entman, 1993, p. 51-52). Néanmoins, selon plusieurs chercheurs, l'analyse ne doit pas limiter son attention aux seuls effets du processus, mais doit également s'attarder aux mécanismes de « construction » des cadres (Gamson et Modigliani, 1989; Pan et Kosicki, 2001; Reese, 2001). À cet effet, les « cadres » constituent, selon la définition suggérée par Reese, « des principes organisateurs socialement partagés et persistants dans le temps, qui travaillent symboliquement et de manière significative, à structurer le monde social » (Reese, 2001, p. 5)<sup>4</sup>. Ces cadres se manifestent par le biais d'une série de mécanismes symboliques tels le choix de mots, les métaphores, les exemples, les descriptions, les arguments et les images visuelles (Gamson et Modigliani, 1989; Pan et Kosicki, 1993; Reese, 2001; Van Gorp, 2007).

### **La résonance culturelle**

Cependant, tous les cadres ne seraient pas équivalents dans leur capacité à influencer les perceptions individuelles (Entman, 1993; Gamson et Modigliani, 1989; Reese, 2001; Van Gorp, 2007). Ceux qui parviennent à toucher certaines « cordes sensibles » chez le public seraient potentiellement les plus efficaces. Or, selon Snow et Bendford (1988), l'un des principaux facteurs de cette efficacité symbolique résiderait dans la *fidélité narrative* des cadres, soit la manière dont ils entrent *en résonance avec la culture* des membres d'une

---

<sup>4</sup> Traduction libre de : « *Frames are organizing principles that are socially shared and persistent over time, that work symbolically to meaningfully structure the social world* » (Reese, 2001, p. 5).

société. Cette *résonance culturelle*, définie comme « *the degree to which proffered framings resonate with cultural narrations, that is with the stories, myths and folk tales that are part and parcel of one's cultural heritage* » (Snow et Benford, 1988, p. 210), constituerait l'un des principaux déterminants du succès d'un cadre médiatique. En liant le cadre à des thèmes culturels, des mythes ou des récits folkloriques, la résonance culturelle lui permettrait d'accroître son attrait, le faisant paraître naturel et familier (Entman, 2009; Gamson et Modigliani, 1989; Snow et Benford, 1988). En ce sens, estime Kubal (2014), parce qu'il fait référence aux interrelations entre les cadres et l'environnement culturel, le concept de résonance culturelle peut permettre d'éclairer non seulement les effets du cadrage, mais également le processus de construction des cadres et l'influence du plus vaste contexte culturel.

Dans cet objectif, James Ettema (2005) propose de s'attarder aux mécanismes par lesquels les acteurs sociaux tentent stratégiquement de « fabriquer » la résonance culturelle au cours d'un processus de cadrage. Selon lui, la fabrication de la résonance repose sur l'utilisation récurrente de certains dispositifs textuels formels ou des mêmes éléments iconiques pour décrire un événement. À l'instar de James Ettema (2005), nous choisissons donc d'analyser la *volonté* de produire un effet de *résonance culturelle* plutôt que de tenter de mesurer l'effet de cette résonance sur le public. Nous chercherons ainsi à identifier les *stratégies de résonance* dans la récurrence de certaines structures rhétoriques présentes dans le discours des promoteurs de cadres et des acteurs médiatiques : « *The method, in other words, is to analyze and appreciate the figurative language that multiple journalists from multiple newspapers on multiple occasions employed to tell and retell the story* » (Ettema, 2005, p. 134). L'utilisation répétée des mêmes éléments iconiques (métaphores, images, récits) deviendra donc un indicateur opérationnel de la volonté de ces acteurs de créer un effet de résonance, c'est-à-dire de lier le contenu du texte à un phénomène culturellement signifiant, tel un mythe. Eu égard à la réception, la fréquence avec laquelle ces mêmes éléments iconiques se voient reproduits dans le discours citoyen (ou médiatique) nous indiquera que l'effet escompté est atteint.

## **Le mythe**

Il importe ici de préciser ce qui caractérise le mythe afin d'être en mesure de bien le distinguer du cadre. Parmi la vaste littérature sur le mythe et les multiples approches permettant de l'étudier, un courant d'études porte sur son renouvellement dans les sociétés contemporaines (Barthes, 1970; Bennett, 1980; Bottici, 2004; Bouchard, 2013b; Edelman, 1975; Esch, 2010; Flood, 1996; Huynen, 1997; Lemire, 1997). Dans le cadre de notre projet, nous référerons principalement au modèle proposé par Christopher Flood (1996), qui définit le mythe comme « *an ideologically marked narrative which purports to give a true account of a set of past, present, or predicted political events and which is accepted as valid in its essentials by a social group* » (Flood, 1996, p. 44). Cette définition nous paraît être la plus opérationnelle, puisqu'elle identifie certains aspects formels du mythe. Le mythe est caractérisé par sa forme narrative ainsi que par sa rhétorique : celle de la persuasion ou de la séduction (Silverstone, 1990). Il s'exprime dans un langage figuratif : utilisation de métaphores, d'allégories, de symboles, d'images fortes. Aussi, le mythe est « marqué idéologiquement », ce qui signifie qu'il transporte l'empreinte des prémisses, des valeurs et des objectifs associés à une idéologie ou à une famille d'idéologies spécifiques (Flood, 1996; Sykes, 1970). Cette marque idéologique devient donc une propriété objective du discours. Elle inclut ce qui est manifeste par les mots employés, mais également par ce qui est suggéré implicitement par le recours à des stratégies rhétoriques, comme l'attribution de qualités, de motivations et d'objectifs à certains acteurs sociaux (Flood, 1996).

Les mythes seraient ainsi dotés d'un fort potentiel de résonance culturelle (2001). Par leur ancrage dans l'histoire, mais également par leur nature dynamique, ils permettraient, selon Reese (2009), d'illuminer les compréhensions sociales et politiques des différents enjeux. Agissant comme des symboles condensés, ils sauraient suggérer rapidement l'essence d'un cadre, alors que les mécanismes de raisonnement indiqueraient plutôt « quoi faire » en réaction à un enjeu.

### **Stratégie de recherche et méthodologie**

Notre stratégie globale de recherche consiste donc à étudier en profondeur le cas du débat public québécois sur l'enseignement intensif de l'anglais et le processus de cadrage l'ayant entouré. En ce sens, nous entendons comparer

entre eux le contenu des discours des différents types d'acteurs sociaux ayant pris part à ce débat. La recherche sera réalisée selon un devis méthodologique mixte en deux phases : une première qualitative et inductive; une seconde, quantitative et déductive. Selon plusieurs théoriciens du cadrage, ce type de devis permet de réaliser une analyse approfondie des cadres présents dans le discours avant de valider leur présence sur un plus vaste échantillon de textes (Hertog et Mcleod, 2001; Koenig, 2006; Van Gorp, 2010). Nous retiendrons comme population l'ensemble des messages publics médiatisés, écrits et publiés en français, entre février 2011 et mai 2014, sur support papier ou électronique, et portant sur l'enjeu de l'intensification de l'enseignement de l'anglais au Québec. Le corpus sera constitué de messages émanant des différents types d'acteurs sociaux : gouvernants et acteurs intéressés (communiqués, journaux des débats, documents informationnels ou promotionnels), acteurs médiatiques (textes d'opinion tirés des 10 principaux quotidiens québécois)<sup>5</sup> et acteurs citoyens (lettres d'opinions et commentaires publiés sur les pages Web des grands quotidiens). Bien qu'hétérogène, cette population nous semble pertinente puisqu'elle représente une trace manifeste du débat public québécois sur l'enseignement intensif de l'anglais.

Dans un premier temps, nous procéderons à l'analyse *qualitative du contenu* sur une portion restreinte du corpus et selon une approche inductive et interprétative. Cette première étape permettra de reconstituer les différents cadres liés à l'enjeu de l'enseignement intensif de l'anglais en recherchant, d'une part, les mécanismes de cadrage (stratégies rhétoriques et langage figuratif) et, d'autre part, les mécanismes de raisonnement (définitions d'un problème, interprétations causales, évaluations morales, traitements/recommandations). Nous essayerons alors de voir s'il est possible de déceler une volonté stratégique de ces acteurs de créer la résonance avec différents thèmes culturels ou mythes. Par exemple, dans l'extrait « L'anglais intensif : une ouverture sur le monde », la métaphore de *l'anglais est une ouverture* pourrait être identifiée comme mécanisme de cadrage et reliée au

---

<sup>5</sup> *Le Devoir, Le Droit, Le Journal de Montréal, Le Journal de Québec, Le Nouvelliste, La Presse, Le Quotidien, Le Soleil, La Tribune, La Voix de l'Est.*

cadre du cosmopolitisme ainsi qu'au mythe sur l'anglais comme langue mondiale. Le cadre invoquerait donc le mythe afin de suggérer implicitement l'apprentissage de l'anglais comme remède au soi-disant problème du manque d'ouverture culturelle.

Les résultats obtenus de cette phase alimenteront, dans un second temps, *une analyse de contenu quantitative*, qui nous servira à valider les cadres identifiés lors de la première étape sur l'ensemble du corpus. Nous pourrons alors déterminer la dominance des cadres reconstitués dans la phase précédente, et ce, à partir d'un échantillon plus représentatif du discours dans son ensemble. Nous évaluerons alors dans quelle mesure les cadres mis de l'avant par les acteurs politiques institutionnels sont reproduits ou contestés dans les discours médiatique et citoyen.

### **Contribution potentielle de la recherche**

En premier lieu, cette thèse répond à un besoin théorique dans le domaine des études sur le cadrage. Dans une recension systématique des écrits, Borah (2011) constate un manque significatif de recherches portant sur la phase de production des cadres. Notre recherche contribuera au développement du savoir sur les processus stratégiques et rhétoriques impliqués dans ce développement des cadres. Elle permettra également de préciser le sens du concept de résonance culturelle et d'approfondir la compréhension des mécanismes qui permettent son activation, une précision qui s'avère nécessaire selon Rowling, Jones, et Sheets (2011), ainsi que de tisser des liens entre les théories du cadrage, du mythe politique et de l'idéologie. En outre, il est possible d'entrevoir des applications concrètes dans la planification des politiques linguistiques et éducatives où il est essentiel, comme le rappellent Scovel (2000) et Watts (2011), de mieux comprendre comment certains discours mythiques peuvent influencer la perception publique et conséquemment le choix des politiques publiques.

En second lieu, très peu de chercheurs auraient, à ce jour, analysé d'un point de vue communicationnel et de manière approfondie les idéologies se profilant derrière le discours sur l'anglais mondial (Kuppens, 2013; Watts, 2011). Joseph Sung-Yul Park (2009) souligne, en ce sens, l'importance d'une meilleure

compréhension de la manière dont se construit localement ce discours sur l'anglais comme langue mondiale. À cet effet, le Canada et le Québec constituent de véritables laboratoires permettant d'approfondir les questions liées aux discours sur la langue et leurs implications politiques, particulièrement dans le contexte actuel de mondialisation (Cardinal, 2008). En conséquence, nous escomptons que cette thèse puisse apporter une importante contribution sur le savoir relatif aux questions linguistiques mondiales. La recherche permettra, en ce sens, une compréhension plus fine des mécanismes discursifs à l'œuvre dans le phénomène complexe de l'expansion mondiale de l'anglais, enjeu incontournable de la mondialisation et du 21<sup>e</sup> siècle (Oustinoff, 2013; Wolton, 2013).

## Références

Anderson, B. (1991). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. New York, NY/Londres, GB : Verso.

Anstett, E., Sauvain, V., Jacob, J., Viel, A. et Lamari, M. (2014). *Recherche évaluative sur l'intervention gouvernementale en matière d'enseignement de l'anglais, langue seconde, au Québec (Troisième livrable)*. Québec, Québec : Centre de recherche et d'expertise en évaluation.

Archibugi, D. (2005). The Language of Democracy: Vernacular or Esperanto? A Comparison between the Multiculturalist and Cosmopolitan Perspectives. *Political Studies*, 53(3), 537-555. doi: 10.1111/j.1467-9248.2005.00543.x

Bachand, R. (2011). *Discours sur le budget. Assemblée nationale*. Québec, Québec : Ministère des Finances du Gouvernement du Québec.

Barthes, R. (1970). *Mythologies*. Paris, France : Points.

Bennett, W. L. (1980). Myth, Ritual, and Political Control. *Journal of Communication*, 30(4), 166-179. doi: 10.1017/CBO9780511613852

Borah, P. (2011). Conceptual Issues in Framing Theory: A Systematic Examination of a Decade's Literature. *Journal of Communication*, 61(2), 246-263. doi: 10.1111/j.1460-2466.2011.01539.x

Bottici, C. (2004). *A Philosophy of Political Myth*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bouchard, G. (2013a). *National Myths: Constructed Pasts, Contested Presents*. New York, NY : Routledge.

Bouchard, G. (2013b). Pour une nouvelle sociologie des mythes sociaux. *Revue européenne des sciences sociales*, 51(1), 64-88. doi: 10.4000/ress.2340

Canagarajah, A. S. (1999). *Resisting Linguistic Imperialism in English Teaching*. Oxford et New York, NY : Oxford University Press.

Cardinal, L. (2008). Bilinguisme et territorialité : l'aménagement linguistique au Québec et au Canada. *Hermès*, 51, 135-140. Repéré à <http://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2008-2-page-135.htm>

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford, GB : OUP Oxford.

Corbeil, J.-P. (2012). *Le français et la francophonie au Canada. Langue, recensement de la population de 2011*. Ottawa, Ontario : Statistique Canada.

Crystal, D. (2003). *English as a Global Language*. Cambridge, GB : Cambridge University Press.

Davies, A. (1996). Review Article: Ironising the Myth of Linguicism. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 17(6), 485-496. doi: 10.1080/01434639608666297

Demont-Heinrich, C. (2008). Beyond Culture and (National) Identity? Language, Globalization and the Discourse of Universal Progress in American Newspaper Coverage of English. *Journal of International and Intercultural Communication*, 1(2), 136-157. doi: 10.1080/17513050801891960

Edelman, M. (1975). Language, Myths, and Rhetoric. *Society*, 12(5), 14-21.

Entman, R. M. (1993). Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Entman, R. M. (2009). *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. Chicago, IL : University of Chicago Press.

Esch, J. (2010). Legitimizing the “War on Terror”: Political Myth in Official-Level Rhetoric. *Political Psychology*, 31(3), 357-391. doi: 10.1111/j.1467-9221.2010.00762.x

Ettema, J. S. (2005). Crafting Cultural Resonance: Imaginative Power in Everyday Journalism. *Journalism*, 6(2), 131-152. doi: 10.1177/1464884905051005

Fallon, G. et Rublik, N. (2011). Second-Language Education Policy in Quebec: A Critical Analysis of the Policy of English as a Compulsory Subject at the Early Primary Level in Quebec. *Revue TESL du Canada*, 28(2), 90-104. Repéré à <http://www.teslcanadajournal.ca/index.php/tesl/article/view/1074/893>

Flood, C. (1996). *Political Myth: A theoretical Introduction*. New York, NY/Londres, GB : Garland Publishing.

Fraser, N. (2007). Transnationalizing the Public Sphere: On the Legitimacy and Efficacy of Public Opinion in a Post-Westphalian World. *Theory, Culture & Society*, 24(4), 7-30.

Gamson, W. A. et Modigliani, A. (1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37. Repéré à <http://www.jstor.org/stable/2780405>

Gingras, A.-M. (2006). *Médias et démocratie : le grand malentendu*. Québec, Québec : Presses de l'Université du Québec.

Grin, F. (2005). *L'enseignement des langues étrangères comme politique publique. Rapport au Haut Conseil de l'évaluation de l'école (n° 19)*. Paris, France : Haut Conseil de l'évaluation de l'école.

Grin, F. (2012, 14 novembre). *Mythe d'une lingua franca et économie des langues*. Communication présentée lors du colloque international pluridisciplinaire Communication et mondialisation. Les limites du tout-anglais

[webdiffusion]. Paris, France. Repéré à [http://webcast.in2p3.fr/videos-mythe\\_d\\_une\\_lingua\\_franca\\_et\\_economie\\_des\\_langues\\_3](http://webcast.in2p3.fr/videos-mythe_d_une_lingua_franca_et_economie_des_langues_3)

Habermas, J. (1988). *L'espace public : archeologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris, France : Payot.

Hagège, C. (2000). *Halte à la mort des langues*. Paris, France : Odile Jacob.

Hamel, R. E. (2010). L'aménagement linguistique et la globalisation des langues du monde. *Télescope*, 16(3), 1-21. Repéré à [http://cerberus.enap.ca/Telescope/docs/Index/Vol\\_16\\_no\\_3/Telv16n3\\_hamel.pdf](http://cerberus.enap.ca/Telescope/docs/Index/Vol_16_no_3/Telv16n3_hamel.pdf)

Heller, M. (2002). Globalization and the Commodification of Bilingualism in Canada. Dans D. Block et D. Cameron (dir.), *Globalization and Language Teaching* (p. 47-63), Londres, GB/New York, NY : Routledge.

Hertog, J. K. et Mcleod, D. M. (2001). A Multiperspectival Approach to Framing Analysis: A Field Guide. Dans S. D. Reese, O. H. Gandy et A. E. Grant (dir.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World* (p. 141-162), Mahwah, NJ/Londres, GB : Lawrence Erlbaum Associates.

Huynen, C. (1997). *Mythe médiatique, mythe d'aujourd'hui : réflexion sur la présence contemporaine du mythe dans les médias de masse et analyse des mécanismes de réactualisation mythique dans Paris Match*. Louvain, France : Éditions CIACO.

Ives, P. (2006). "Global English": Linguistic Imperialism or Practical Lingua. *Studies in language & Capitalism*, 1, 121-141. Repéré à <http://www.languageandcapitalism.info/>

Ives, P. (2010). Cosmopolitanism and Global English: Language Politics in Globalisation Debates. *Political Studies*, 58(3), 516-535. doi: 10.1111/j.1467-9248.2009.00781.x

Koenig, T. (2006). Compounding Mixed-Methods Problems in Frame Analysis through Comparative Research. *Qualitative Research*, 6(1), 61-76. doi: 10.1177/1468794106058874

Krauss, M. (1992). The World's Languages in Crisis. *Language*, 68(1), 4-10. doi: 10.2307/416368

Kubal, T. J. (2014). The Presentation of Political Self: Cultural Resonance and the Construction of Collective Action Frames. *The Sociological Quarterly*, 39(4), 539-554. Repéré à <http://www.jstor.org/stable/4120827>

Kuppens, A. H. (2013). Cultural Globalization and the Global Spread of English: From "Separate Fields, Similar Paradigms" to a Transdisciplinary Approach. *Globalizations*, 10(2), 327-342. doi: 10.1080/14747731.2013.786259

Larose, G. et al. (2001). *Le français, une langue pour tout le monde : une nouvelle approche stratégique et citoyenne*. Québec, Québec : Gouvernement du Québec.

Lemire, M. (1997). *L'imaginaire des autoroutes de l'information : le discours des acteurs publics québécois et canadiens* (Thèse de doctorat, Université Laval, Québec). Repéré à <http://www.collectionscanada.gc.ca/obj/s4/f2/dsk3/ftp04/mq25649.pdf>

Lepage, J.-F. et Corbeil, J.-P. (2013). *L'évolution du bilinguisme français-anglais au Canada de 1961 à 2011*. Ottawa, Ontario : Statistique Canada.

McRoberts, K. (1997). *Misconceiving Canada: The Struggle for National Unity*. Toronto, Ontario : Oxford University Press.

Oustinoff, M. (2013). La diversité linguistique, enjeu central de la mondialisation. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 2, 2-9. Repéré à <http://rfsic.revues.org/328>

Pal, L. A. (1995). *Interests of State: The Politics of Language, Multiculturalism, and Feminism in Canada*. Montréal, Québec : McGill-Queen's Press-MQUP.

Pan, Z. et Kosicki, G. M. (1993). Framing Analysis: An Approach to News Discourse. *Political Communication*, 10, 55-75. doi: 10.1080/10584609.1993.9962963

Pan, Z. et Kosicki, G. M. (2001). Framing as a Strategic Action in Public Deliberation. Dans S. D. Reese, O. H. Gandy et A. E. Grant (dir.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World* (p. 35-66). Mahwah, NJ/Londres, GB : Lawrence Erlbaum Associates.

Pâquet, M. et Martel, M. (2010). *Langue et politique au Canada et au Québec*. Montréal, Québec : Boréal.

Park, J. S.-Y. (2009). *The local construction of a global language: Ideologies of English in South Korea*. Berlin, Allemagne/New York, NY : Mouton de Gruyter.

Pennycook, A. (1998). *English and the Discourses of Colonialism*. New York, NY : Routledge.

Pennycook, A. (2004). The Myth of English as an International Language. *Literacy Learning: The Middle Years/English in Australia*, 139, 26-32. Repéré à <http://search.informit.com.au/documentSummary;dn=849500885570234;res=IELHSS>

Phillipson, R. (1992). *Linguistic imperialism*. Oxford, GB : Oxford University Press.

Reese, S. D. (2001). Prologue-Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research. Dans S. D. Reese, O. H. Gandy et A. E. Grant (dir.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World* (p. 7-31). Mahwah, NJ/Londres, GB : Lawrence Erlbaum Associates.

Reese, S. D. (2009). Finding Frames in a Web of Culture: The Case of the War on Terror. Dans P. D'Angelo et J. A. Kuypers (dir.), *Doing News Framing Analysis: Empirical, Theoretical, and Normative Perspectives* (p. 17-42). New York, NY : Routledge.

Remysen, W. (2004). Le recours au stéréotype dans le discours sur la langue française et l'identité québécoise : une étude de cas dans la région de Québec. Dans D. Deshaies et D. Vincent (dir.), *Discours et constructions identitaires* (p. 95-121). Québec, Québec : Les Presses de l'Université Laval.

Rowling, C. M., Jones, T. M. et Sheets, P. (2011). Some Dared Call It Torture: Cultural Resonance, Abu Ghraib, and a Selectively Echoing Press. *Journal of Communication*, 61(6), 1043-1061. doi: 10.1111/j.1460-2466.2011.01600.x

Scovel, T. (2000). "The Younger, the Better". Myth and Bilingual Education. Dans R. D. Gonzalez et I. Melis (dir.), *Language Ideologies: Critical Perspective on the Official English Movement* (p. 114-136), Urbanois, IL/Mahwa, NJ : National Council of Teachers of English.

Silverstone, R. (1990). Télévision, mythe et culture. *Réseaux*, 9(44-45), 201-222. doi: 10.3406/reso.1990.1804

Snow, D. A. et Benford, R. (1988). Ideology, Frame Resonance, and Participant Mobilization. *International Social Movement Research*, 1, 197-217. doi: 10.1007/s00425-012-1590-5

Sykes, A. J. M. (1970). Myth in Communication. *The Journal of Communication*, 20, 17-31. doi: 10.1111/j.1460-2466.1970.tb00861.x

Tardif, J. (2008). Mondialisation et culture : un nouvel écosystème symbolique. *Questions de communication*, 13, 197-223. Repéré à <http://questionsdecommunication.revues.org/1764>

Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Stanford, CA : Stanford University Press.

Troike, R. C. (1976). Editorial: The future of English. *The Linguistic reporter*, 19(2), 2.

Van Gorp, B. (2007). The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. *Journal of Communication*, 57(1), 60-78. doi: 10.1111/j.1460-2466.2006.00329.x

Van Gorp, B. (2010). Strategies to Take Subjectivity Out of Framing Analysis. Dans P. D'Angelo et J. A. Kuypers (dir.), *Doing News Framing Analysis: Empirical, Theoretical, and Normative Perspectives* (p. 113-143), New York, NY/Londres, GB : Routledge.

Watts, R. J. (2011). *Language, Myths, and the History of English*. Oxford, GB : Oxford University Press.

Widdowson, H. G. . (1997). EIL, ESL, EFL: Global Issues and Local Interests. *World Englishes*, 16(1), 135-146. doi: 10.1111/1467-971X.00054

Widmer, J. (1996). Langues et configurations de l'espace public. *Hermès*, 19, 225-239. doi: 10.4267/2042/14888

Wolton, D. (2008). Conclusion générale : de la diversité à la cohabitation culturelle. *Hermès*, 51, 195-204. doi: 10.4267/2042/24197

Wolton, D. (2013). Entretien Dominique Wolton. *Języki Obce w Szkole*, 1, 30-33. Repéré à [http://jows.pl/sites/default/files/wydanja/JOWS\\_01\\_2013.pdf](http://jows.pl/sites/default/files/wydanja/JOWS_01_2013.pdf)