



HAL
open science

De l'emploi des métaphores dans la communication numérique. S'interroger au-delà des apparences immédiates

Pierre Morelli

► To cite this version:

Pierre Morelli. De l'emploi des métaphores dans la communication numérique. S'interroger au-delà des apparences immédiates. Conférence internationale Comprendre la transition V. Développer la communication dialogique/Understanding translation V. Developing communication via dialogue, Faculté de Journalisme et des Sciences de la Communication (FJSC, Université de Bucarest, Roumanie); Université Lumière Lyon 2, Mar 2017, Bucarest, Roumanie. pp.9-24. hal-01721578

HAL Id: hal-01721578

<https://hal.univ-lorraine.fr/hal-01721578v1>

Submitted on 1 Jun 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

De l'emploi des métaphores dans la communication numérique. S'interroger au delà des apparences immédiates

Pierre Morelli

Université de Lorraine, France

pierre.morelli@univ-lorraine.fr

Résumé: Sous l'impulsion des technologies contemporaines, la réalité change et cette « réalité en mutation » ne peut plus être représentée avec les outils traditionnels. Paradoxalement, malgré cette incapacité à appréhender la réalité à partir d'outils traditionnels se développe une appétence pour l'emploi d'emprunts au passé, métaphores destinées à décrire et parfois même à penser les dispositifs numériques. Face à la complexité croissante introduite par le développement de la communication numérique mais aussi par volonté de marquer une coupure avec le passé dont la terminologie peine à représenter les mécanismes et figures émergents, s'est ainsi progressivement installée dans la littérature scientifique une terminologie métaphorique. À penser la communication numérique contemporaine à travers des images empruntées aux mondes et dispositifs antérieurs au numérique ne s'enferme-t-on pas dans une perspective de transfert de l'existant alors qu'il faudrait construire de nouveaux cadres et les mettre à l'épreuve de nos questionnements ? Nous proposons d'engager ici une réflexion afin de libérer le rapport que nous entretenons avec les métaphores immédiates et souvent trompeuses utilisées pour qualifier les dispositifs numériques contemporains sans jamais vraiment en critiquer la portée et les limites, afin de pouvoir en vérifier la valeur, en contexte. Il s'agit d'aller au delà (ou en deçà) des évidences qui président à l'adoption d'emprunts conceptuels ou de métaphores lesquelles gagnent à devenir bien plus que des figures illustratives ou des modèles explicatifs. L'étude de la communication numérique gagne à mobiliser des outils scientifiques importés moins pour illustrer le propos ou ajouter en valeur scientifique que pour affuter notre regard et ouvrir des espaces et des directions nouvelles aux questionnements.

Mots clés: TIC, communication numérique, Web 2.0, appareil, courbe géométrique, métaphore.

1. Introduction

Au cœur de la transition que connaissent les sociétés contemporaines se niche la généralisation du numérique dans la vie sociale et professionnelle. Cette transition concerne principalement la mise en place de dispositifs d'accompagnement des entreprises, dispositifs dont les contours s'inscrivent en continuité avec des dispositifs plus anciens visant l'acculturation au numérique *via* le développement des réseaux et qui avaient tracé la voie :

- 1995 : mise en place des autoroutes de l'information ;
- 1997 : entrée de la France dans la société de l'information ;
- 2002 : conception d'un plan pour l'émergence d'une République numérique ;

- 2007 : mise en place du plan RE/SO (pour une REpublique numérique dans la SOciété de l'information) ;
- et plus récemment, en octobre 2016, promulgation d'une loi pour une République numérique portée par Axelle Lemaire (secrétaire d'état chargée du numérique et de l'innovation) et qui « prépare le pays aux enjeux de la transition numérique » afin de permettre « de développer l'économie de demain ».

Remarquons d'emblée que la transition dont il s'agit ici ne relève pas uniquement d'une question de migration de savoirs faire et de systèmes d'organisation car s'engager dans le numérique n'est en effet pas toujours chose aisée. Dans la livraison n° 18 de la revue *Questions de communication* nous avons à ce propos codirigé un dossier consacré aux non-usagers des TIC (Kellner, Massou & Morelli, 2010), ensemble d'articles qui invite à penser le non-usage comme une question en soi et non pas comme une anomalie dans la montée en puissance de l'usage des technologies numériques. Plus précisément nous avons analysé la question de la limitation des usages chez des professionnels de l'éducation et du conseil dans le social, étude qui montre combien il peut être difficile pour certains de se projeter dans l'adoption des technologies numériques.

2. De l'intérêt à s'interroger au-delà des apparences immédiates

Notre propos, dans ce chapitre, est d'inviter à se libérer des expressions simplificatrices qui prennent souvent la forme de réductions métaphoriques afin d'aller au delà (ou en deçà) des apparences immédiates. Outre les points aveugles que la vision métaphorique ne manque pas de générer, on peut se demander si, à penser à travers des images empruntées aux mondes et dispositifs antérieurs au numérique on ne s'enferme pas dans une perspective de transfert de l'existant alors qu'il faudrait construire de nouveaux cadres (Judith Schlanger, 1983) et les mettre à l'épreuve de nos questionnements. Qu'elles soient filées ou rompues, les métaphores gagnent ainsi à ne pas être uniquement considérées comme figures illustratives donc à être réinterrogées de manière, et c'est une expression que certains attribuent à Emil Cioran, à casser les évidences qu'elles véhiculent.

Certes, la culture de l'usage des TIC s'est grandement développée, l'école et l'université intègrent progressivement tant au niveau organisationnel que pédagogique le numérique. Depuis le web 2.0, donc avec l'avènement d'un web de la communication dans lequel se multiplient les partages et les échanges, se développent des formes conversationnelles qui témoignent d'une certaine banalisation des interfaces au profit de la vivacité des échanges. Le linguiste Jean-Maxence Granier (2001) y décèle l'émergence d'un contrat de conversation. Derrière l'apparente facilité d'usage des outils numériques contemporains subsistent toutefois plusieurs incertitudes concernant la portée des actions que nous menons en ligne et la réalité qui se cache parfois derrière les dispositifs et plus précisément les enjeux sociaux et sociétaux donc les aboutissants de la transition numérique.

Si le numérique bouscule les lignes, générant des formes qui échappent aux

modèles traditionnels, les mots sont rarement neutres. En effet, saisis par le numérique, l'économie et le commerce connaissent actuellement de véritables bouleversements que les schémas traditionnels peinent à modéliser ce qui explique en partie l'inflation de néologismes qu'on peut observer dans plusieurs domaines.

Prenons l'exemple de « marketing », une pratique née de la volonté d'entrepreneurs anglais, dès la fin 18^e siècle de développer activement leurs marchés (Volle, 2011, p. 16) et que l'histoire officielle situe aux USA, comme fruit d'une volonté de prendre en compte « des attentes de la clientèle » (*ibid.*, p. 3). Utilisant la puissance de calcul et la souplesse relationnelle du numérique, avec le développement du e-commerce, le marketing affecte d'optimiser les attentes et les pratiques des consommateurs, donc de mieux les connaître, ce qui amène à créer des dispositifs adaptés faisant chacun l'objet d'une dénomination propre. A la suite de l'explosion du web 2.0 sont progressivement apparus le « marketing viral », le « marketing social » et plus récemment le « wom marketing » (*word of mouth* : bouche à oreille), voire le « *picture marketing* » ainsi que le « *mobile marketing* » puisque, de nos jours, une majorité d'internautes se connecte à partir d'interfaces mobiles. L'idée même de marketing s'est par ailleurs exportée dans d'autres cadres sociaux que celui de la vente et de la consommation, ce qui rajoute à l'inflation syntaxique. On est ainsi venu à parler de « marketing personnel », de « marketing territorial », de marketing collaboratif, expérientiel, conversationnel...

Comment cette surenchère lexicale peut-elle s'expliquer ? S'agit-il d'une volonté, d'un besoin impérieux d'exprimer une vision « moderne » ou « contemporaine » ? Cèderait-on à la pression des consultants en communication qui usent et abusent volontiers de cette inflation terminologique pour renforcer leur image professionnelle ? Aurions-nous véritablement affaire à des nouveautés que le vocabulaire « traditionnel » ne permettrait pas de prendre en compte ? Nous en doutons fort car cette propension à user et à abuser de « mots étiquettes » employés le plus souvent comme « mots pavillons » s'accompagne d'un besoin professionnel et parfois scientifique d'imager les situations, d'en simplifier la compréhension immédiate par la puissance évocatrice de l'emploi métaphorique de notions préexistantes donc d'en faciliter la circulation à travers les réseaux. Il s'agit ici de termes le plus souvent repris de l'anglais, langue universellement utilisée dans les domaines scientifiques et technologiques voire de néologismes produits par volonté professionnelle de segmenter les approches marketing.

Remarquons, par ailleurs que les évolutions récentes de l'économie, désormais saisie par des principes aussi radicaux que la disruption numérique et l'ubérisation semblent donner corps, à près d'un siècle de distance, à la théorie de la destruction créatrice proposée par l'économiste Joseph Aloïs Schumpeter, ce qui n'est pas sans créer des tensions et donc compliquer la mise en place de ce que beaucoup appellent la « transition numérique ».

Pour comprendre et modéliser la communication numérique, revisiter les constructions métaphoriques d'un point de vue épistémologique s'impose car toute modalité de représentation comporte en effet des limites qu'il convient d'interroger et qui constituent le siège de questionnements potentiellement nouveaux. Rappelons-nous et réapproprions-nous la remarque formulée que Gaston Bachelard (1934, p. 13) concernant

l'insuffisance de la géométrisation de la représentation formulait en ces termes:

« Tôt ou tard, dans la plupart des domaines, on est forcé de constater que cette première représentation géométrique, fondée sur un *réalisme naïf des propriétés spatiales*, implique des convenances plus cachées, des lois topologiques moins nettement solidaires des relations métriques immédiatement apparentes, bref des liens essentiels plus profonds que les liens de la représentation géométrique familière ».

Interrogeons donc les mots et les situations choisis afin de qualifier ou de modéliser les technologies numériques. Dans les années 90 il était question de « révolution multimédia », la révolution signifie soit un changement radical et violent de régime, ce qui ne s'est pas véritablement avéré mais signifie aussi, ne l'oublions pas un retour à la position initiale. Révolution sidérale et révolution synodique renvoient la terre dans une même position après un certain laps de temps. On voit bien ici la limite de cet emprunt!

Néologisme beaucoup discuté en ce moment à travers les réseaux sociaux la « disruption numérique » constitue, quant à elle, une approche stratégique de la communication publicitaire fondée sur la rupture avec tous types de lourdeurs, avec les conventions, voire, au dire de certains, avec les biais culturels qui enferment la créativité dans des approches standards réputées, être peu génératrices d'impact. Il s'agit ici de prendre les grandes méthodes de création à contre-pied et ce, à travers l'adoption d'idées non-conventionnelles et fortement créatives. Plus slogan que concept heuristique la « disruption » correspond à une réalité professionnelle qui gagne pourtant à être étudiée moins dans sa visée perlocutoire qu'à partir de la vision fluide et malléable qu'offre la modernité liquide théorisée par Zygmunt Bauman (2005). Dans une société liquide, précise ce dernier (*Ibid.*, p. 7), « les conditions dans lesquelles ses membres agissent changent en moins de temps qu'il n'en faut aux modes d'action pour se figer en habitudes et en routines ». Difficile d'effectuer de prédire manière fiable les tendances futures : difficulté voire impossibilité d'extrapoler l'avenir à partir du passé : « La vie liquide est précaire, vécue dans des conditions d'incertitude (... elle est) une succession de nouveaux départs constante » (*Ibid.*, p. 8). Les écrits de Baumann apportent alors à la disruption une dimension critique essentielle car ils réintroduisent l'utilisateur et ses difficultés à se projeter dans l'avenir, ses craintes, ses doutes. Ce retour de l'utilisateur intervient alors dans un contexte de complexification croissante que la dimension simplificatrice inhérente à tout emprunt métaphorique peine à restituer.

3. Les technologies à l'épreuve de la complexité contemporaine

Les discours d'accompagnement de la transition numérique ont également tendance à emprunter des raccourcis, selon des visées, principalement perlocutoires, au risque d'être trompeurs et ce afin de qualifier les dispositifs numériques contemporains sans jamais vraiment en critiquer la portée et les limites. Car pour douce qu'elle puisse parfois paraître, la transition numérique s'inscrit bien dans une logique de rupture d'avec le passé, rupture qui plus est radicale. La société contemporaine serait, aux dires de Nicole Aubert (2010),

hypermoderne. La rupture entre société moderne et postmoderne, précise cette dernière, est non seulement consommée, avec l'hypermodernité elle s'est radicalisée, et, remarquons-le, le principe fondateur du numérique (1/0) n'y est sans doute pas étranger.

Comment représenter la complexité contemporaine sans céder à la facilité des slogans simplistes qui à l'usage peuvent s'avérer trompeurs ?

Les effets produits par les appareillages¹ technologiques permettent la reconfiguration de la vision du monde actuel, ce que Jean-Louis Weissberg (1989, p. 53) résume d'une phrase : « Les technologies qui prothèsent le regard en reformulent les conditions d'exercice ». Fait remarquable, en retour les technologies affectent également notre aptitude à interroger leur essence et l'avenir qu'elles pré-construisent. Rajoutons à cela que sous l'impulsion des technologies contemporaines, la réalité change, et, pour Paul Virilio (1988, p. 14), cette « réalité en mutation » ne peut plus être représentée avec les outils traditionnels. Ainsi :

« ...le monde ne pourra [-t-il] plus se représenter désormais à travers une sculpture, ou l'image fixe du tableau, il ne pourra trouver sa juste "représentation" que dans la vitesse du mouvement, la juxtaposition des sources d'informations, l'hétérogénéité simultanée de ses supports physiques et électroniques ».

Il faut donc construire de nouveaux outils et adopter de nouveaux schémas de pensée, adopter une nouvelle terminologie ce qui n'est pas chose aisée car de surcroît la communication numérique à l'œuvre génère un niveau de complexité tel que les figures explicatives traditionnelles peinent à représenter. Des références au passé subsistent pourtant, « frontière(s) », « navigation », « réseau social », « humanités », « marketing » et bien d'autres termes retrouvent une certaine actualité. Ces emprunts sont alors repris et déclinés aux couleurs des dispositifs numériques émergents, donnant vie à des mots-valises construits sur la présupposée impossibilité des termes préexistants à caractériser les nouveautés contemporaines. De tels emprunts témoignent surtout d'un besoin urgent, partagé par les acteurs sociaux, de sérier les dispositifs communicationnels émergents, de reconfigurer les typologies et de compléter celles existantes tout en prenant soin de préserver, en l'affichant parfois avec insistance, le caractère « innovant » introduit par le numérique. L'impossibilité de prévoir dans la société liquide facilement l'avenir à partir du présent ne peut que nous interroger sur le bien fondé du recours à des terminologies préexistantes. N'y aurait-il pas ici un risque d'inertie ?

Décontextualisés, les emprunts au passé font donc souvent office de boîtes noires (Flichy, 1995), ce qui en instrumentalise l'emploi et focalise l'attention sur les questions de mise en application au détriment des « pourquoi » et de toute question concernant les enjeux de telles démarches. On est ici dans un souci d'efficacité immédiate qui privilégie le registre de la description à celui de l'interrogation et qui par simplification peut également conduire à utiliser, en les sous-interprétant, certaines figures mathématiques (schémas, graphiques, courbes mathématiques...).

¹ Nous référons ici à la notion d'appareil proposée par Jean-Louis Déotte (2004), permettant de configurer la sensibilité commune.

4. Dépasser la dimension purement illustrative des figures géométriques

Outre la connotation scientifique qu'apporte la présence de figures géométriques dans les modélisations de la communication numérique nous nous intéresserons aux potentialités explicatives des outils mathématiques afin d'orienter et d'affiner le questionnement.

L'étude de la communication numérique aime en effet à mobiliser des outils scientifiques à des fins figuratives ou pour ajouter en valeur scientifique sans pour autant chercher à ouvrir des espaces et des directions nouvelles au questionnement. L'emprunt semble souvent se suffire à lui-même. C'est notamment le cas, de graphiques et de toutes autres figures géométriques utilisées afin d'illustrer le propos et de renforcer les démonstrations.

Ayant travaillé à la question de l'appropriation des jeux d'ordinateur et des téléphones portables, Théo Von Pape enseignant chercheur à l'université de Hohenheim et Katharina-Maria Behr, chercheuse à la Hamburg Media School exposaient à l'occasion d'un séminaire de recherche qui s'est tenu dans les locaux du Crem à Metz en octobre 2008, une courbe détaillant entre 1990 et 2006 l'évolution du nombre d'utilisateurs de la téléphonie mobile en Allemagne (cf. Figure 1).

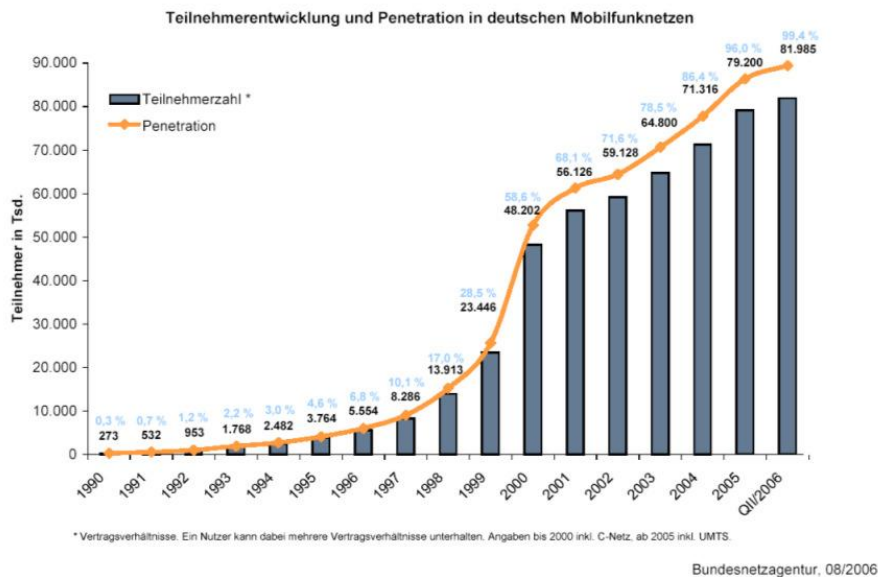


Figure 1. Théo Von Pape, Katharina-Maria Behr :
évolution du nombre d'utilisateurs du téléphone portable en Allemagne

Sans surprise on assiste à une montée en puissance, d'abord lente jusqu'en 1995 puis qui s'accélère entre 1995 et 1999 de manière exponentielle, ce qui graphiquement se

traduit par une courbe caractéristique dont la croissance s'accroît très vite. L'augmentation de ce taux est maximale entre 1999 et 2000. Entre 2000 et 2006, le taux de croissance semble toutefois quelque peu commencer à diminuer.

Comment expliquer ces variations de croissance? Rappelons qu'entre 1990 et 1995, le réseau de téléphonie mobile supportait deux types de messages : les appels téléphoniques et les SMS (cf. Figure 2). Souvenons-nous également qu'à partir de 1999 commençait à se développer l'internet mobile, d'abord à travers la consultation d'informations en ligne puis l'échange de photographies et enfin la télévision mobile en 2006.



Figure 2. Théo Von Pape, Katharina-Maria Behr :
Nombre d'utilisateurs de la téléphonie mobile en Allemagne.

Toutes ces potentialités technologiques contribuèrent bien entendu à l'intérêt croissant pour le téléphone mobile. Les mathématiques nous enseignent que pour quantifier le taux de croissance il faut calculer la fonction dérivée: si la dérivée est positive il y a croissance, si elle est négative on assiste à une décroissance, si sa valeur diminue, le taux de croissance baisse. Ici, tout au long de la courbe on reste sur une croissance positive qui s'accroît au début et ralentit à la fin. Ce type d'interprétation ne fut toutefois pas mobilisé par ces deux chercheurs tout comme une autre propriété des fonctions mathématiques : la dérivée seconde. Observons plus attentivement la courbe et affinons l'analyse. Nous remarquons qu'aux alentours de l'an 2000, la concavité s'inverse. De concave (courbe en creux), la courbe devient convexe (courbe en bosse) et l'endroit précis de la courbe où s'inverse la concavité s'appelle point d'inflexion (cf. Figure 1). D'un point de vue strictement mathématique la dérivée seconde s'annule ici

(Morelli, 2000). Cherchant à produire une taxonomie du virtuel, nous fûmes très vite confrontés, lors de l'établissement de notre état de l'art à des représentations imagées. D'emblée le modèle \bar{I}^3 (cf. Figure 4) proposée par Grigore Burdea (1993) nous a-t-il semblé intéressant car il présentait trois dimensions intéressantes pour nos recherches (l'immersion, l'interactivité et l'imagination).

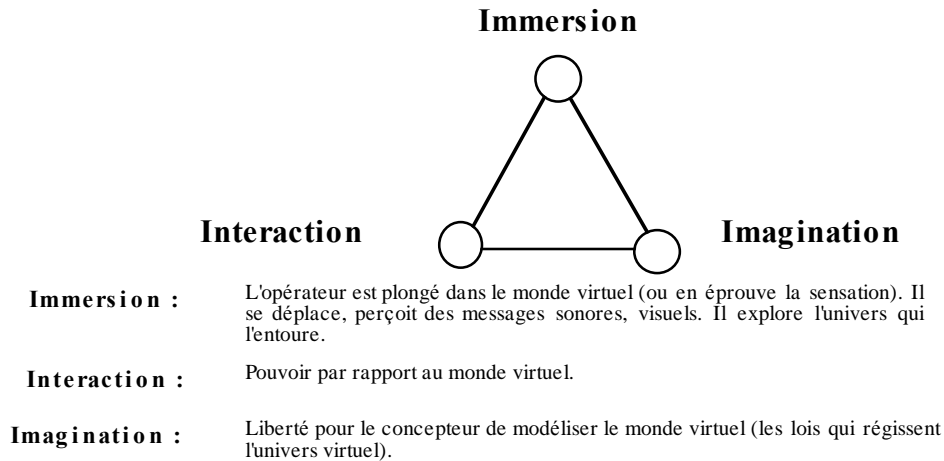


Figure 4. Grigore Burdea et al. (1993) : modèle \bar{I}^3

Résolument illustrative, cette figure interdit cependant toute tentative de graduation des niveaux de présence de chacune de ces caractéristiques prises à part ou combinées entre-elles. Elle se prête en effet très mal au jeu de l'interprétation. Face à cette modélisation impropre à classer les différentes applications de réalité virtuelle existantes, un autre modèle retint notre attention afin de modéliser le virtuel : un cube.

Le recours à la figure géométrique du cube va intéresser plusieurs chercheurs à commencer par Philippe Quéau (1993). Identifiant trois médiations existant entre l'homme et le monde virtuel, ce dernier entreprend de les placer au sein d'un cube (cf. Figure 5), figure susceptible d'améliorer la compréhension de sa démonstration.

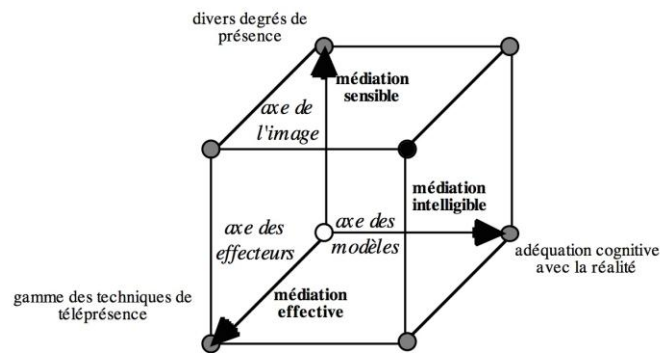


Figure 5. Modèle construit par Philippe Quéau (1993)

Cette modélisation nous parut toutefois décevante car seuls trois segments et la moitié des sommets composant le cube étaient exploités.

Un chercheur américain (David Zeltzer, 1992) va développer un usage bien plus poussé de la figure du cube, retenant alors toute notre attention. Identifiant trois composantes majeures dans la définition de la réalité virtuelle (l'autonomie, l'interaction et la présence) David Zeltzer trace un cube dont il va interpréter tous les huit sommets (*cf.* Figure 6). Ici chacune des trois composantes de base a, soit une valeur nulle, soit une valeur maximale. Au point de convergence d'un maximum d'autonomie, d'interaction et de présence se trouve alors la réalité virtuelle. Les autres sommets lui permettent de positionner des combinaisons intermédiaires (d'un ou bien deux des trois vecteurs directeurs du cube ayant une valeur nulle) donc d'identifier des positions remarquables (théâtre en relief, environnements virtuels, simulation graphique, logiciels interactifs).

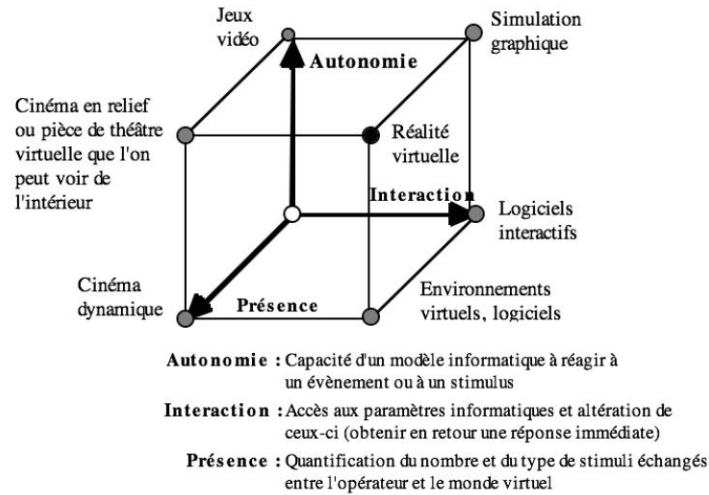


Figure 6. Modèle AIP par David Zeltzer (1992).

Nous avons affaire ici à la fois à une représentation vectorielle et à un espace orthonormé. « Autonomie », « interactivité » et « présence » représentent trois entités indépendantes l'une de l'autre. David Zeltzer ne se contente pas d'afficher la figure, il l'utilise : chaque sommet représente une situation particulière articulant de façon graduée les trois composantes de base donc une ouverture heuristique.

Nous avons entrepris de construire nous aussi un cube afin d'étudier l'écriture multimédia à travers l'examen des rapport possibles entre virtuel, réel et imaginaire (cf. Figure 7).

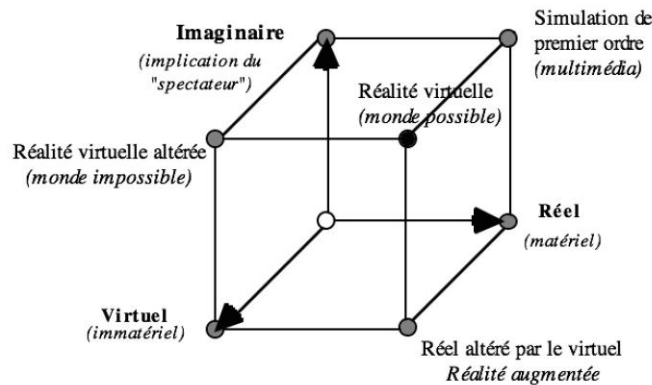


Figure 7. Cube tracé pour notre recherche doctorale (Morelli, 2000).

Dans un autre contexte, le même outil méthodologique nous a permis de proposer une typologie des blogs à travers trois caractéristiques disjointes : la spécialisation thématique, l'engagement personnel et la dimension collaborative (cf. Figure 8). Pour chacun de ces axes, ne sont pris en compte que les points extrêmes (Blog thématique / blog généraliste ; engagement personnel / blog impersonnel ; blog individuel / blog collaboratif), ce qui permet de situer différents types de blog, les uns par rapport aux autres.

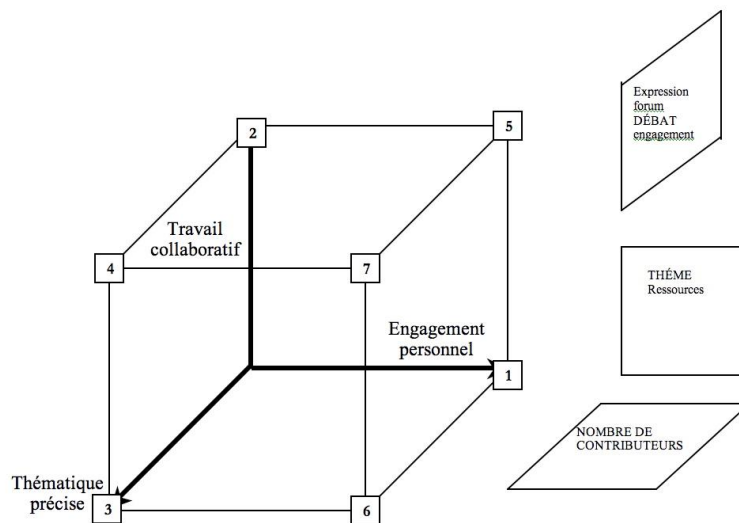


Figure 8. Cube permettant de classer les blogs (Morelli, 2008).

Ce modèle a également été utilisé par un étudiant de master, entreprenant une étude portant sur les relations entre autochtones chinois et membres de leur diaspora en France et aux USA, le cube permettant de vérifier que les blogs du corpus d'étude étaient suffisamment distants, les uns des autres, donc à discuter de la représentativité du corpus à défaut d'être exhaustif. Ce type d'outil aide donc à penser et à focaliser le questionnement.

5. Oublier & contester l'évidence métaphorique

Choisir une métaphore n'est jamais un acte neutre, car l'idée empruntée est elle-même porteuse de références et de sens sous-jacents, secondaires. Prenons l'exemple des « frontières numériques ». Peut-on se limiter à la notion de frontière sans s'intéresser aux idées connexes : le *no man's land*, les garde-frontières et toute autre instances de contrôle et de régulation de leur traversées (les passeurs et contrebandiers) ? Peut-on se passer d'interroger les enjeux territoriaux, les rapports de force, les conflits que les proximités et

les porosités nourrissent ? S'agissant de l'emploi de technologies numériques, qu'est-ce qu'une frontière dans un monde dématérialisé et par nature a-géographique ? Avec le numérique, d'emblée la dimension spatiale est reconfigurée. La question de la proximité n'est plus uniquement géographique, elle dépend de la nature des liens que l'on peut tisser entre les acteurs sociaux. Si historiquement et par étymologie « frontière » connote une séparation territoriale (front d'une armée), par extension « frontière » caractérise dès la fin du XIV^e siècle la relation de proximité immédiate donc la contiguïté existant entre deux territoires limitrophes.

Dans *Les Frontières numériques* (Saleh, Bouhaï, Hachour, 2014), ouvrage qui regroupe un ensemble choisi de communications présentées dans une conférence éponyme à Fès en 2012 et à Paris en 2013 dans le cadre d'H2PTM'13, sont principalement visées les relations entre frontières et rapports humains. Cela concerne les frontières entre individus et entre individus et environnement dans leurs modalités de mise en œuvre et parfois d'hybridation, ainsi que les effets du numérique sur les représentations amenant à repenser les approches conventionnelles de la notion de frontière « des espaces, de l'art, de l'identité, de la connaissance... » (Saleh, Bouhaï, Hachour, 2014, p. 8).

Frontière est ici avant tout destiné à signifier une séparation (ce qui délimite) et à marquer les relations de proximité (ce qui rapproche) et de contingences allant même jusqu'à l'établissement de formes hybrides entre réel et virtuel, ce qui est source de potentialités qui fondent l'interactivité aux dires d'Evelyne Lombardo et de Serge Agostinelli (2014, p. 24).

Toutefois, connotant une certaine tension nourrie par la proximité et les rapports de forces bilatéraux, qu'elle soit parfaitement étanche et régulée ou encline à être contournée, voire traversée par la ruse, remarquons que l'idée de frontière sous entend également un principe d'action. Parler de frontière numérique signifie pour Evelyne Lombardo et Serge Agostinelli (2014 : 24) avant tout « mettre l'accent sur le rapport entre les actions observables et les décisions prises par les individus » au risque de cantonner finalement la réflexion à un niveau principalement descriptif, ce qui revient à éloigner la focalisation des mécanismes de rencontre et de traversée de ces frontières. Pareil choix ne peut qu'appauvrir la portée heuristique de l'emprunt métaphorique.

Or la frontière est bien plus qu'une ligne politique, abstraite ou concrète et qui caractérise la « partie d'un pays limitrophe d'un autre », la limite commence et prend une épaisseur bien avant l'autre territoire. La frontière est donc tout, sauf un non-lieu, au sens de Marc Augé (1992). C'est une frange de territoire où se différencient mais aussi se confrontent, se rapprochent et s'articulent différentes parties concomitantes. On peut ainsi observer que l'autre territoire est, à un titre ou à un autre déjà présent dans l'autre partie frontalière. La frontière est-elle finalement une métaphore vraiment judicieuse pour la communication numérique ?

S'intéressant au champ de la littérature, Richard Pedot (2010) préfère à la notion de « frontière », celle de « seuil » laquelle construit, dans sa fonction d'accueil, les conditions de communication entre les entités situées de part et d'autre du seuil donc de la

frontière. C'est notamment sur le seuil, précise-t-il, que communiquent le « dedans » avec son « dehors » et que se produit non pas une déterritorialisation mais une reterritorialisation. La visée est ici avant tout constructiviste car si le seuil sépare, il rapproche deux espaces et, allons nous voir, pris comme frontière entre le dehors et le dedans, il anticipe les relations réciproques entre les espaces qu'il délimite.

S'intéressant à la relation qu'entretiennent littérature et philosophie, entités revendiquant chacune une existence propre et qui passe notamment par une différenciation réciproque, Richard Pedot préfère, pour la problématisation, une approche d'ordre temporel aux considérations spatio-topologiques. S'intéressant à la question des limites entre littérature et philosophie, il identifie alors des moments de philosophie qui se nichent dans la littérature et réciproquement. Convoquer la question du temps éloigne la focalisation d'une problématique de l'espace et de la contiguïté pour mieux y revenir, cette fois-ci en y intégrant intimement l'idée d'anticipation. Le seuil devient une zone tampon où chaque partie anticipe l'autre et ajuste les conditions de coexistence et d'action réciproque.

Préférer « seuil » à « frontière » permet ici de recentrer la réflexion sur la tension produite par la proximité des entités qui font frontière et d'anticiper, de modéliser les besoins et les désirs d'échanges et de traversée. Le seuil rajoute Richard Pedot peut en effet être vu comme manière d'illustrer les moments de transition et d'indécision que créent les proximités.

6. Conclusion

Comme nous l'avons vu plus haut, si l'usage de métaphores dans les discours relatifs à la communication numérique s'accommode mal de la complexité contemporaine qui fragilise le choix même de l'emprunt métaphorique, plaquer, sans en interroger la portée, une métaphore sur les dispositifs numériques peut en retour rejouer, dans d'autres contextes, la partition du principe d'incertitude énoncé par Werner Heisenberg. Relisons les propos rapportés de ce physicien pour qui la description des phénomènes mécaniques ne résisterait pas au passage à l'échelle atomique par Jesus Navaro Fauss (2012, p. 101) :

« Dans la formulation de la loi de causalité "Si nous connaissons le présent, nous pouvons précisément prédire l'avenir", ce qui est faux n'est pas la conclusion, mais les prémisses. Nous ne pouvons pas connaître le présent en détail, même pas en principe » ; « Plus on détermine précisément la position (d'une particule élémentaire), plus imprécise est la détermination du moment (de cette particule) à cet instant et vice versa » (*ibid* : 97), et « les idées classiques (appliquées à la représentation de la trajectoire d'une particule élémentaire) échouent quand il s'agit de mesurer simultanément leur position et leur moment » (*ibid.*, p. 96).

N'y aurait-il pas en effet, au delà de l'immédiate apparence de la métaphore, une dimension cachée qu'inéluctablement la frontalité métaphorique occulterait et qu'il serait toutefois intéressant d'interroger? L'incertitude pourrait alors naître des métaphores en

elles-mêmes, du sens qu'elles portent, au delà de l'affichage immédiat et du contexte dans lequel elles sont mobilisées, générant voire consolidant des points aveugles, ce qui limiterait la portée de l'analyse et de l'expertise. Certaines métaphores présentent toutefois un intérêt heuristique à condition qu'elles soient fonctionnelles donc qu'elles permettent de modéliser la situation et ne pas se contenter de l'illustrer.

Admettre la radicalisation inscrite dans les principes fondateurs du numérique (1-0 ; noir ou blanc ; pas de situation intermédiaire) qui saisit également la rupture critique des dimensions canoniques de la modernité (progrès, raison, et bonheur) introduite par la postmodernité que Nicole Aubert (2010) prête à l'hypermodernité ne suffit pas. On gagne compléter cette vision par l'idée de société liquide caractérisée selon joint-Lambert (2015, p. 71) par le primat des relations, de la communication, de la logique de réseau source de différence d'avec les sociétés solides qui privilégient les institutions et la stabilité sociogéographique. Contre le néologisme impétueux et agressif de la disruption numérique qui radicalise les points de vue donc oriente le débat, adopter le modèle de la société liquide peut ouvrir à la réflexion des espaces d'interprétation allant bien au-delà de la métaphore en elle-même afin d'engager la réflexion au delà du modèle en lui-même ou de le mettre à l'épreuve du réel. Ainsi, mobiliser les modèles de la liquéfaction et en retour celui de la solidification offre un cadre d'analyse heuristique pour l'étude des dynamiques de libération des liens ou au contraire de leurs ralentissements sous le poids des contraintes tout comme l'emprunt du modèle chimique des équilibres en solution (chimie organique) permet d'expérimenter les échanges et les transferts qui s'opèrent *via* le modèle de l'éco-système au sein duquel toute action déclenche en retour une réaction susceptible à terme de déplacer le point d'équilibre, l'équilibre devenant par nature instable.

Références

- Aubert N., dir. (2004). *L'individu hypermoderne*. Paris: Éd. Erès.
- Augé M. (1992). *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris: Ed. Le Seuil.
- Bachelard G. (1934). *La formation de l'esprit scientifique. Contribution à une psychanalyse de la connaissance objective*. Paris: Les Presses universitaires de France, 10e édition, 1968. Version numérique réalisée par Jean-Marie Tremblay. Université du Québec à Chicoutimi, Les classiques des sciences sociales.
Accès :
http://classiques.uqac.ca/classiques/bachelard_gaston/formation_esprit_scientifique/formation_esprit.pdf. Consulté le 26 janvier 2017.
- Bauman Z. (2005). *La vie liquide*. Traduit de l'anglais par Christophe Rosson. Paris: Arthème/Fayard/Pluriel, 2013.
- Burdea G., Coiffet P. (1993). *La réalité virtuelle*. Paris: Hermès.
- Déotte J.-L. (2004). *L'époque des appareils*. Paris: Éd. Lignes/Manifeste, Léo Scheer.
- Flichy P. (1995). *L'innovation technique*. Récents développements en sciences sociales. Vers une nouvelle théorie de l'innovation. Paris: Ed. La découverte.
- Granier J.-M. (2001). Du Contrat de lecture au Contrat de conversation. *Communication et*

- langages*, 100, 51-62.
- Join-Lambert A. (2015). Vers une Église « liquide », *Études*, 2, 67-78.
- Kellner C., Massou, L. & Morelli P. (2010). Des usages limités des TIC chez des professionnels de l'Éducation et du conseil dans le social. *Questions de communication*, 18, 89-112.
- Lombardo E., Agostinelli S. (2014). Entre virtualité & réalité. Quelles frontières numériques ? In Saleh., Bouhaï N., & Hachour H., *Les Frontières numériques* (pp. 17-32). Paris: Ed. L'Harmattan.
- Morelli, P. (2008). Blogs et médias, quels rapports aujourd'hui : essai de typologie ». In Meimaris M. & Gouscos D. (Éds.), *Enjeux et usages des Technologies de l'information et de la communication. Médias et diffusion de l'information : vers une société ouverte* (pp. 169-178). Athènes: Gutenberg.
- Morelli P. (2000). *Multimédia et création. Contribution des artistes au développement d'une écriture multimédia*. Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, université de Metz. Accès : http://docnum.univ-lorraine.fr/public/UPV-M/Theses/2000/Morelli.Pierre.LMZ0012_1.pdf. Et http://docnum.univ-lorraine.fr/public/UPV-M/Theses/2000/Morelli.Pierre.LMZ0012_2.pdf.
- Navaro Fauss J. (2012). *Heisenberg et le principe d'incertitude. Le monde existe-t-il quand on ne le regarde pas ?*. Traduit de l'espagnol par Mariane Million. Paris: RBA, 2014.
- Pedot R. (2010). *Le Seuil de la fiction : essai sur le secret*. Paris: Michel Houdiard.
- Quéau P. (1993). *Le virtuel, vertus et vertiges*. Seyssel, Champ vallon INA.
- Schlanger J. (1983). *L'invention intellectuelle*. Paris: Ed. Fayard.
- Virilio P. (1988). La fin des certitudes, Entretien avec Fred Forest, *Art Press*, 122, p. 14.
- Volle P. (2011). Marketing : comprendre l'origine historique, *MBA Marketing, Tout ce qu'il faut savoir sur le marketing par les meilleurs professeurs et praticiens*. pp. 23-45, <https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs-00638621>. Consulté le 20 janvier 2016.
- Weissberg J.-L. (1989). De l'image au regard. In Faure C., dir., *Vers une culture de l'interactivité* (pp. 53-62). Paris: Cité des sciences et de l'industrie La Villette.
- Zeltzer D. (1992). Autonomy, interaction, and présence, *Presence*, 1, 1, Boston: MIT PRESS, 127-132.