



Journée d'étude

IDENTITÉ NUMÉRIQUE

AU DELÀ DU FORMATAGE ?

VENDREDI 7 AVRIL 2017

UHA, CAMPUS FONDERIE

PROGRAMME

JOURNÉE D'ÉTUDE ORGANISÉE PAR LE
LABORATOIRE **CRESAT - E.A. 3436**

COMITÉ D'ORGANISATION : **FABIEN BONNET, MARC JAHJAH**

MATIN

10h30 - 10h45

MOT DE BIENVENUE ET PRÉSENTATION DE LA JOURNÉE

10h45 - 11h30

GUSTAVO GOMEZ-MEJIA (MCF / UNIVERSITÉ FRANÇOIS RABELAIS, IUT DE TOURS - PRIM)
« *DES IDENTITÉS INDUSTRIALISÉES ? FORMATAGES ET ÉCRITURES PRÉFABRIQUÉES SUR LE WEB « SOCIAL » »*

11h30 - 12h15

FANNY GEORGES (MCF / UNIVERSITÉ. PARIS 3 - CIM)
« *PRATIQUES IDENTITAIRES DES MILITANTS INDÉPENDANTISTES TOUAREGS DANS LES RÉSEAUX SOCIAUX NUMÉRIQUES »*

PAUSE DÉJEUNER 12h15 - 14h00

APRÈS-MIDI

14h - 14h45

LAURENCE ALLARD (MCF / UNIVERSITÉ. LILLE 3 - IRCAV)
« *QUAND DIRE C'EST ÊTRE. LE MOBILE COMME MÉDIA DE LA VOIX INTÉRIEURE »*

14h45 - 15h30

JEAN-CLAUDE DOMENGET (MCF / UBFC, IUT BELFORT-MONTBÉLIARD - ELLIADD)
« *MÉTIERS DE LA COMMUNICATION. VERS DES IDENTITÉS PROFESSIONNELLES NUMÉRIQUES ? »*

PAUSE CAFÉ 15h30 - 15h45

15h45 - 16h30

EMMANUEL KESSOUS (PR / UNIVERSITÉ DE NICE SOPHIA-ANTIPOLIS, GREDEG)
« *FORMATAGE, SINGULARITÉS ET ÉCONOMIE DE L'ATTENTION »*

16h30 - 16h45

CONCLUSION

Cette journée fait suite aux travaux du CRESAT autour de l'interprétation des données (Projets Traces 2013), des méthodes digitales (JE 2015), de la mémoire (JE 2016), du projet CUMEN (2016-2017), et à son programme de recherche pluriannuel interdisciplinaire et interculturel sur l'usage des médias numériques.

Dans *Les Fabriques de soi. Identité et industrie sur le web*, Gustavo Gomez-Mejia met en évidence le formatage partiel de nos identités sur le web contemporain. Certes, toute identité est toujours médiée par un dispositif de communication (par exemple une carte d'identité) qui lui donne une forme spécifique (identité civile : âge, sexe, ville, etc.) et la standardise. Mais certains dispositifs – les « réseaux sociaux » sur le web, – semblent porter ce processus à son paroxysme, en l'industrialisant. En effet, l'utilisateur passe nécessairement par des contraintes éditoriales et techniques (les cadres d'écriture : logiciel, mise en page, formats des statuts, typographie, etc.) pour se dire, partager un article ou exprimer un sentiment (bouton « like »). Autrement dit : le dispositif prend en charge chacun de ses gestes, de ses affects et de ses actions. On peut ainsi légitimement douter de la possibilité d'expressions propres, malgré la tendance de ces espaces à fournir des éléments de personnalisation et à produire des discours sur la créativité et l'autonomie des usagers. Ces derniers apparaissent alors plutôt comme les promoteurs de ces dispositifs dont ils incorporent les logiques marchandes et marketing pour valoriser leurs partenaires industriels.

Ce constat critique est indéniable, salutaire et fondamental. Il représente le point de départ de notre démarche. Mais peut-on envisager sa mise en relation étroite avec d'autres approches à l'heure. L'évolution récente des travaux consacrés à la question des identités numériques ne permet-elle pas son élargissement ? Non que nous aimerions célébrer une énième fois les « ruses » des usagers, capables de détourner les contraintes des dispositifs en bricolant des tactiques de résistance – cette dialectique post-certienne est encore utile, même si elle a conduit à « usage extrêmement répétitif » (1). La journée d'étude « Identités numériques : au-delà du formatage ? » (Université de Haute-Alsace, laboratoire CRESAT) souhaiterait interroger la possibilité de penser l'identité telle qu'elle prend (notamment) forme sur les écrans avec toute la complexité qu'implique cette médiation. Quelles sont les formes expressives observables au sein et aux alentours des espaces industriels et standardisés ? Comment penser conjointement l'ensemble des espaces, des supports (en ligne, hors ligne) et des postures qui servent à la production de nos « fragments de personnalité » (2) ? Quelles méthodologies déployer pour saisir la matérialité de nos identités ?

(1) Yves Jeanneret, *Critique de la trivialité*, Editions Non Standard, 2014, p. 378.

(2) Milad Doueïhi, « L'identité à l'ère des Digital Humanities » dans Jean-Paul Fourmentraux (dir.), *Identités numériques. Expressions et traçabilité*, CNRS Editions, coll. « Les Essentiels d'Hermès », p. 38.

Le Centre de recherches sur les économies, les sociétés, les arts et les techniques

(CRESAT), créé en 1984, rassemble des chercheurs en sciences de l'information et de la communication (culture numérique, communication des organisations, communication interculturelle, media studies), histoire (histoire économique et patrimoine industriel, histoire de l'art) en géographie (géohistoire des risques,

cartographie, SIG), en archivistique et en gestion qui ont fait le choix de s'intéresser à la construction des sociétés et des territoires transfrontaliers, aux acteurs et aux enjeux de l'interculturalité, à l'intelligence territoriale et à l'innovation. Les travaux en Sciences de l'information et de la communication portent plus particulièrement sur la relation entre communication, identité et culture dynamisée par les évolutions de la culture numérique. Nous étudions ainsi les nouveaux usages des médias numériques, les nouvelles compétences et littératies, les méthodes dites « digitales », ainsi que les mutations de la communication organisationnelle et de ses métiers, en cherchant à saisir les enjeux socio-culturels et professionnels de la communication et des médias numériques.

<http://www.cresat.uha.fr/>

U H A M U L H O U S E

I I N F O

C O M M

C A M P U S F O N D E R I E

Le Département Information et Communication de la Fonderie (Université de Haute Alsace Mulhouse) offre un ensemble complet de formations en information-communication, unique en Alsace, mettant l'accent sur la professionnalisation de son enseignement, notamment à travers un accompagnement personnalisé des étudiants tout au long des différents enseignements et projets menés en lien avec le terrain et en petits groupes dans une faculté à taille humaine offrant d'excellentes conditions de travail au Campus Fonderie.

Sont ainsi proposées :

- Une 3ème année de Licence Communication et Multimédia préparant l'entrée en Master CEN
- Une première année fondamentale du Master Communication et Édition Numérique (CEN)
- Plusieurs parcours pour la deuxième année de Master, dont
 - Master 2 Communication et Édition Numérique en formation initiale
 - Master 2 Management de projet des médias numériques ouvert en apprentissage
- Un Master métiers de l'enseignement, de l'éducation et de la formation (MEEF) Professeur documentaliste dans le cadre de l'Ecole Supérieure du Professorat et de l'Enseignement (ESPE) d'Alsace.

Les titulaires de ces formations peuvent concrètement s'engager dans une carrière professionnelle en communication, y compris dans les nouveaux métiers du « digital », de l'édition numérique, l'analyse et l'interprétation des données d'usage et de la gestion de l'information en endossant un rôle de cadre-chef de projet.

<http://www.campus-fonderie.uha.fr/fr/information-et-communication/>

CUMEN

Culture des médias numériques

Le projet CUMEN « Cultures des médias / numériques – étude internationale, transfrontalière et interculturelle » a pour objectif d'élaborer et appliquer un outillage interculturel pour étudier les usages des médias et des outils de communication dans une optique transfrontalière. Avec les résultats, il vise à développer un référentiel de la culture des médias numériques concernant notamment les jeunes adultes, cible initiale, et qui va pouvoir être étendu à d'autres populations.

Bon nombre de problématiques se dégagent d'ores et déjà, qui sont nombreuses et centrales pour nos sociétés sur-médiatisées et « datafiées » : l'autonomie des usages ; la gestion du temps entre travail, loisir et médias ; les résistances à certains usages (télévision, réseaux sociaux...) ; la « media fatigue » ; la gestion des données privées ; la compétence d'usage ; l'éducation aux médias ; la consommation culturelle ; la place et l'évolution des médias numériques ; la sociabilité et les médias numériques ; la confiance (dans l'information/ dans les échanges/ dans l'offre de services).

CUMEN réunit des chercheurs de plusieurs universités, dont l'Université de Haute-Alsace, de l'Université de Freiburg, de l'Université de Bâle, de l'université technique de Ilmenau et de l'Université d'Etat de Californie.