

RENDRE PUBLIC OU TWEETER SUR LA PIERRE

MARIE OUVRARD-SERVANTON¹

ABSTRACT. *To Make Public or Twitting in Stone.* The aim of this article is to study three ways to make a message public: tweets, videos of discourses posted on *Daily Motion* and the publication of a book at the beginning of the twentieth century where sentences were drawn as tweets with a pencil on stone by a shepherd. Through the anthropological analysis of signs production and diffusion, we observe the permeability between the private and the public field, the influence of the writing and the oral activity as well as the distinctions between the published, the public, and the popularity of these three mentioned forms.

Keywords: *tweet, video, signs production, anthropology, communicational traces*

REZUMAT. *A face public sau tweets de piatră.* Scopul acestui articol este de a studia trei modalități de a face un mesaj public: postările pe *Twitter*, videourile discursurilor postate pe *Daily Motion* și publicarea, la începutul secolului al XX-lea, a unei cărți în care propozițiile sunt desenate cu creionul, ca tweets, de către un cioban. Prin analiza antropologică a producerii și difuzării semnelor, observăm permeabilitatea dintre domeniul privat și public, influența scrisului și a activității orale, precum și distincțiile dintre ceea ce este publicat, publicul și popularitatea celor trei forme menționate mai sus.

Cuvinte-cheie: *tweet, video, producția de semne, antropologie, urme comunicaționale*

Introduction

L'objectif de cet article est d'explorer trois façons/moyens de rendre public : le tweet, la vidéo d'un discours, mise en ligne sur *Daily Motion*, la publication d'un livre de photographies sur des « phrases/tweets » tracés au crayon ou au charbon de bois sur la pierre, par un berger dans la première moitié du 20^{ème} siècle. Comment un gazouillis (ou tweet) commence à faire du

¹ **Marie OUVRARD-SERVANTON** est maître de conférences, chercheur à l'Université Aix-Marseille, Aix-en-Provence, France. Courriel : marie.ouvrard@univ-amu.fr

bruit ? Sachant que ces trois formes cherchent à rendre public un contenu et en privilégiant, dans notre étude, la comparaison de formes et de mises en signes, nous cherchons à faire apparaître des distinctions dans le rapport entre le choix des formes et les relations au public, rapport qui nous semblait jusqu'alors plus implicite qu'explicite.

Est-ce qu'écrire de simples phrases et les donner à lire dans un espace partagé par des passants correspond aux mêmes modalités (Souchier 2004) aujourd'hui qu'au début du 20^{ème} siècle ? Que ce soit via Internet ou sur de la pierre, est-ce que l'espace (Deleuze & Guattari 1980) a une influence sur le tweet à lire ou l'image à voir ? La brièveté est-elle une facilité pour rendre public ou facilite-t-elle celui qui s'exprime ? Ces questions annoncent notre méthodologie qui vise à *anthropologier* la communication (Ouvrard-Servanton 2010) qui s'opère dans un espace d'actants (Latour 2001). Cette méthodologie consiste à explorer les traces communicationnelles (Serres 2002), les différencier et remettre en surface les actions et interactions qu'elles contiennent. Cette activité peut faire apparaître des repères, des éléments, des articulations, voire la structure des effets, que ces trois formes produisent sur le public. Ce travail s'apparente à celui qu'opérait André Leroi-Gourhan (Leroi-Gourhan 1964) avec les outils, élaborant ainsi l'anthropologie des techniques et retraçant les processus circulatoires entre les outils, les gestes et la parole qui transmet. On utilise les traces (Derrida 1967) pour reconstituer les gestes, les actions et les effets des outils, les artefacts ou effets de l'art (Agostinelli 2003).

La production de signes

Dans cette partie, afin d'établir une première série de distinctions entre les trois formes précitées, nous reprenons le titre d'un ouvrage d'Umberto Eco qui critique l'usage de la catégorie « passe partout » du signe pour en tenter une reformulation rigoureuse (Eco11). Son interrogation sur la différence de fonction sémiotique entre le mot ou l'image est intéressante pour les trois formes d'expression et de diffusion sélectionnées. La première forme (1) est celle que nous nommons « tweeter sur la pierre ». Un berger écrit sur des pierres au charbon de bois des messages avec un nombre de caractères limités (entre, environ, vingt et cent cinquante signes, dans le livre où les photos sont publiées). Quelques années après, un homme marcheur remarque ces messages écrits. Il les photographie, et publie un livre de photos (Blond 2012). Deux formes pour rendre public s'emboîtent. Il s'agit d'une mise en abyme communicationnelle. Une pensée est écrite de façon visible pour des passants puis ces messages sont rendus à nouveau visibles par des photographies

rendues à nouveau visibles pour des lecteurs. La deuxième forme (2) est celle de tweets, publiés à travers un réseau social *Twitter*, et rendus publics à travers ce réseau aux membres inscrits pour recevoir ces tweets. La troisième forme (3) est celle de vidéos d'un discours (en excluant les vidéos sans discours), postées sur un site *Daily Motion* (que nous avons choisi parce qu'il a une approche média avec des contenus et une mise en avant éditoriale à partir de choix éditoriaux sur la page d'accueil² alors que You Tube n'a pas de mise en avant éditoriale mais a organisé son site en espaces thématiques de vidéos pour personnaliser la sélection en fonction de l'internaute) pour être vues par des personnes qui vont, grâce à des moteurs de recherche, voir ces vidéos selon leurs choix.

Le premier ordre de classement d'Umberto Eco est « le travail physique nécessaire à la production de l'expression ». Dans ce travail, il répertorie quatre processus : la reconnaissance, l'ostension, la réplique et l'invention. Le processus de reconnaissance a lieu, notamment lorsque le produit de l'action humaine peut-être « interprétée par un destinataire comme l'expression d'un contenu donné, soit en fonction d'une corrélation déjà prévue par un code, soit en fonction d'une corrélation établie directement par le destinataire » (Eco72). Dans les trois formes (1), (2) et (3) choisies, le processus de *reconnaissance* fait partie de leur structure. Ces trois formes sont toutes trois associées à un contenu donné, donc reconnues pour et par leur contenu. Certaines corrélations peuvent être établies par un code et directement par le destinataire. Le travail physique par lequel il y a production de signes pour le « tweet » sur la pierre, et d'autant plus le tweet sur *Twitter* ainsi que la vidéo sur *Daily Motion*, est reconnaissable aussi car chaque individu peut concevoir et réaliser cette forme. La métaphore du pigeon voyageur se rapporte à un mode d'échanges, de communication déjà utilisé dans l'antiquité. Le passage d'une vidéo de la sphère privée (le film familial, par exemple, regarder sur de relativement petits écrans) à la sphère publique ne rend pas la forme moins reconnaissable.

Le deuxième processus : l'*ostension*, se réfère à une forme de consensus tacite ou explicite entre celui qui s'exprime et celui qui perçoit et, à partir d'un signe, communique ostensiblement tout un discours. Il correspond à la première forme (1) puisque le « tweet sur la pierre » est sélectionné par le photographe/marcheur et désigné comme des phrases/messages qui appartiennent à cette forme. Ces formes « phrases/messages » qui gazouillent au fil des bergeries visitées, sont codées et traitées comme telles, comme des indices permettant de suivre la vie d'un homme. Le tweet posté sur *Twitter* est aussi sélectionné et désigné comme classe de messages envoyés sur les comptes de ceux qui ont

² <http://www.youtube.com/watch?v=zn0Yj8Sk3bE>

choisi d'être membres qui explicitement désirent recevoir des messages et être suivis. En revanche, la troisième forme n'appartient pas au processus de l'ostension puisque les vidéos de *Daily Motion* ne sont pas a priori sélectionnées par un individu et désignées dans une classe d'objets dont il est membre. Les vidéos sont principalement recherchées, à partir de tags, selon leur contenu à un moment donné. Le site peut proposer, par déduction (à partir des mots tagués pour la recherche), des vidéos similaires aux vidéos recherchées.

Quant au processus de *réplique*, il est visible dans la forme (2) car les tweets se reproduisent à l'identique suivant un chemin de connexions et d'articulations dues au phénomène de réseau. Dans le cas de la forme (1), la première réplique est celle du photographe qui reproduit le message et qui conserve en partie sa forme initiale mais qui est aussi une rupture dans la production de signes (dans l'activité physique de production). Puis la réplique s'opère à nouveau lorsque le livre de photos est publié. Le nombre « traçable » de répliques des messages photographiés correspond au nombre de livres édités. Certes, la réplique sous forme photographique n'est exactement identique à celle du message tracé au charbon de bois sur la pierre alors que le tweet se réplique à l'identique. La forme (3) n'obéit pas au processus de réplique. La propagation des vidéos se fait à travers une autre forme : le lien internet qui est transféré d'un internaute à un autre, selon son choix.

L'*invention* transforme *quelque chose* en quelque chose d'autre qui n'a pas été défini et peut être modérée (celui qui perçoit peut se référer à un modèle sémantique codifié) ou radical (qui chamboule les codes de la perception). Les trois formes étudiées ne transforment pas les codes de la perception. Les tweets sur la pierre peuvent même donner la preuve que les tweets électroniques ne sont pas nouveaux. Les vidéos postées sur *Daily Motion* ont une forme et ne transforment pas les codes : elles reproduisent l'oralité (la connaissance de l'écriture n'est même pas nécessaire). De ce fait, cette forme est très accessible à tout public. De nombreuses vidéos sont même traduites en langage des signes pour les sourds et muets et d'autres sous-titrées. Une même vidéo peut être accessible en plusieurs langues.

Les trois formes choisies rendent public dans des productions de signes à la fois similaires et distinctes. Les trois formes sont reconnaissables et ne sont pas inventives par leur production de signes. Les formes « tweets » (1) et (2) utilisent l'ostension et la réplique dans la production de signes. Les formes (2) et (3) ont une réplique indirecte car on note une rupture dans la forme de la réplique : la mise en photographie et en livre pour la forme (2) et la mise en lien pour la forme (3).

Formes Sémiotique	Reconnaissance (par code ou destinataire)	Réplique	Invention
Tweets sur la pierre/ transformés en photos puis en livre	X	0/X	0
Tweets sur Twitter	X	X	0
Vidéos sur Daily Motion	X	0	0

Figure 1. Comparaison dans la production des signes

Concernant la production, nous avons repris les éléments mis en évidence par Umberto Eco dans la production des signes.

1^{re} colonne : Est-ce que ces trois formes expriment un contenu reconnaissable par un code ou un destinataire ?

2^e colonne : Les tweets se reproduisent à l'identique suivant un chemin de connexions et d'articulations dues au phénomène de réseau. La 3^{ème} forme ne se produit pas par réplique (chaque vidéo est supposé être « originale ». Il n'y a pas deux vidéos identiques d'un même discours. A moins qu'il y ait deux enregistrements simultanés.

3^e colonne : L'*invention* transforme *quelque chose* en quelque chose d'autre qui n'a pas été défini et peut être modéré (*celui qui perçoit peut se référer à un modèle sémantique codifié*) ou radicale (qui chamboule les codes de la perception). Les trois formes étudiées ne transforment pas les codes de la perception. Les tweets sur la pierre peuvent même donner la preuve que les tweets électroniques ne sont pas nouveaux. Les vidéos postées sur *Daily Motion* ont une forme et ne transforment pas les codes : elles reproduisent l'oralité (la connaissance de l'écriture n'est même pas nécessaire).

La perméabilité entre privé et public

Les trois formes existent grâce au travail physique qui produit l'expression, motivées par le désir de s'exprimer qui s'est mu en intention, puis en réalisation puis en diffusion. Dans le support choisi pour l'expression, est incluse la « visibilité » publique. Le Berger Albert qui écrit sur la pierre, choisit la pierre de la bergerie (bergerie ouverte aux passants) et non un journal intime pour s'exprimer. Le tweet n'est pas un texto car il se diffuse d'un abonné (follower) à un autre. Les abonnés le savent.

De notre point de vue, l'espace où circulent les flux communicationnels mérite d'être interrogé afin de savoir comment il influence l'articulation des actions et des effets des actions, les artefacts. L'effet est que le « tweet sur la pierre » et le tweet sur *Twitter* sont lus et les vidéos sur *Daily Motion* sont vues. Avec le choix du support, il va de soi que ce qui va être écrit ou filmé sera lu ou vu publiquement. A l'inverse, peut-on dire que les trois supports incitent à rendre public des aspects privés ? Clare Cook (Cook 2011) évoque la fluidité des frontières entre l'identité personnelle et professionnelle des journalistes, dans son analyse des pratiques sur *Twitter*. Elle raconte comment un journaliste va poster un détail croustillant sur sa vie privée « mais qui n'est pas la vie réelle » afin de créer une relation, maîtrisée, avec son public de lecteurs. Elle rapporte comment le présentateur sportif George Riley compare *Twitter* à « un mur blanc qui invite aux graffiti ». Cette expression « libre » est en même temps maîtrisée car les personnes ne racontent pas tout de leur vie mais ce qu'elles veulent ou choisissent. C'est en ce sens que nous mentionnons que le rapport entre la forme et l'interaction est « maîtrisée ». Ainsi, le fait que le message soit rendu public filtre ce qui est du domaine privé.

Le « rendre public » est perméable au domaine privé qui, celui-ci, est attiré à devenir public. L'autre indication qui montre la perméabilité entre la sphère privée et la sphère publique est celle de l'utilisation ou non d'un pseudonyme. Les graffiti sont souvent anonymes ou signés par des pseudonymes. Ils accaparent des surfaces publiques, non dédiées à cette activité qui, dans de nombreux cas, est passible d'amende à cause de l'utilisation non autorisée par la loi, de l'espace public. Le Berger Albert, qui écrit des messages sur la pierre signe aussi avec ce pseudo (son nom est Albert Ciocca). Par l'utilisation d'un pseudonyme, il devient un personnage sur la scène publique. Le photographe est d'ailleurs touché par cet être lambda (maladie qui l'empêche d'être incorporé lors de la première guerre mondiale, pupille de l'assistance publique, enterré dans la fosse commune à son décès) qui est aussi un personnage (encore actuellement les traces de ses écrits persistent sur les pierres des bergeries, des personnes racontent l'originalité de cet homme et s'en souviennent). Dans le magazine *Micro*³ qui explique l'utilisation de *Twitter*, une colonne est dédiée aux avantages d'utiliser un pseudonyme. Il en est de même pour le support *Daily Motion*. Certaines vidéos sont postées sous un pseudonyme. Alors que pour *Twitter*, l'utilisation d'un pseudonyme a comme première intention de préserver l'anonymat, pour les vidéos, cet anonymat est parfois remis en cause par le fait que les visages apparaissent. Chaque visage est reconnaissable. L'anonymat ne peut durer

³ 01net Micro, n° 736, du 31 mai 2012, *Le Newsmag du numérique hebdo*, p.13.

qu'un temps court. L'anonymat est souvent revendiqué comme offrant le droit à une liberté de ton. Le débat le plus important concernant ce support est la question du droit d'auteurs. Le nom, comme signature, est le filtre, là où la bascule se fait entre le privé et le public. L'utilisation du pseudonyme renforce la maîtrise de la perméabilité entre la sphère privée et la sphère publique. Les deux sphères sont perméables mais elles sont protégées par la maîtrise et les moyens qui vont avec, dont l'utilisation du pseudonyme est un exemple.

L'écriture ou de l'oralité pour rendre public ?

Les formes choisies satisfont-elles des buts différents ? Comment les évaluer ? À partir de quoi ? Avoir introduit d'analyser les vidéos postées sur *Daily Motion* dans cette analyse comparative peut surprendre. Les fonctionnalités des outils numériques (pour ne prendre que l'utilisation d'Internet via un ordinateur, par exemple, ou d'un téléphone mobile déclinant plusieurs connexions), offrent deux formes de production de signes, l'écriture et l'oralité : « Pour ceux qui étudient l'interaction sociale, les développements touchant la technologie intellectuelle sont forcément et toujours décisifs. Le plus important progrès dans ce domaine, après l'apparition du langage lui-même, c'est la réduction de la parole à des formes graphiques, le développement de l'écriture » (Goody 48). Nous avons fait sciemment le choix d'introduire une forme orale (par le biais de l'audiovisuel) dans les formes que nous voulions comparer. Le travail de Jack Goody indique que l'effet, pour ne pas dire l'influence, d'une forme écrite et d'une forme orale n'est pas le même sur la perception et sur la pensée.

Ces productions visant à rendre public, dès qu'elles sont abandonnées à l'espace qui les reçoit, se transforment en traces délébiles ou indélébiles. Chaque trace est signe, codé par l'écriture ou par l'image. La vidéo redonne l'oralité (Goody 2007) et le mouvement. Quel est le rapport entre celui qui produit le tweet ou la vidéo et celui qui le reçoit, le voit, le lit, l'entend ? Quelles que soient l'intention ou la motivation d'origine, il y a connaissance et reconnaissance dans la propagation. Le fait de retrouver les phrases écrites par le berger au charbon sur la pierre, peut-il nous faire considérer que le gazouillement, en tant qu'activité d'écriture qui rend public et témoignage par la trace, est du même ordre pour rendre public que le tweet des internautes ? Si l'on décompose, pour les trois médias de notre choix, certaines étapes permettant de rendre visible un message, nous pouvons déjà considérer deux macro étapes : l'expression/production et l'accès/la diffusion.

Dans la première macro-étape, l'accessibilité de la pierre et du charbon est-elle identique à l'accessibilité de l'ordinateur à l'internaute ? Y aurait-il une similitude d'accessibilité entre la pierre et le charbon de bois pour le berger et l'ordinateur pour l'internaute ? Si l'on admet que ces objets (actants non humains) font partie de l'espace familier des acteurs humains, on peut admettre que leur accessibilité est une évidence. Bruno Latour (Latour 2001) évoque cet enchevêtrement des actants dans ses théories de l'acteur réseau. En revanche, la mise en ligne d'une vidéo requiert une ou plusieurs étapes supplémentaires : la préparation technique, l'enregistrement vidéo et la mise en ligne. Qu'implique cette complication (Bergson 1959) ? Dans la deuxième macro-étape, on peut noter une nouvelle opposition concernant la durée (Bergson 1965) d'accès et de diffusion publics. Un tweet sur Internet a-t-il une longue durée de vie ? En combien de temps se diffuse-t-il au point de devenir public et combien de temps reste-t-il visible et accessible ? Le nombre de fois où il se diffuse participe-t-il à sa renommée publique ? En est-il de même pour une vidéo postée sur Internet ? La comptabilisation se fait et se fait savoir car chaque internaute sait combien de fois un tweet a été lu ou une vidéo a été vue. Le nombre a son importance. En revanche comment peut-on savoir le nombre de passagers qui ont lu les gazouillements sur la pierre du berger de Haute Provence ? Nous savons que l'un d'entre eux les a lus puisqu'il les a photographiés. L'étape de la production de l'ouvrage forme une nouvelle strate dans la mise en traces et dans la diffusion. L'ouvrage donne à voir et rend public sur une nouvelle strate communicationnelle (Ouvrard-Servanton 2010). Cette durée supplémentaire dans le rendu public peut se compenser par la durabilité de la trace via l'ouvrage. La vidéo dans sa diffusion va concéder plus de lenteur en passant elle aussi par un intermédiaire : le lien électronique. Elle se propage par lien. Les liens transmis par les internautes peuvent offrir une popularité à une vidéo. Actions et réactions sont visibles sur *Twitter*. En revanche, les réactions, devant les vidéos postées sur le net, ne le sont pas, de même que les lecteurs du livre à propos des phrases du berger inscrites sur la pierre en photos dans le livre.

Étrangement, par la visibilité de la réaction, le tweet sur *Twitter* semble plus proche de l'oralité (par son nom, associé au gazouillement des oiseaux, sonore dans l'émission et auditif dans la réception). Philippe Hert évoque la quasi-oralité dans l'utilisation du courrier électronique. Cependant, « vouloir oraliser l'échange électronique ne consiste pas à tenter de retrouver une situation effective d'échange oral, mais au contraire à toucher, grâce à la technologie, à un idéal de la communication absolue et directe du sens » (Hert 261). Bien que les réactions face aux vidéos ne soient pas visibles, le seul rapport à l'oralité qui reste est lors de la première écoute car pour le reste elles sont transmises à travers

le temps et mises à disposition de chacun : « Quand les pensées sceptiques ne sont pas notées par écrit, ni transmises à travers le temps et l'espace, ni mises à la disposition de chacun de manière qu'on puisse les méditer en privé et pas les entendre en public » (Goody 96). Car la forme orale éphémère (non enregistrée) rend difficile la mise au jour des différences qui oblige à voir les contradictions (Goody 1979) et ne peut pas être examinée en détail, décomposée en éléments ou manipulée dans tous les sens car l'attention est occupée par l'écoute et le regard.

La vidéo devient intemporelle en ne dépendant plus d'une circonstance et n'est pas solidaire, par le biais de l'oralité, d'une personne, comme l'est un message écrit et signé, quand bien même par un pseudonyme. On peut suivre la trace du Berger Albert et retrouver son identité par un recoupement de traces écrites et orales. Par cette traçabilité, Albert Ciocca devient un personnage public (avec un visage et un nom) même si l'on honore le pseudonyme qu'il a choisi. Néanmoins, si nous choisissons de prendre des notes lors de l'écoute d'une vidéo, nous passons de l'oreille à la main, de la perception essentiellement auditive et mouvementée (dans son aspect visuel) à la perception visuelle fixée qui fixe le discours et les idées. Jack Goody précise que « selon qu'ils sont transcrits ou prononcés, les mots entretiennent une relation différente avec l'action et avec l'objet » (Goody 100) pour montrer que le mot écrit est moins impliqué dans l'action quand il se détache du flot de la parole. Comme les gazouillis sur la pierre et ceux sur *Twitter*, ce qui est fixé par l'écriture, inciterait à l'expression de l'esprit critique et à moins d'implication dans l'action alors que les vidéos, à la première écoute, redonnent « la magie du mot parlé » (Goody, 100). L'action de parler et l'émergence du sens se font simultanément dans l'immédiateté du contact avec les sens. On est dans une forme d'Agora mais où l'on ne peut discuter car, même si les vidéos transmettent un discours oral, celui ou celle qui y accède ne peut couper la parole (même s'il peut couper le discours en arrêtant la vidéo). L'enregistrement d'un discours en vidéo et posté via un site tel que *Daily Motion* permet de conserver la parole dans le temps et dans l'espace. Le fait de voir les vidéos en groupe et de les faire connaître par le biais des liens électroniques rend publique cette parole enregistrée « audiovisuellement » en recréant le rapport de l'orateur dans l'Agora.

Le public et la popularité

Dans le travail d'*anthropologue* la communication, nous nous interrogeons sur les effets des actions. L'effet est plus longtemps visible que l'action elle-même. L'action d'écrire entre 20 et 140 signes est brève. L'effet peut durer des années.

La question ici est de discerner entre le fait que l'effet soit perçu et le nombre de fois que cet effet puisse être perçu. On peut supposer que le Berger Albert lorsqu'il écrit sur la pierre au lieu de choisir un petit papier ou un carnet, sait qu'il va être lu par quelques personnes. Une de ces personnes est le marcheur/photographe qui au départ suit des traces. L'effet de l'écriture du berger a duré au point que cinquante ans après, un marcheur puisse encore lire ses messages. Le « rendre public » est atteint en quelque sorte. Cette condition nécessaire de l'effet est-elle suffisante ? Les premières questions du marcheur qui deviendra le photographe de ces messages sont : « Qui est ce berger qui a signé « Berger Albert » ? Qui le connaît ? [...] Et qui est-il pour oser écrire si ouvertement ? » (Blond 17). Quelle différence pouvons-nous faire entre rendre public et diffuser ? Diffuser, serait-ce exprimer, informer, transmettre ? Dans la communication, l'aspect de la diffusion peut s'effacer au profit de l'échange. Jacques Derrida affirme, « il n'y a pas, à vrai dire, de trace immotivée : la trace est indéfiniment son propre devenir-immotivé. » (Derrida 69). C'est dans ce devenir immotivé qu'un autre passage s'effectue entre rendre public et rendre populaire, au sens de popularité, soit connu et apprécié de tous ou du plus grand nombre. La popularité induit une mesure de quantité. Dans le cas de la communication, la popularité est liée à la renommée ou à l'audience, c'est-à-dire le nombre d'individus qui échangent ou qui perçoivent/réceptionnent les messages.

Les formes (2) et (3) utilisent les réseaux pour se dupliquer. Le nombre de fois où ces formes sont lues ou vues est compté et compte pour les « exprimants ». Michel Maffesoli distingue ce qui est publiée de ce qui est publique pour éviter de les confondre. Les vidéos sur *Daily Motion* sont publiées et classées (via un choix éditorial). Elles permettent l'expression d'une opinion qui « se veut savoir, expertise, voire science » (Maffesoli 12) alors que l'opinion publique est, selon lui, « consciente de sa fragilité, de sa versatilité, en bref de son humanité ». La place publique est déterritorialisée (Deleuze & Guattari 1980) alors que « cette vieille chose qu'est la tribu, et ces antiques formes de solidarité que sont celles vécues au quotidien, exercées au plus proche, naissent, s'expriment, se confortent grâce aux divers réseaux électroniques » (Maffesoli 41-42) pour créer une *synergie de l'archaïque* (l'appartenance à une tribu) *et du développement technologique*.

Aucune des formes choisies ne perturbe les codes de perception. Les tweets sur la pierre sont éphémères car effaçables s'ils ne sont pas photographiés. Ils sont plus lents et plus longs en termes de diffusion que les tweets sur *Twitter*, comme les vidéos postées sur *Daily Motion* qui eux-mêmes requièrent du temps pour être « exprimées » (enregistrées et diffusées). Toutes ces formes sont

publiques. Les tweets sur la pierre n'acquièrent une popularité que s'ils sont transformés en photographies. Les vidéos n'ont pas la brièveté des tweets et transmettent une oralité qui ne rend pas l'échange oral. Pour ceux qui expriment/produisent, ces trois formes permettent de franchir l'espace et le temps au travers de leurs modes de diffusion publique. Pour ceux qui gèrent l'accès/la diffusion, ces trois formes sont sous le joug de la durée et du nombre pour estimer leur popularité publique.

BIBLIOGRAPHIE

- Agostinelli, Serge. « Comment penser la médiation inscrite dans les outils et leurs dispositifs: une approche par le système artefactuel » *Distances & Savoirs*, vol. 7, n° 4, 2009, 355-376.
- Bergson, Henri. *L'évolution créatrice*. 1907. P.U.F., 1959.
- . *Matière et mémoire*. 1939. P.U.F., 1965.
- Blond, Hubert. *Parcours poétiques du Berger Albert*. L'Édition à Façon, 2012.
- Cook, Clare. « *Tag me, tweet me: framing journalistic identity in networked media* sur Medias 011: Y-a-t-il une richesse des reseaux? » University of Central Lancashire, Media Innovation Studio, School of Journalism, Media and Communication, 2011 https://uclan.academia.edu/Departments/Media_Innovation_Studio_School_of_Journalism_Media_and_Communication/Documents. Consulté le 20 mai 2012.
- Deleuze, Gilles, Félix Guattari. *F. Mille plateaux*. Éditions de Minuit, 1980.
- Derrida, Jacques. *De la grammatologie*. Éditions de Minuit, 1967.
- Eco, Umberto. *La production de signes*. Librairie Générale Française, 2011.
- Goody, Jack. *La raison graphique. La domestication de la pensée sauvage*. 1977. Les Éditions de Minuit, 1979.
- Hert, Philippe. *Jeux, écritures, espaces d'énonciation en ligne*. 1988. Université Louis Pasteur (Strasbourg). Thèse de doctorat. Consulté le mai 2012, sur [En ligne], science.societe.free.fr/documents/pdf/these_Philippe_Hert.pdf
- Latour, Bruno. *L'espoir de Pandore. Pour une version réaliste de l'activité scientifique*. La Découverte, 2007.
- Leroi-Gourhan, André. *Le geste et la parole* (Tome I et II). Albin Michel, 1964.
- Maffesoli, Michel. *Apocalypse*. CNRS Éditions, 2009.
- Ouvrard-Servanton, Marie. *Regard SIC sur le rôle des actants - Anthropologie d'un événement de communication dans une organisation à visée internationale*. 2010. Aix-Marseille Université, Thèse de doctorat.

Serres, Alexandre. « Quelle(s) problématique(s) de la trace? » *Séminaire CERCOR (actuellement CERSIC)*. CERSIC, 2002.

Souchier, Emmanuël. « Mémoire, outils, langages » *Revue Communication & Langages*, n° 139, 2004, pp. 41-52.