Noter, évaluer, apprécier. Formes, formats et pratiques de la prescription culturelle sur le web

Mark, evaluation, assessment. Forms, formats and practices of cultural prescription on the web

Anotar, evaluar, apreciar. Formas, formatos y prácticas de la prescripción cultural digital

Article inédit, mis en ligne le 15 mai 2016.

Valérie Croissant

Valérie Croissant est maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication à l'université Lumière Lyon 2. Ses travaux sur la presse, les médias en ligne et plus récemment sur les pratiques culturelles numériques s'inscrivent dans l'équipe de recherche lyonnaise ELICO (EA4147) valerie.croissant@univ-lyon2.fr

Plan de l'article

Introduction
Evaluation de la culture, culture de l'évaluation
De l'évaluation à la prescription
Les spécificités du secteur culturel
Du culturel au politique
Formes et formats de la recommandation culturelle
Dispositifs et espaces des pratiques
Autorité versus popularité ?
Données versus critiques ?
Conclusion
Références bibliographiques

Résumé

Dans le domaine de la consommation de produits culturels, le développement des espaces numériques élargit les possibilités de circulation des discours critiques, évaluatifs émanant des publics. Le texte propose une étude de ces formes de discours et de leurs modalités d'existence sur des plateformes numériques, dans une problématique plus large de la construction des catégories du social et de l'établissement des référents et des hiérarchies culturelles et de la reconfiguration des figures de la médiation. De quelles manières des sites ou réseaux socio-numériques fabriquent-ils de l'autorité culturelle à partir des pratiques d'évaluation de leurs membres ? Par l'étude de deux plateformes de mise en partage d'avis culturels, la prescription culturelle sera abordée au travers de l'analyse des dispositifs selon une approche socio-sémiotique.

Mots clés

Critique culturelle, prescription culturelle, réseaux socionumériques.

Abstract

In the area of the consumption of cultural products, the development of digital spaces widens the range of movement of critical and evaluative discourse, from the public. The paper proposes a study of these forms of speech and their conditions of existence on digital platforms as a broader issue of the construction of social categories and the establishment of referents and cultural hierarchies and reconfiguration of figures mediation. In what ways, the web sites or the social media are making the cultural authority from their members' assessment practices?

By studying two platforms set up for sharing cultural view, the cultural prescription will be addressed through the analysis of devices according to a socio- semiotic approach.

Keywords

Cultural critique, cultural prescription, social media.

Resumen

En el área de consumo de productos culturales, el desarrollo de espacios digitales se amplía el rango de movimiento del discurso crítico, de evaluación del público. El texto propone un estudio de estas formas de expresión y de sus condiciones de existencia en las plataformas digitales en un problema más amplio de la construcción de las categorías sociales y el establecimiento de referentes y jerarquías culturales y reconfiguración de las cifras mediación. ¿En qué formas sitios o medios de comunicación social hacen la autoridad cultural de las prácticas de evaluación?

Mediante el estudio de dos plataformas creadas para compartir visión cultural, la prescripción cultural se abordará a través del análisis de los digitales dispositivos de acuerdo con un enfoque socio- semiótico.

Palabras clave

Crítica cultural, Prescripción culturales, medias de comunicación social.

Introduction

Toute expérience esthétique se destine à une inscription sociale. De la lecture d'une œuvre littéraire à l'écoute d'un morceau de musique, ces différentes expériences sont vouées à être échangées, discutées, partagées, confrontées. Chaque spectateur, auditeur, lecteur est dorénavant incité à produire des discours à propos de son expérience et à les inscrire dans différents espaces sociaux. Si cette pratique sociale n'est pas née avec le web, elle y devient la norme tant les sollicitations sont nombreuses. L'intérêt de la production d'un avis n'est plus seulement corrélé à un niveau d'expertise dans un domaine, notamment en ce qui concerne ce que l'on pourrait nommer la prescription ordinaire (Stenger, Coutant, 2009). Le développement des espaces et pratiques numériques tend à élargir les possibilités, les occasions de faire circuler, de donner à voir ces discours. Ils sont alors qualifiés de différentes façons. Qu'on les nomme critiques, évaluations, jugements voire prescriptions, ils ont tous comme caractéristique d'être produits *a posteriori* de l'expérience ici culturelle (contrairement aux discours promotionnels) et ont vocation d'être partagés. Ces productions constituent depuis quelques temps le cœur de stratégies industrielles du secteur culturel dont les modèles économiques sont en pleine mutation. Il s'agit de s'intéresser aux phénomènes

d'industrialisation et de médiation de ces formes de discours dans le cadre d'un projet de recherche intitulé « L'avis des autres », dont nous ne présenterons ici qu'une partie, concernant l'analyse de deux plateformes numériques. L'étude de ces formes de discours sur la culture et de leurs modalités d'existence sur des plateformes numériques, s'inscrit dans une problématique plus large de la construction des catégories du social, et ici dans le cadre de l'établissement des référents et des hiérarchies culturelles. Des travaux antérieurs ont analysé les modalités de l'évaluation profane et notamment la portée démocratique des sites de recommandation (Beauvisage et al, 2013). Notre travail porte spécifiquement sur le secteur de la culture, en tentant de qualifier les modes d'existence de discours appréciatifs profanes. Les formes de la prescription culturelle participent à la « fabrique des goûts » et nous souhaitons étudier les sociabilités culturelles dans ce processus social complexe qui mobilise divers acteurs et dispositifs (Lizé, Roueff, 2010).

Le questionnement consiste à penser ces formes et ces espaces de critique culturelle dans le cadre d'une reconfiguration des figures de la médiation. De quelles manières des sites ou réseaux socio-numériques fabriquent-ils de l'autorité culturelle à partir de l'exercice critique et d'évaluation par leurs membres ? Assiste-t-on finalement à un dépoussiérage technique des formes classiques de l'expertise culturelle ou bien peut-on déceler des formes qui s'inventent dans l'approche et l'appréciation des productions culturelles ? Si les réponses à ces questions ne pourront pas toutes être formulées dans ce texte, il convient d'y apporter une contribution par l'étude des conditions instituant ces discours et leurs dispositifs. Dans quelle mesure ces discours évaluatifs de produits culturels se présentent-ils comme légitimes ? Quels sont les dispositifs qui fabriquent cette légitimité en vue de leur existence et reconnaissance sociale ?

Par une approche socio-sémiotique de deux dispositifs qui tendent à produire de la distinction culturelle[1], nous étudierons les conditions de production et de mise en visibilité de ces discours mais aussi leur « mise en travail » par des acteurs économiques à partir d'un axe particulier qui est celui de la construction de l'autorité discursive. Les propriétaires des plateformes les positionnent-ils en résonance ou en opposition avec les modèles de références culturels classiques ou bien sont-ils en train d'instituer d'autres modèles de construction de la norme ? Nous procèderons par resserrement du propos dans cet article, en interrogeant la notion de prescription au regard d'autres qui lui sont liées comme l'évaluation ou l'autorité ainsi que la dimension politique de ces discours dans une première partie, pour nous centrer ensuite sur deux plateformes qu'il ne s'agit pas de comparer, mais de faire fonctionner en contrepoint l'une de l'autre car elles mobilisent des registres d'autorité différents.

L'évaluation de la culture, la culture de l'évaluation

De l'évaluation à la prescription

Si la pratique sociale considérée dans cette étude est bien une pratique d'évaluation de produits culturels par les usagers non professionnels, elle peut prendre différentes formes et être nommée diversement selon les processus ou points de vue considérés. L'évaluation renvoie à une pratique de jugement formalisée, cependant son caractère prescriptif ne va pas de soi. La notion de prescription réfère à un cadre d'analyse qui est celui des sciences de gestion et du marketing, c'est-à-dire que la production du discours est corrélée à un acte d'achat. Bien que ces approches définissent la prescription comme une relation (asymétrique), elles concentrent l'attention sur le rôle et l'intensité de la prescription comme composante du processus de décision d'achat (Hatchuel, 1995). Dans le

. . . . . .

1 Le terme signifie ici que le dispositif et ses acteurs distinguent des produits culturels parmi le flot continu de la production afin de les rendre visibles, accessibles.

cadre de ses travaux sur la prescription littéraire, Sandra Painbéni propose la définition opérationnelle de la prescription culturelle suivante.

> *« La prescription culturelle est un ensemble de sources d'information sur la qualité d'une œuvre culturelle, indépendantes (de l'offre), quantitatives ou qualitatives, descriptives ou évaluatives (sous la forme de jugements positifs ou négatifs), à caractère commercial ou non commercial et personnel ou non personnel, mises à disposition du consommateur » (Painbeni, 2009).*

Cette définition insiste sur la prescription comme source d'informations dans la décision du consommateur mais en revanche, elle ne prend pas en compte les modalités de cette « mise à disposition », les circuits, les espaces, les échanges et encore moins les formes et formats de ces informations. L'évaluation est le mode de discours, en positif et en négatif, et la prescription désigne le caractère performatif de ces discours, qui par le biais de l'évaluation, fabriquent des hiérarchies, des catégories, des sélections dans les productions culturelles. Il ne s'agit pas d'une simple mise à disposition d'informations, car l'imposition de normes culturelles relève bien d'une lutte pour l'établissement de la culture légitime. Le jugement culturel est une des manifestations des luttes symboliques ordinaires ayant comme enjeu la légitimité de son propre mode de vie, de ses goûts, de ses préférences (Lahire, 2005).

Ici, le terme prescription ne désigne pas un type de discours, ni même un type d'acteur. Nous l'employons dans un sens élargi, qui précise non pas une intention à la production de ces discours, mais plutôt leurs usages sociaux et économiques. On ne qualifie pas ces textes sur la culture par leur volonté de prescrire par rapport à un acte marchand, en revanche la prescription d'achat est l'objectif des acteurs qui les sollicitent, les partagent, les rendent visibles sur des sites ou des plateformes numériques. Ainsi il faut accepter que la catégorie « prescription culturelle » inclura des avis, des opinions, des critiques, des notes, des jugements esthétiques même si la prescription de consommation n'est pas une condition de leur production mais plutôt celle de leur mise en visibilité. Si nous souhaitons considérer la prescription culturelle au-delà de sa portée marchande, c'est en raison du caractère spécifique des produits culturels qui les différencient des autres biens industriels.

Les spécificités du secteur culturel

Les pratiques d'évaluation sont indissociables de nombreuses pratiques sociales et notamment de celles qui induisent un coût pour les pratiquants, que celui-ci soit financier, symbolique ou physique. Le développement du web marchand s'est accompagné d'une expansion des pratiques évaluatives autant en surface qu'en masse. Économiquement, leur poids semble indéniable notamment dans des secteurs comme le tourisme. L'appréciation de produits culturels relève de goûts et de critères personnels, et ceux-ci sont, de plus, l'objet de nombreux systèmes d'évaluation par les prix, les classements (Pasquier, 2014) ; le caractère prescriptif des évaluations dans le secteur culturel pourrait alors en être amoindri. Il faut cependant tenir compte de certaines caractéristiques économiques de la culture, résumées par la formule de la double incertitude (Claus, 2012). Une première incertitude concerne les producteurs de biens culturels pour lesquels la prise de risque est constante, sur chaque production originale. Simon Claus fait référence ici à l'impossibilité de rationaliser les goûts des publics et ainsi à prévoir les succès ou les échecs, chaque production étant un prototype. Mais cette incertitude touche autant les consommateurs qui, face à une offre pléthorique, ne peuvent apprécier la qualité du produit qu'après l'expérience de consommation, le prix n'étant pas une variable d'appréciation de la qualité. « La prescription se définit comme un moyen pour l'usager de réduire le champ des choix possibles. Via un transfert de connaissances vers le consommateur, le prescripteur tente de pallier le problème d'incertitude auquel est confronté l'usager. Les effets de la prescription sont bien réels et facilitent le fonctionnement du marché de la culture. » (Claus, 2012, 72). Ces traits, propres aux industries culturelles, assignent alors un rôle central à la prescription culturelle qui facilite le choix parmi une offre incommensurable (Claus 2012, 68).

D'un point de vue socio-politique, il faut relier la pratique de la recommandation culturelle à celle de la critique culturelle et du rôle des médiateurs. Les traits singuliers que l'on vient de présenter, propres aux industries culturelles, ne peuvent réduire ces pratiques d'évaluation à de simples retours sur consommation, paramètres de réduction du risque d'achat. La perspective doit également prendre en compte cette pratique dans ses dimensions symboliques. Le fait que l'évaluation se généralise et deviennent en majorité profane, ne peut en aucun cas effacer la portée symbolique de la publicisation d'un discours sur la culture. Produire un avis (que celui-ci s'exprime par un clic ou un long texte) est une action dans l'espace public qui engage l'individu auprès de collectifs et le positionne dans une relation avec des référents culturels. D'un point de vue historique, le discours critique s'oppose au discours promotionnel et il positionne de fait son auteur dans une posture d'autonomie par rapport à des intérêts commerciaux qui caractérisent eux le discours publicitaire. La production des catégories d'appréhension du monde social relève d'une imbrication complexe entre différents discours, notamment ceux des experts (Oger, 2013). Pour la culture, le discours des acteurs institués (critique de presse, institutions culturelles, institutions scolaires) coexiste avec les discours commerciaux des industries, dans des rapports de pouvoir pour l'instauration des hiérarchies et de collections culturelles. Qu'en est-il des jugements culturels des individus lorsque ceux-ci sont organisés en collectif et qu'ils se donnent à voir dans des formes singulières et dans des espaces numériques, eux-mêmes originaux ne relevant ni de la presse, ni de l'institution culturelle ? Évaluer, juger des produits culturels, c'est aussi en quelque sorte s'approprier et jouer avec les normes de l'évaluation culturelle, en dehors des institutions labellisantes. Ces pratiques peuvent-elles concourir à fabriquer de nouveaux référents en se jouant des seuls classements commerciaux des ventes et de ceux de la critique professionnelle ?

L'évaluation : un discours politique ?

Nous attribuons à tout acte d'évaluation culturelle, une dimension politique, considérant que l'on ne peut considérer cette intervention dans le social comme un geste désinvolte consistant à poser une note, sans engagement réel pour l'individu, même protégé par l'anonymat. Il faut préciser quelle est cette dimension politique. Jean-Pierre Esquenazi traite de cette question du politique dans les produits culturels en proposant de considérer que le politique n'est pas dans l'œuvre mais qu'elle résulte d'une rencontre avec un public qui lui attribue des vertus socio-politiques dans un contexte précis.

> *« En fait, un produit culturel ne joue jamais par lui-même ou en soi-même un rôle politique (...). En revanche, un produit culturel peut* devenir *une œuvre politique quand un public s'en empare pour la situer dans un contexte sociopolitique, où il devient capable, du point de vue de ce public, de jouer un rôle spécifique. » (Esquenazi 2011, 14)*

Il s'agit donc bien d'une situation d'appropriation politique de produits culturels par un public et nous considérons les productions évaluatives des produits culturels comme des formes d'appropriation. En revanche, dans notre cas, le caractère politique de ces discours ne tient pas tant à leur dimension interprétative qu'à leurs caractères spontanés, visibles et lisibles dans des espaces sociaux, ici numériques. Le caractère extroverti de ces discours porte leur dimension politique dans la mesure où, en se donnant à voir, ils se prêtent à la dissonance ou à la contestation, mais ils tentent également d'agir sur la construction des légitimités culturelles, des goûts et des valeurs. Si Jean-Pierre Esquenazi considère, en s'appuyant sur Judith Butler, qu'un public en tant que communauté d'interprétation, prend une position dans l'espace public par son interprétation décalée d'une œuvre par rapport à la lecture dominante ; plus modestement, nous considérons que toute évaluation culturelle, publicisée par un individu, constitue une prise de position par rapport à un collectif dans un espace public. Nous souhaitons donc étudier le fonctionnement non pas des communautés d'interprétation, mais des communautés d'évaluation des produits culturels. Même si on peut mettre en doute le caractère intentionnellement politique de ces systèmes d'évaluation de la culture, souvent transposés des secteurs des biens de consommation courants et pour la plupart, mis en place par des

acteurs économiques, on peut néanmoins proposer l'hypothèse que toute évaluation culturelle s'inscrit dans des rapports de forces symboliques et qu'à ce titre, il s'agit d'un acte politique. Nous situons nos travaux dans des espaces non institutionnels, des espaces relevant de l'industrie médiatique et à ce titre, la question de l'instauration d'une autorité culturelle peut paraître déplacée. C'est précisément le travail de construction des catégories du social et du culturel qui s'effectue dans des espaces illégitimes, au sens de non institutionnels, qui fait l'objet de notre attention. Lorsque les publics de la culture deviennent des acteurs de l'évaluation, la dimension politique ne peut être évacuée, même si elle doit être étudiée dans le cadre des contraintes économiques et techniques dans lesquelles elle se matérialise.

Formes et formats de la prescription culturelle

Que le mode d'organisation soit celui de la cadence de l'actualité culturelle pour les agendas ou bien celui des rubriques thématiques pour la presse ou les sites de critiques, chaque dispositif propose un cadre d'intervention pour les acteurs qui s'y inscrivent. L'analyse du web présente des impossibilités méthodologiques comme celle de l'exhaustivité ou de la représentativité des objets étudiés que nous avons, non pas résolues mais contournées, en sélectionnant ces deux plateformes suite à une exploration élargie de tous les types de sites proposant des formes de recommandation culturelle. Elles seront donc présentées en contrepoint sans aucune prétention comparative.

Les deux plateformes sélectionnées présentent des points communs, notamment leur fonctionnement selon les modalités d'un réseau social, ce qui nous a semblé une modalité pertinente dans le cadre d'une approche des sociabilités culturelles. Le réseau social permet l'approche des niveaux individuels, collectifs et de leurs interactions. Le modèle conversationnel proposé, qui repose sur une logique de subjectivation de l'énonciation du web social (Cardon, 2013), nous paraît intéressant concernant des discours évaluatifs qui, *a priori*, vont plutôt développer des logiques objectivantes. Dans leur appréhension de la culture, les deux plateformes sont complémentaires ; *Sens Critique* est un site généraliste alors que *Soundsgood* propose une spécialisation dans l'écoute musicale. L'une comme l'autre se présente comme des espaces non marchands, ne proposant aucune transaction directe. Elles ont été choisies également parce qu'elles reposent sur deux modèles différents de la construction d'une autorité, indispensable au crédit d'un discours sur la culture.

Dispositifs et espaces des pratiques.

Le site *Sens Critique*[2] existe depuis 2011 et se présente comme un « bouche-à-oreille culturel ». Il propose de partager des avis, notes et critiques sur des produits culturels définis selon les catégories suivantes : Films, Séries, Jeux, Livres, BD, Musique. On peut y suivre des membres dénommés des « éclaireurs » qui se distinguent par un certain niveau d'activité. Ce site, se présentant comme un réseau social, est construit exclusivement sur la pratique critique et évaluative des produits culturels mentionnés par les rubriques, on n'y achète rien directement, pour l'instant.

. . . . . .

2 http://www.senscritique.com/

Figure 1 : Capture d'écran de la page d'accueil « Livres » du site *Sens Critique* (17/06/2015)

Soundsgood est un site plus récent né en novembre 2014. Il propose des *playlists* musicales à l'écoute. Le site permet de l'écoute musicale en *streaming* à partir des listes réalisées par des « influenceurs » ou « *curators* » ou encore « experts », selon les termes utilisés par la plateforme. Le site intègre les écoutes via les services musicaux en *streaming* en passant par un compte si l'internaute est abonné à un service d'écoute payant, ou via *Youtube* s'il ne dispose d'aucun compte.

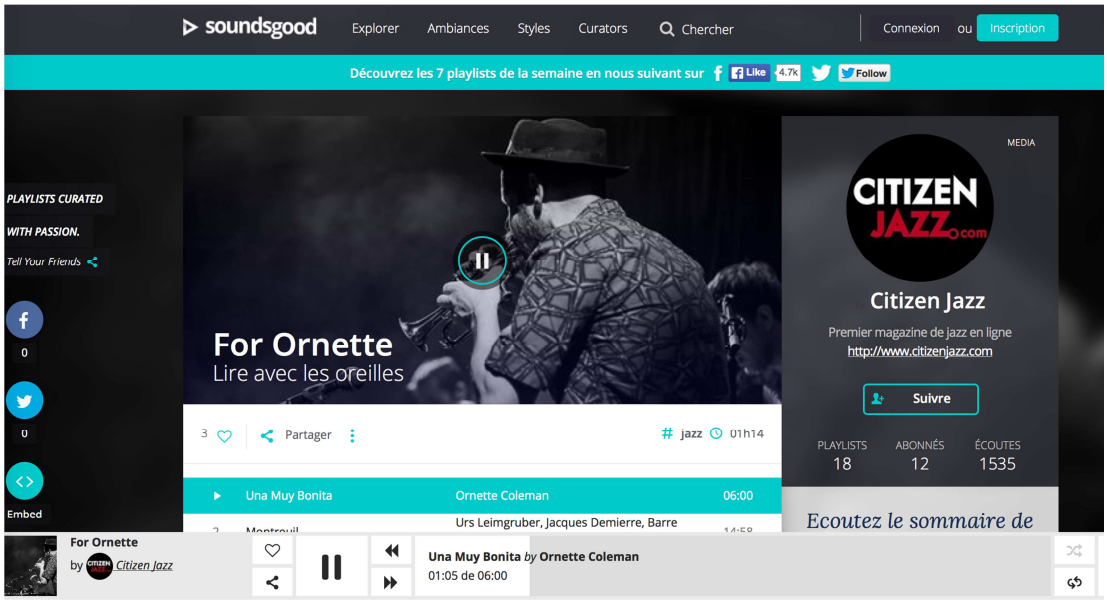

Figure 2. Capture d'écran d'une playlist sur *Soundsgood* (15/06/2015)

Les deux modèles s'appuient sur des formes de recommandation différentes et les espaces de navigation et d'interaction en rendent bien compte.

. . . . . .

3 http://soundsgood.co/

Sens Critique est un site de discours et les produits ne sont là qu'en référence aux avis qui leur sont associés. C'est un espace relativement clos sur lui-même qui s'organise autour de l'activité de ses membres. Le dispositif complexe nécessite un niveau d'engagement élevé pour en maîtriser tous les aspects : ceci évite les passages éclairs sur le site et les pratiques de notation intéressées qui ne viseraient qu'à augmenter la notoriété d'un artiste ou d'une œuvre. Il est également nécessaire d'avoir un niveau d'activité avéré (200 notes) pour accéder à certaines fonctionnalités comme la comparaison de sa collection. Le dispositif ne se donne pas d'emblée, mais exige un engagement cognitif relativement élevé de l'internaute.

La page écran est divisée verticalement en deux parties principales. La partie supérieure réfère à une étagère ou un rayonnage présentant les produits ou plutôt des images des produits. Cet espace entre en résonance avec l'actualité culturelle et c'est également celui qui accueille les contenus en lien avec des annonceurs et les produits culturels. La partie inférieure de l'écran est consacrée à l'activité des membres contributeurs. Les signes graphiques présents dans la page-écran sont nombreux et complexes en multipliant les formes classiques d'évaluation héritées de divers domaines de la société : note, étoile, histogramme, moyenne, *like*... Des chiffres s'affichent en fenêtre *pop-up* au passage de la souris sur un produit ou un éclaireur. Les évaluations sont omniprésentes et sous des formes variées. Elles constituent un métadiscours de la page écran qui s'active à chaque mouvement de souris.

Sur le site *Soundsgood*, le modèle d'organisation qui prévaut est celui de la liste musicale thématisée, en rupture avec le mode d'organisation de l'album. La fonctionnalité d'écoute est première et organise les contenus d'abord identifiés visuellement. En un clic seulement on accède à l'écoute. Le bouton en forme de triangle signifiant *play* est très présent, quasiment sur chaque image qui correspond à une liste musicale ou à un profil. L'activité des visiteurs n'est pas au centre du dispositif : elle n'est visible qu'à travers les profils des listes et des « *curators* » par le nombre de *like*, d'écoutes ou d'abonnés. C'est la notoriété des influenceurs et de leurs listes qui est mesurée et affichée. L'activité des visiteurs est plutôt sollicitée « à l'extérieur » du site, c'est-à-dire par les réseaux sociaux sur lesquels ils sont invités à partager leurs écoutes. Les profils des influenceurs sont au centre puisque c'est à partir de ces personnalités que se détermine l'accès à la musique, à partir de leurs choix. L'auditeur contribue à la notoriété des listes et donc de leurs auteurs.

Ces deux espaces de préfiguration des pratiques évaluatives de la culture se distinguent principalement par la différence de construction des contenus vis-à-vis des internautes. Dans le cas de *Sens Critique*, ces derniers sont les principaux producteurs des contenus du site : leurs critiques, leurs notes, leur activité sur le site en constituent le point central et les modalités d'interaction s'appuient sur ces contenus. Le dispositif tend à manifester une délégation totale de la parole aux membres. En revanche dans *Soundsgood* les internautes contribuent modestement à la notoriété de ceux qui sont au centre du dispositif et qui sont les réels prescripteurs.

Autorité versus popularité ?

Suite à cette description des modèles d'organisation des deux plateformes, il est nécessaire de se pencher sur une composante essentielle des pratiques de prescription : le processus de construction d'une autorité. Un discours ne peut prétendre à une dimension prescriptive que s'il bénéficie d'un degré de légitimité suffisant, elle-même liée à l'autorité de son auteur. Les deux plateformes mobilisent des modalités différentes de construction de l'autorité : une approche classique reposant sur la place sociale qu'occupe le prescripteur, et une approche plus originale, consistant en un processus complexe et constant de répartition de l'autorité entre des membres et la plateforme.

La plate-forme *Soundsgood* décrète la légitimité des influenceurs par l'affichage de leur profil et selon ses propres critères, en construisant des catégories qui lui sont propres : expert, *music lover*, média, webradio, artist, DJ... C'est à partir de fonctions sociales assurées en dehors du site que la légitimité des influenceurs est mobilisée par la plateforme. La diversité qui compose la catégorie

« *curators* » du site interroge sur le statut des énonciateurs des listes musicales : on y trouve des événements (Fête de la musique 2015), des médias (*Les Inrocks*, *Fluide Glacial*, émissions de télévision), des associations ou syndicats (Les disquaires de Paris), des lieux (Le Carreau du Temple), des individus (dans la catégorie *music lover*, DJ ou *designer*) ou des marques (Kusmi tea). Aucune variation n'est observable dans la présentation de ces différents énonciateurs : ils bénéficient tous du même espace graphique d'identification. Il est cependant intéressant de noter que les informations sur les « *curators* » dans leur profil sont relativement succinctes. Cette faiblesse du discours de légitimation s'explique justement par l'éclectisme de profils : il serait difficile d'expliquer la présence de certains en tant qu'experts musicaux. Le caractère instituant de la plateforme est alors renforcé, sans justifier de ses choix de « *curators* », elle impose ses propres catégories pour les classer. Le caractère relativement arbitraire des choix autant des influenceurs que des listes musicales produites par ces influenceurs, témoigne d'un rapport à l'écoute musicale très désinvesti. Les choix ne sont ni présentés, ni argumentés et encore moins informés sur les artistes ou les albums. La musique est présentée comme un flux qui accompagne le fil des activités quotidiennes. Ce site d'écoute musicale propose une relation à la musique qui évacue les artistes en privilégiant la notion d'ambiance en relation avec le contexte d'écoute. Les listes sont par exemple thématisées en fonction de la saison (« La *playlist* de l'automne », « *October Meander* », « *Back to school* 2015 »), du moment de la journée (« *Morning time* »), du lieu ou de l'activité (« La *playlist* du bureau »). Bien que le site utilise un vocabulaire évaluatif (« Les *playlits* des *meilleurs* DJ, artistes, médias et passionnés ») ou évoque la « popularité » des listes, les outils permettant l'évaluation sont rares, hormis le nombre d'écoutes d'une liste et d'abonnés d'un influenceur du site. La plateforme réduit son geste critique à l'action de sélection de l'influenceur. À ce stade, on désinvestit les auditeurs de musique du moindre geste critique, considérant que celui-ci a été effectué en amont par la plateforme et son armée de sélectionneurs de morceaux de musique.

Le modèle économique est prégnant sur ce mode de production des contenus, puisque le site vise en effet un marché professionnel et souhaite valoriser sa compétence de fabriquant d'ambiance pour la vendre comme une marque blanche aux entreprises. Dans sa dernière version (octobre 2015), le site propose à tous de créer des listes et les partager. La production de la liste comme modèle de contenu est alors élargie en offrant bientôt à chacun la possibilité de gérer son audience. *Soundsgood* institue la liste comme principe d'écoute musicale et celle-ci incarne en soi un geste critique. L'autorité des auteurs, dans une phase d'appel, institue des influenceurs sociaux, pour permette dans un second temps d'ouvrir la catégorie à tous. C'est d'abord la notoriété du site lui-même qui est recherchée dans une démarche de valorisation du projet, encore jeune.

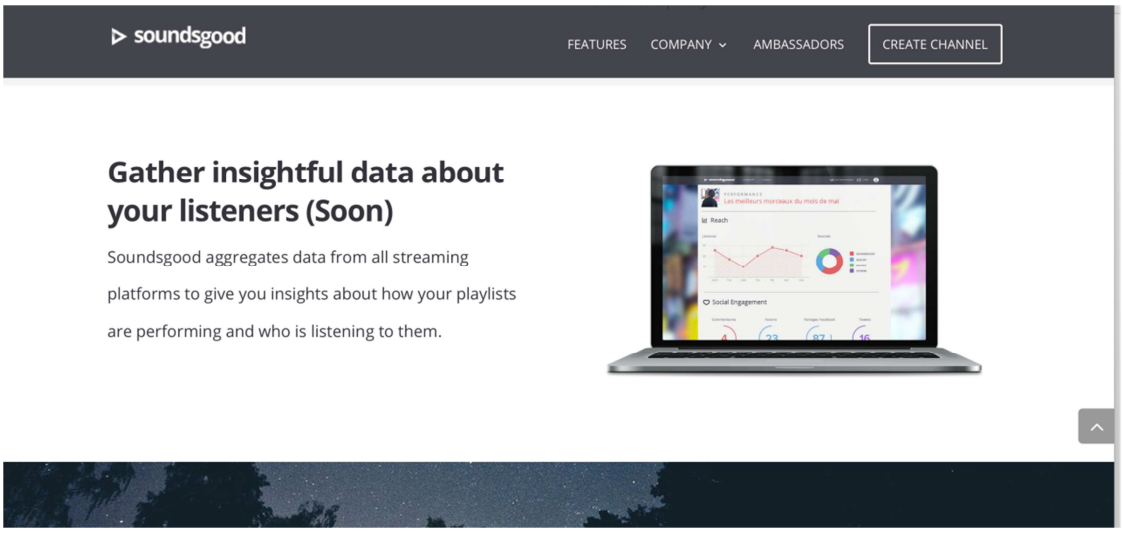

Figure 3. Capture d'écran de la prochaine fonctionnalité offerte permettant de disposer de données d'audience des listes créées

La liste est également une forme centrale dans le site *Sens Critique* et si nous n'avons pas la possibilité de détailler ici les modalités de sa mobilisation (Bonaccorsi, Croissant, 2015), il faut la qualifier de forme-type tant elle est investie par le dispositif et les usagers. Elle est une forme d'énonciation complexe qui joue un rôle structurant dans l'accès aux contenus, elle s'appuie sur l'imaginaire de la collection, c'est un geste auctorial récurrent dans la structuration des contenus. Les membres du site se distinguent par l'originalité du principe organisateur de la liste, exprimé dans son titre. Certaines listes ne proviennent pas des membres, mais du site lui-même. Elles sont alors de facture plus classique : les « tops » ou « classements ». Ces deux types de listes opèrent de manière différente : celles des membres agissent comme des signes distinctifs témoignant d'une maîtrise, d'une approche originale et érudite de la culture en affirmant un point de vue, alors que celles produites par la plateforme relèvent plutôt d'un effacement énonciatif en construisant des classements à partir des données de l'activité des membres.

Le processus de légitimation des membres de *Sens Critique,* qui passe notamment par le passage au statut d'éclaireur, s'appuie sur toute une série d'indicateurs. En un coup d'œil, on peut embrasser, pour chaque membre, de nombreuses données, correspondant à l'identité calculée (Georges, 2009) : le nombre de critiques postées dans chaque domaine, la répartition des notes, la répartition des œuvres notées par décennie, les notes par type de produit culturel, les listes et leur nombre de votes, les badges obtenus, il serait trop long de lister toutes les informations disponibles. Ces données attestent d'une identité agissante et positionnent le membre au sein du collectif dans la durée. Cette quantification de l'activité contribue à la hiérarchisation des membres : on peut ainsi comparer. Cette identité calculée ne répond-elle pas à un objectif de rationalisation du profil critique : est-il spécialisé dans le cinéma ? A-t-il tendance à noter large ou au contraire est-il très exigeant ? Ses critiques sont-elles appréciées ? Son taux d'activité contribue-t-il à la légitimité de ses évaluations ?

On aborde donc ici les deux ressorts principaux de la légitimité culturelle sur *Sens Critique* : d'un côté, l'activité critique des membres qui manifeste une subjectivité tout au long de son parcours culturel et d'un autre côté, l'activité robotisée du site qui produit des moyennes, des classements, des « top » et des « flops », à partir des données produites par les membres, dans une volonté de « neutralisation discursive » (Oger, 2013). Ainsi la légitimité d'un membre se construit dans la durée, par son engagement dans le réseau social et surtout par les données qui manifestent cet engagement. Il doit construire son autorité au sein de la plateforme, par sa pratique et non par des attributs sociaux. Dans la mesure où tout le monde peut s'inscrire sur le site, le dispositif met en place les conditions d'une autorégulation, en donnant l'impression d'un effacement total de la plateforme par délégation de la parole aux membres mais en documentant chaque profil de membre. Le dispositif est en lui-même une injonction implicite et constante à la participation. Les profils de « visiteurs » ne sont pas valorisés, seuls les forts contributeurs peuvent être des éclaireurs, et peuvent ainsi prétendre au caractère prescriptif de leurs évaluations.

Données versus critiques ?

La critique rédigée n'existe pas sur *Soundsgood*. L'activité des auditeurs est relativement restreinte et leurs possibilités d'évaluation uniquement dans un sens positif : on ne peut manifester qu'une adhésion sous différentes formes, mais non exprimer un avis divergent ; on ne voit pas de fonction « se désabonner » ou « *dislike* ». L'outillage évaluatif mis à la disposition des consommateurs des listes est principalement tourné vers une valorisation et une augmentation de la notoriété du site et des influenceurs désignés. Les auditeurs ne sont pas des évaluateurs, ils ne sont mobilisés que comme des agents de notoriété.

Sur *Sens Critique*, l'environnement est plus complexe ; les systèmes qualitatifs comme quantitatifs se côtoient sans que l'usager ait accès aux modalités de calcul des données. Il n'est d'ailleurs même pas mentionné qu'une note est sur dix et il faut pratiquer le site pour en tirer cette conclusion. Les

données sont visualisées sous diverses formes : camemberts, histogrammes. La panoplie de l'évaluation se dévoile graphiquement dans sa diversité et surtout elle s'applique autant aux produits culturels qu'aux membres. Ainsi dans le dispositif, les outils d'évaluation des produits culturels sont également des outils qui permettent d'évaluer chaque contributeur. L'activité de chaque membre est tracée : ce qu'il a vu, lu, critiqué, noté et les collections des membres peuvent être comparées (à condition d'avoir une activité suffisante et régulière sur le site). Il s'agit donc d'une méta-évaluation : on note le critique. C'est le collectif des membres qui agit ici par un retour sur lui-même ; le membre est évalué au même titre que les produits qu'il critique. Il n'est pas fait référence à son statut ou son activité en dehors du site, de la même manière qu'il n'est pas fait mention à une autre existence sociale des produits : succès de vente ou prix littéraire par exemple. La plateforme n'est cependant pas muette et assure le traitement des données issues de l'activité des membres : elle produit les calculs, les moyennes, les visualisations. Si l'équipe du site affiche clairement sa politique concernant les données en assurant aux membres qu'elles ne sont pas vendues à des annonceurs, en revanche les principes de production de la dimension collective du site, c'est-à-dire la synthèse de toutes les données ne sont pas explicités. *Sens Critique* semble opérer la fusion entre des systèmes de jugement culturel issus de la tradition littéraire : la critique rédigée et ses systèmes de notation issus plutôt du secteur marchand des industries culturelles, tout en mettant en place les outils d'une rationalisation de l'activité critique. Cette rationalisation par la quantification joue un rôle de hiérarchisation du collectif, mais elle joue également un rôle d'extériorisation et d'incarnation de ce collectif. Cet outillage quantitatif considérable tend à remplacer l'absence de référent institutionnel rattaché à chaque individu ou même au collectif, l'autorité culturelle des membres devant se construire par leur activité au sein de la plateforme, sous le regard des autres membres. Même si des individus parviennent à construire des parcours critiques conséquents sur la plateforme, l'autorité réelle du site est fabriquée par la plateforme dans un « parler neutre » qui est celui du calcul.

Conclusion

Les pratiques culturelles sont des pratiques sociales qui prennent tout leur sens dans le cadre de processus relationnels et de nombreux acteurs économiques dans le domaine du numérique l'ont bien compris. Notre approche, en ne privilégiant pas un objet culturel ou un autre, souhaite embrasser le modèle conversationnel des discours sur la culture, sans segmentations, sinon celles construites par les espaces de conversation eux-mêmes.

Ce travail n'a abordé que quelques aspects de ces sites de recommandation culturelle et notamment les manières dont ces plateformes mettent en place des processus d'attribution de la légitimité en vue de la construction de référents culturels. La plateforme *Soundsgood* construit dans un premier temps une autorité classique à partir des attributs sociaux mais en jouant dès le départ avec la norme, en plaçant par exemple des marques au même niveau que des individus. Cette relativité dans la définition de l'autorité, permet dans un second temps de la remettre en question par l'élargissement de la possibilité auctoriale de la sélection (la constitution de listes musicales) à tous les internautes. La recommandation culturelle est ici pratiquée plutôt dans le cadre d'une stratégie de communication et se rapproche alors du fonctionnement des sites marchands, sauf que le produit à valoriser est l'entreprise elle-même en vue d'un marché *B to B*. *Sens Critique,* en revanche, pousse les membres à bâtir leur légitimité par leur activité, la plateforme rendant visible, évaluable et comparable les œuvres mais également les membres entre eux. Cette visualisation permanente de l'activité équivaut à une injonction qui vient renforcer le caractère engageant de la plateforme. Le site se nourrit ainsi d'une part de la subjectivité de ses membres qui alimentent la base de nouvelles œuvres critiquées, fabriquent de la distinction et de l'originalité, assurent que les produits culturels du moment seront notés. D'autre part, le site s'appuie sur les puissants outils de calcul et de synthèse pour produire une image du collectif en action ainsi que la montée en généralité des interventions individuelles.

L'hypothèse vers laquelle on peut tendre, est celle d'une forme de rationalisation de l'évaluation culturelle. On imagine aisément que l'utopie implicite de l'articulation de ces deux systèmes est celle de la production d'une « vérité culturelle », détachée des influences institutionnelles, articulant la subjectivité des individus et la puissance supposément objectivante du calcul. Il n'est pas concevable d'envisager ces dispositifs sous le seul angle du formatage total, car les pratiques des membres transforment en retour les plateformes. Comme nous l'avons mentionné, ces plateformes web sont des objets instables qui se cherchent, elles ne sont aucunement des formes éditoriales ni des modèles économiques stables, ce qui les place dans une posture d'attention accrue aux pratiques, auxquelles la plasticité du dispositif numérique permet une adaptation constante.

Références bibliographiques

Beauvisage, Thomas ; Beuscart, Jean-Samuel, Cardon ; Vincent, Mellet ; Kevin, Trespeuch, Marie (2013), « Notes et avis des consommateurs sur le web. Les marchés à l'épreuve de l'évaluation profane », *Réseaux* n° 177, p. 131-161.

Bonaccorsi, Julia ; Croissant, Valérie (2015), « Votre mémoire culturelle : entre logistique numérique de la recommandation et médiation patrimoniale. Le cas de *Sens Critique* », *Etudes de communication*, n°45, p.11-30, à paraître.

Cardon, Dominique (2013), « Du lien au *like* sur Internet. Deux mesures de la réputation », *Communications*, n° 93, p. 173-186.

Claus, Simon (2012), « La prescription dans les industries culturelles comme moyen de réduction de l'incertitude inhérente à la production et à l'usage des biens culturels », *XIX° congrès de l'Association internationale des sociologues en langue française : Penser l'incertain*, Rabat, Actes du CR 33, en ligne : http://web.univ-pau.fr/RECHERCHE/SET/AISLFCR33/DOCS_SOCIO/2013/Actes_AISLF_CR33_Rabat_2012.pdf, p. 65-77.

Esquenazi, Jean-Pierre (2011), « Quand un produit culturel industriel est-il une "œuvre politique" ? », *Réseaux*, vol. 167, nº 3, p. 189.

Georges, Fanny (2009), « Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 », *Réseaux*, 2009/2, n° 154, p. 165-193.

Lahire, Bernard (2005), « Distinctions culturelles et lutte de soi contre soi : « détester la part populaire de soi ». », *Hermès,* n° 42, p. 137-143.

Hatchuel, Armand (1995), « Les marchés à prescripteurs » *in* Verin, H. et Jacob, A., *L'Inscription sociale du marché*, Paris, L'Harmattan, p. 205-225.

Lizé, Wenceslas ; Roueff, Olivier (2010), « La fabrique des goûts. », *Actes de la recherche en sciences sociales* n° 181-182, p. 4-11.

Oger, Claire (2013), *Discours d'autorité, discours autorisés ; faire référence et dire l'institution*, dossier présenté pour l'habilitation à diriger des recherches, soutenu au Celsa le 2 décembre 2013

Painbéni, Sandra (2009), « L'impact de la prescription littéraire dans le processus de décision d'achat d'un roman », *Actes des 14èmes journées de recherche en marketing de Bourgogne*, p.39-54.

Pasquier, Dominique ; Beaudouin, Valérie ; Legon, Tomas (2014) "*Moi, je lui donne 5/5". Paradoxes de la critique amateur en ligne*, Presses de l'École des mines, 2014, 158 p.

Stenger, Thomas, « La prescription de l'action collective. Double stratégie d'exploitation de la participation sur les réseaux socionumériques», *Hermès, La Revue* 1/2011 (n° 59), p. 127-133.

Thomas, Stenger ; Alexandre, Coutant (2009), « La prescription ordinaire sur les réseaux socionumériques. » Communication présentée à *Médias 09, entre communautés et mobilité*, Dec 2009, Aix-en-Provence, p.1-24. <hal-00458319>.