

---

# Consécration et numérique : la recherche de l'originalité est-elle une illusion de compétence ?

**Thierry Gobert**

**VECT : voyages, échanges, confrontations, transformations**  
**Université de Perpignan Via Domitia**

**71<sup>ème</sup> section (Sciences de l'information et de la communication)**

[Th.gobert@gmail.com](mailto:Th.gobert@gmail.com)  
[www.medialogiques.com](http://www.medialogiques.com)

## **MOTS-CLES :**

*Consécration, illusion de contrôle, illusion de compétence, posture critique individuelle.*

## **RESUME :**

*Le terme consécration est un oxymore. Il décrit le lien indissociable entre la consommation et la création. Déjà fortement présents avant l'apparition d'Internet, les outils consécrationnels sont ceux qui proposent un encadrement technique à base de masques, de modèles ou de thèmes. L'utilisateur et ses destinataires s'en suffisent mais ils pensent créer alors qu'ils consomment des fonctionnalités de « personnalisation ». Avec la généralisation des blogs puis des réseaux sociaux où il est possible de « créer » sa page sans programmation (d'ailleurs, le mot n'apparaît sur aucun dispositif socio-numérique), l'illusion de compétence est portée à son plus haut degré. Les attentes et la réception des contenus ainsi mis en ligne renvoient une image positive car chacun fait de même et ne recherche plus la créativité dans ces cadres imposés mais l'originalité.*

## **INTRODUCTION**

Ce travail revisite l'oxymore « consécration » qui avait été proposé en 2008 à Ludovia<sup>1</sup> pour désigner les conséquences du lien indissociable entre consommation et création lors de l'utilisation d'outils innovants. Depuis, la pénétration dans les espaces publics et professionnels des dispositifs socio-numériques en ligne comme Facebook a généralisé des pratiques et des usages inédits. Dans le fond il ne s'agit que d'un même véhicule de communication de plus, un « cas particulier des transports » (Escarpit, 1986, p. 9) supplémentaire. *Facebook, LinkedIn, Tumblr* et *Ask* sont autant d'applications quasi identiques qui portent sur des segments thématiques connexes et le plus souvent juxtaposés. Comme ils ont pris énormément d'importance dans les budgets temps consacrés à l'utilisation

---

<sup>1</sup> Colloque Ludovia 2008, sur la thématique « Do it yourself 2.0 - Comment et quoi faire soi-même à l'aide de logiciels, matériels et dispositifs numériques. », Ax les Thermes, Ariège, France.

des ordinateurs, tablettes et téléphones depuis le colloque « Do it Yourself », il est intéressant de questionner l'actualité du concept de consécration dans ce nouveau cadre.

En effet, la part de la consommation apparaît avoir à ce point pris de l'importance qu'elle semble diminuer la part de créativité pourtant mise en avant sous couvert de monstration identitaire, de « partage » de contenus personnels ou de ressources entre « amis ». Après avoir évoqué les éléments définitionnels et les ancrages théoriques en esthétique et en SIC<sup>2</sup>, la communication aborde un terrain travaillé de manière qualitative. La population d'apprenants en IUT est choisie pour sa proximité temporelle avec le Lycée, moment où les pratiques socio-numériques se sont mises en place – et l'orientation de leurs usages vers davantage de compétence professionnelle. Les résultats montrent une ségrégation entre les espaces numériques, une évolution du vocabulaire liée aux sollicitations sémantiques de ces nouvelles interfaces et une confusion entre consommation et création.

## **« CE SONT LES REGARDEURS QUI FONT LES TABLEAUX »**

En 2008, le colloque Ludovia avait pour thématique « Do it yourself ». Ce choix entraine en résonance, entre autres, avec le travail de Marcel Duchamp sur les « ready-mades ». Pour l'auteur de *l'Ingénieur du temps perdu*, « il y a le pôle de celui qui fait une œuvre et le pôle de celui qui la regarde » mais il « donne à celui qui la regarde autant d'importance qu'à celui qui la fait » (Duchamp, 1976 p. 122). Dans le monde multimédia où il est impossible de ne pas consommer, ce discours peut être transposé à la relation indissociable qui rassemble la consommation avec la création et précède les processus de réception et d'interprétation. Nous avons donc proposé de rapprocher les deux termes dans un oxymore. Résultant de la contraction des deux mots, « consécration » qualifiait sur un *continuum* les activités où la consommation serait perçue comme porteuse de création, et où l'acte créatif serait précédé et précédé par et pour la consommation. Cela concerne l'ensemble des activités en lien avec des objets numériques. Par exemple, le travail graphique de photographie numérique et l'écriture avec un traitement de textes nécessitent d'exploiter un budget-temps logiciel. Cette forme de consommation est inévitable. Elle intègre une dimension créative car les hommes agissent tous de manière différente. La séquence de consommation serait donc un processus de création et inversement. C'est pourquoi le marketing des TIC vend de la potentialité créative en démontrant ce que l'on pourrait faire en consommant des outils innovants.

Le travail présenté à Ludovia en 2008 s'appuyait sur un terrain empirique réalisé avec une population de sujets étudiants en IUT (premier cycle) invités à répondre à une enquête tout en effectuant une production de développement graphique. Internet était déjà très employé mais les sites de réseautage social comme Facebook n'avaient pas encore pris la place qu'ils occupent aujourd'hui. Depuis, les *habitus* ont changé. Certaines pratiques se sont amplifiées tandis que d'autres ont périclité. C'est pourquoi il est intéressant de revisiter le concept de consécration avec un public de même nature alors que les dispositifs socio-numériques sont devenus un pôle motivationnel majeur de l'emploi des terminaux informatiques. En outre, ces dispositifs favorisent la création de textes, c'est-à-dire d'écrits, d'images, de vidéogrammes, de sons. Cette production ne comporte pas seulement des « menus propos (Goffman, 1953-1998, p. 107) permettant de maintenir l'interaction et qui s'épuiseraient vite » (Papi, 2007, p. 185). Des réalisations plus construites peuvent être personnelles et ne résultent pas seulement de l'identification d'informations déjà existantes dites à « partager ».

---

<sup>2</sup> Sciences de l'Information et de la Communication (SIC)

Qu'en est-il de l'influence de la consommation d'une part et des limites des outils communicants d'autre part dans le processus créatif ? Certes, ces limites peuvent engendrer une créativité nouvelle par leur dépassement mais simultanément, elles imposent une standardisation de la production et donc une habitude du regard. L'illusion de compétence, c'est-à-dire le fait de croire que l'on sait faire ou qu'on le saura si nécessaire, entretenue par les outils s'est-elle encore développée ? Si oui, a-t-elle changé les représentations de la créativité ? La question mérite d'être posée au moment où « faire le *buzz* », c'est-à-dire acquérir de la notoriété, ne nécessite plus d'être créatif personnellement, mais d'être capable de dépister et de valoriser ce qui chez les autres est porteur d'une co-création entre auteur, diffuseur et récepteurs de l'œuvre (partages et portails).

Ces phénomènes de consécration ne sont pas neutres dans l'espace social. Certes des internautes mettent en ligne des pages personnelles dans lesquelles ils décrivent comme « citoyenne » la participation à l'évolution des produits pour « donner du sens à la consommation » (Perchat, 2006) et ces retours participent du processus de *reverse engineering* à l'origine de l'amélioration des produits. Toutefois, cet aspect participatif est le plus souvent limité à des expériences partielles. Il ne saurait remplacer une approche critique comme celle que portent les Sciences de l'Information et de la Communication (SIC) et leur pugnacité à revenir sur un terrain qui parfois résiste (Péquignot, 2011).

C'est pourquoi les observations concernent le même type de population que celle qui avait été travaillée en 2008. L'établissement, l'IUT de Perpignan, est identique et concerne 63 étudiants de L2 et 59 inscrits en licence professionnelle. L'effectif est moitié moindre par rapport à celui de 2008 mais il est pertinent au regard de la méthodologie retenue. En effet, tous les apprenants participent à des sessions avec le chercheur qui est le référent pédagogique. C'était déjà le cas précédemment et nous avons retenu de l'expérience qu'un nombre de sujets plus réduit était suffisant pour vérifier les hypothèses par la méthode qualitative. Cette dernière est toutefois complétée, afin de servir de repère, par un questionnaire administré en ligne en début de session et par le suivi des productions effectuées avec l'outil informatique pendant les semestres 3 et 5. Le travail souffre néanmoins d'un biais, qui s'est finalement révélé fécond, car le responsable d'une licence professionnelle a demandé de supprimer le travail d'exploitation à l'oral de *Powerpoint* du programme car « tout le monde le connaît » et de le remplacer par une « sensibilisation aux bonnes pratiques et à une utilisation responsable » des matériels et des ressources.

## CONSOMMER POUR CRÉER : LES OUTILS

Six ans seulement se sont écoulés depuis le colloque « Do it Yourself ». Pourtant, les changements de pratiques et d'usages sont sensibles. Ils concernent l'utilisation de produits qui en ont supplanté d'autres et l'abandon de ceux qui leur ont cédé le pas. Malgré son gigantisme, *Live Messenger* est ainsi passé de l'omniprésence au quasi-oubli, même s'il est vrai que Microsoft a projeté Outlook vers l'avant-scène. Certains évoquent déjà la décroissance de *Facebook* (Eldon, 2011) au profit d'*ask.fm* (Belot, 2013) et d'autres applications en ligne. Faut-il s'interdire d'imaginer celle de *Google* ? Le gigantisme n'est pas une garantie de pérennité. Sur le versant professionnel, l'outil de création multimédia *Director* avait été abandonné. Il en va de même pour son module *Flash* qui lui a longtemps succédé. Cette disparition n'est d'ailleurs pas sans poser des difficultés à la communauté éducative qui l'utilisait en pédagogie. Étonnamment, la perte de ces outils créatifs n'est pas liée à un manque d'engouement de la part des développeurs<sup>3</sup>. Après leur rachat, ce sont non

---

<sup>3</sup> Les créateurs professionnels ne se disent pas « artistes » mais « développeurs ».

seulement les politiques globales de segmentation des produits d'*Adobe* qui ont conduit à leur retrait, mais également des contraintes externes comme la généralisation de HTML 5 (pour Flash).

Cela met en exergue, s'il en était besoin, la place forte tenue par le marketing stratégique, et donc de la consommation dans les processus créatifs assistés par des outils numériques. Certes, des peintres, des sculpteurs et des musiciens composent encore des œuvres en dehors du champ informatique, même s'ils emploient les médias digitaux<sup>4</sup> pour communiquer. Alors que le support de l'œuvre a toujours été un enjeu majeur pour assurer sa pérennité, les créateurs ne disposent plus d'aucune visibilité sur la compatibilité de leurs fichiers de travail avec les outils qu'ils emploieront dans l'avenir ni sur la lisibilité de leur fichier final dans le temps. Cela s'est déjà vu. Entre 1986 et 1992, il s'est vendu en France plus de 500 000 ordinateurs Atari 1 024 et Mega ST. Leur succès était notamment dû aux prises MIDI qu'affectionnaient les musiciens. Le format des images (photographies, dessins) était IMG. Depuis, il a été affecté aux « images disque » et non plus aux fichiers *bitmap*. En d'autres termes, les créateurs qui n'ont pas converti leurs travaux avant de changer de machine ont connu de lourds problèmes de récupération de leurs données graphiques.

Les applications en ligne, qui semblent pourtant toutes fonctionner sur la base de langages communs, sont elles-mêmes à considérer comme un produit dont le cycle de vie est conçu a priori de la naissance à la mort. Elles ont ceci de particulier qu'elles touchent tellement de personnes dans le monde que leur utilisation engendre l'apparition de postures collectives dans les manières de créer. Avec ces logiciels, il faut donc identifier l'acte créatif soit de manière classique dans l'emploi des fonctionnalités qui permettent de créer une œuvre nouvelle – comme un dessin avec Adobe Illustrator – soit dans le dévoiement des applications – comme employer Facebook comme une plateforme pédagogique alors qu'il n'est pas fait pour cela. L'initiative esthétique, la créativité et la production de qualité, dans le cadre des contraintes des outils innovants et de l'éducation du regard des récepteurs de l'œuvre sont donc toujours d'actualité. L'univers de développement – puisque c'est le terme employé – alimente en œuvres un théâtre numérique d'écrans. Cette nouvelle scène reprend les contraintes déjà évoquées en son temps par Jean-Baptiste Poquelin et résumées par André Gide pour qui « l'art naît de contrainte, vit de lutte, meurt de liberté » (Gide, 1929, p. 437).

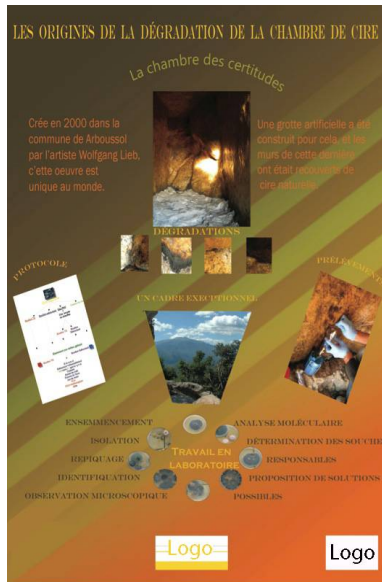
Le cas des images est particulièrement éclairant. Au cours de l'étude, les sujets sont invités à réaliser des posters de 100 cm par 80 cm pour présenter des projets collectifs conduits sur le terrain sous la direction d'un tuteur. Ces projets « tuteurés » sont très divers. Ils concernent aussi bien la gestion de l'eau que la sensibilisation des enfants à l'écocitoyenneté dans les écoles primaires. Après quelques séances de Travaux Dirigés (TD), les apprenants sont familiarisés avec les fonctionnalités principales du logiciel de traitement d'images GIMP comme les calques, les dégradés, le détourage, *etc.* Ils disposent d'un premier niveau de compétence qui est l'identification des fonctionnalités des outils. À ce stade, il est envisageable de faire de l'hypothèse que l'habituation du regard des apprenants aux travaux graphiques des publicitaires omniprésents dans l'espace visuel quotidien pourrait influencer leur utilisation de ces outils. Pourtant, les posters rendus montrent que le bénéfice de cette habitude est loin d'être probant.

Sans distinction de genre ni de filière, ces outils logiciels sont effectivement employés mais d'une manière généralement malhabile. En d'autres termes, la capacité technique ne fait pas la compétence graphique. Elle n'en est qu'une facette, mais si minime soit-elle, cette facette

---

<sup>4</sup> Nous qualifions les outils basés sur des techniques informatiques de « numériques » et leur utilisation à des fins sociales de « digitale » (Gobert, 2013) en référence à la dichotomie qui est faite entre

est suffisamment valorisée pour alimenter une illusion de compétence. Pourquoi une illusion ? Car l'apprentissage de l'outil, que le marketing relègue au rang de simple formalité, semble aisé et primordial alors qu'il n'est qu'un commencement tout à fait insuffisant. L'illusion se décline ainsi à deux niveaux : celui de la croyance en la toute-puissance de l'outil et celui de sa simplicité d'emploi.



Par exemple, le poster ci-contre, montre l'utilisation d'un grand nombre de fonctionnalités logicielles avancées pour le travail du fond, l'orientation des images, le nombre de calques sollicités. Pourtant, cette capacité à employer des outils ne signe pas ici une compétence graphique. C'est pourquoi l'une des solutions envisagée pour améliorer la qualité de l'ensemble serait d'imposer une charte graphique unifiée, qui, comme le font les cadres, thèmes et autres masques ou patterns, ne demandent plus qu'une insertion de médias graphiques dans des espaces exclusivement prévus à cet effet. Il en résulterait une perte potentielle de créativité mais une majoration de la qualité.

*Photo 1 : Poster réalisé avec GIMP par un apprenant de la population observée. Si la connaissance des fonctionnalités des outils semble attestée, la capacité à les employer avec compétence n'est pas encore d'actualité.*

## L'ILLUSION DE CONTRÔLE DE LA COMPÉTENCE OU ILLUSION DE COMPÉTENCE

La majorité des utilisateurs de ressources numériques ne crée pas de sites Internet complexes avec *Drupal*<sup>5</sup> et n'édite pas ses images avec *Lightroom*<sup>6</sup>. Pour développer sa clientèle, le marketing entretient dans le grand public l'illusion que l'accès aux fonctionnalités d'un outil permet à tout un chacun de créer des contenus dits « professionnels ». Nombre de logiciels ont d'ailleurs pour dénomination commerciale leur nom de marque suivi du dénominateur « Pro ». Cette stratégie a été mise en place au moment de la pénétration de la bureautique dans les foyers et elle perdure. La quête de l'autonomie était alors présente dans le noyau central des représentations sociales de l'ordinateur individuel (Gobert, *ibid.*) car les professionnels travaillaient sur des machines identiques. C'était oublier que réaliser un document en appliquant de-ci de-là des fonctionnalités diverses et des réglages automatiques ne pouvait absolument pas abuser le regard d'un expert. Tout le monde peut employer un ciseau à bois mais un ébéniste le fera avec une compétence qui dépasse de loin celle du néophyte, même si ce dernier ne perçoit pas nécessairement la différence. Il en va de même en photographie, vidéo, présentations graphiques où l'ordinateur est comme le ciseau à bois du luthier. Une illusion de compétence potentielle semble toujours d'actualité, même si elle ne se situe plus au premier plan des représentations.

Lors des séances de travaux dirigés portant sur l'image, les apprenants manquent rarement de préciser que « les règles doivent être dépassées ». En langage étudiant, cela signifie qu'il n'y a donc pas besoin de les connaître : il suffira de les apprendre plus tard en cas de besoin. Ce

<sup>5</sup> *Drupal* est l'un des outils contemporains de création de sites Internet de toutes dimensions. Il est compatible avec plus de 4000 modules gratuits mais requiert une compétence qui n'est pas à la portée de tous.

<sup>6</sup> Adobe *Lightroom* est un logiciel de catalogage et de retouche à destination des photographes. Son maniement est relativement aisé mais nécessite une compétence théorique et un regard professionnels.

point signe l'existence d'un premier volet de l'illusion de contrôle. Cette illusion est celle qui consiste à croire que l'on sera en capacité de solutionner dans le futur un problème qui se présente aujourd'hui à minima. Gabriel Moser l'avait décrite comme un mécanisme de défense qui permettait de lutter contre les stress urbains (Moser, 1992). Dans le cadre numérique, elle pourrait être comprise comme une illusion de compétence, un moyen de gestion des incompréhensions et de la pression sociale devant lesquelles nous place la technologie (Gobert, 2010, 2013). En effet, malgré les promesses d'un monde meilleur, les technosciences sont anxiogènes du fait de l'incapacité à suivre le rythme de leur développement et de la dépendance à autrui qu'elles créent. L'illusion de compétence est une des réponses qu'apportent les individus pris dans l'engrenage pour gérer le stress induit par le contexte des technologies.

En outre, la mercatique nourrit l'impression trompeuse que l'accès à l'outil est la portion la plus complexe du chemin. Investir financièrement dans des applications ou être dépendant de quelqu'un qui soit capable d'installer les logiciels en les « piratant » peut apparaître comme une contrainte. Le modèle de la gratuité, qui s'est imposé avec les logiciels et les systèmes d'exploitation libres peut apparaître comme la solution à ce problème. Il semble cependant que l'effet soit plus nuancé. Il augmenterait paradoxalement la tension car le sujet, placé devant ses méconnaissances techniques et qui ne souhaite pas les acquérir doit alors recourir à des aides et des forums en ligne. Fortement chronophages, ils ont pour prix le temps de recherche des informations, de leur organisation et de leur compréhension. Certes l'autopoiésis, où le sujet se réalise par lui-même avec ses apprentissages en autonomie (Varéla, Maturana, 1974) est possible. Elle ne semble concerner qu'un petit nombre d'individus fortement motivés et entretient chez les autres une illusion de compétence. Cette illusion peut se résumer de la manière suivante : « si je veux me former, je pourrai le faire. Dans l'immédiat, ce n'est pas d'actualité car je ne dispose ni du temps ni de la motivation nécessaire, mais si j'en ai besoin, je sais que je pourrais. C'est moi qui décide quand et comment ».

Depuis l'apparition des réseaux sociaux, un ordinateur non connecté n'est plus intéressant (Gobert, 2008, 2010). Il est devenu un terminal relié à Internet qui contient non seulement une banque d'informations et de soutiens potentiels, mais également le moyen de gérer son gisement de relations sociales. Cette gestion, enrichie par des techniques de storytelling et de fonctions synchrones de communication instantanée, constitue l'un des premiers vecteurs de motivation de l'utilisation des réseaux. Le *storytelling* y est invisible pour celui qui ne le connaît pas. Il s'agit en effet d'encourager l'emploi de techniques de construction et de narration préexistantes dans le mythe et le récit pour captiver un public avec des références communes. Sur le plan créatif, une page Facebook suffit à la majorité des utilisateurs. Par exemple, bien que nous encourageons vivement les étudiants désirant intégrer le monde du travail à compléter leur CV et leur lettre de motivation par une page personnelle, ceux-ci éprouvent des difficultés à s'investir. La question qui revient le plus fréquemment et que tous les référents pédagogiques connaissent bien dès lors que s'élève le degré de liberté dans le choix d'un sujet est « donnez-nous des idées ». C'est d'ailleurs pourquoi *Facebook* préremplit des champs à saisir afin de lancer les processus d'écriture. Cette interrogation signe l'emprise de la consommation sur la création car l'accompagnement logiciel prend le pas sur la compétence du sujet. Dans une vision compendieuse où la création suppose une maîtrise préalable des techniques, la consommation semble nourrir dans l'espace social une illusion de créativité.

Cette illusion de compétence créative est présente chez les étudiants d'IUT composant la population observée car ils estiment, comme dans l'étude de 2008, être « suffisamment compétents pour satisfaire leurs besoins ». Ils considèrent qu'ils produisent et « travaillent »

lorsqu'ils créent un contenu, le plus souvent en réorganisant de l'information plutôt qu'en la produisant effectivement. Nous considérons que le copier-coller de textes (Gobert, 2008), au sens donné par Nicole Pignier d'écrits, d'images, de sons, *etc.* (Pignier, 2014) est une activité de consommation puisque les éléments employés préexistent à leur nouvel agencement.

## **CROIRE QUE L'ON CRÉE ALORS QUE L'ON CONSOMME**

Pour le Robert, création et consommation sont opposées. Dans ce dictionnaire, la création serait « l'action de donner de l'existence, de tirer du néant (...), de faire, d'organiser une chose qui n'existait pas » (Rey, 1993 p. 505). Cette définition correspond à « *create* », employé en bureautique pour créer un nouveau fichier tandis que « *edit* » désigne le travail de création des contenus d'un document. Cela fonctionne comme si un peintre « crée » son tableau quand il prépare son fond de toile et « l'édite » au moment de peindre. La création désigne encore ce qui en « résulte » (Souriau, 1990, p. 522), l'œuvre en l'état, comme l'ensemble du vivant serait l'aboutissement contemporain d'un processus qui aurait débuté avec la séquence fondatrice de la genèse. La création serait donc une production destinée à satisfaire un besoin dans le temps alors que la consommation « détermine la satisfaction immédiate d'un besoin ». Il s'agit de « faire des choses une utilisation qui les détruit ou les rend ensuite inutilisables » même si ce « n'est pas une destruction de matière mais une destruction d'utilité » (Rey, *ibid.* p. 450).

Réunir les deux termes signe l'existence d'un système dialectique qui tisse un lien inédit. La consommation d'une technologie la fait exister, lui donne corps. Elle ne peut se développer que de cette manière. Sans utilisateurs, elle est vouée à l'oubli et n'existe plus. S'il y a usure, c'est par lassitude à force d'usage. Comme les sociétés dans l'histoire, les applications en ligne connaissent un cycle de vie avant de décliner au profit d'une autre. Mais globalement, des lignes de force s'esquissent. L'une d'elles semble sourdre de l'émergence depuis la fin des années 1990 des applications, en ligne ou non, intégrant des modèles, thèmes ou masques de saisie. Ces outils ont vocation à débarrasser l'utilisateur de l'ensemble des contraintes techniques liées au soubassement informatique. C'est cette caractéristique que nous retenons principalement pour désigner la programmation consocrématique d'un applicatif on line. Ainsi, la consommation serait l'acte de créer sans apprentissage préalable ou avec un apprentissage réduit des contenus qu'il ne serait pas possible de réaliser avec aisance autrement qu'en bénéficiant de l'accompagnement technique automatisé.

Le copier-coller, toujours fortement pratiqué par les étudiants, en est une variante. Les étudiants y voient un gain de temps. Il est en effet plus facile de compiler des données plutôt que de les créer en rédigeant. Cela conduit un acte de réorganisation de l'information plutôt qu'à une production originale, encore que cette réorganisation puisse elle-même être originale et considérée comme une forme de création. Le côté créatif ne fera assurément pas l'unanimité, et d'aucuns parleront davantage de plagiat. La fonctionnalité de « partage » sur Facebook, que ce soit des liens ou directement des contenus déjà « trouvés » par d'autres, inscrit la rediffusion de contenus dans le champ d'une sorte de post-création incitant les « amis » et « groupes » à la consommation de ces contenus. Le gisement de pages Facebook, contient ainsi très peu de créations originales mais plutôt des mises en avant de textes (images, films, dessins, *etc.*) déjà créés par d'autres. La messagerie et les statuts favorisent la production écrite personnelle. À la limite, il est possible de dire que jamais, depuis l'apparition de ces outils et leurs approches de storytelling, les sujets n'ont autant lu et écrit et lu, même s'il s'agit de menus propos. Ceux-là mis à part, les serveurs de Facebook doivent contenir un catalogue de doublons sans précédent dans l'histoire de l'humanité. La fonction

partage a d'ailleurs certainement été mise en place dans le but de limiter le copier-coller qui consommait trop d'espace inutile sur les serveurs. Cet aspect met en lumière, s'il en était besoin, le paradoxe qu'il y a entre la mise à disposition d'un outil favorisant les créations textuelles, graphiques et musicales sans précédent et son utilisation première comme média de rediffusions multiples de contenus. La capacité à trouver une ressource encore ignorée et susceptible de faire le buzz devient un acte signifiant alors que dans le cadre du copier c'était l'inverse : on cherchait plutôt à dissimuler cette fonction de « partage ». D'ailleurs, pour Julien, en 2<sup>e</sup> année scientifique, « puisque les autres regardent nos pages, c'est qu'elles les intéressent (...) on n'a pas deux pages pareilles : elles sont vraiment personnelles ». Cette compétence, c'est de maintenir le trafic sur une page. La consécration se manifeste donc dans le fait qu'une consommation originale serait une compétence.

Il semble donc que l'on consomme davantage que l'on ne crée. Or comme chacun fait de même, la pratique devient socialement acceptable. Le regard de l'autre, co-créateur des contenus textuels mis en ligne accepte comme « sympa » la proposition d'un lien utile ou humoristique. Une certaine originalité finit par se dégager car aucune page ne ressemble à une autre. Elles renvoient en fin de compte l'image d'une création alors qu'il ne s'agit que de consommation des possibilités techniques d'un espace applicatif. Nous désignons comme « espaces applicatifs » des sites où le sujet emploie des fonctionnalités logicielles comme des thèmes ou des modèles de documents dans lesquels il ne gère ni la mise en forme ni les contenus mais où il est exclusivement invité à poster des contenus et personnaliser sa page avec les options disponibles. Cela n'est pas sans créer une certaine uniformisation qui freine l'originalité créative. Toutefois, cette limitation engendre une production de contenus jamais égalée et préexistait sous forme de chartes graphiques, sonores, *etc.*

Les représentations de ce qu'est la compétence dans la population observée sont directement liées à l'utilisation de l'outil et à l'illusion de compétence. Serait « compétent » celui qui manipule des logiciels « professionnels ». Pour autant, cela ne signifie pas qu'il crée avec ces logiciels : l'important est d'en connaître les fonctionnalités et de pouvoir les indiquer rapidement à d'autres pour les « aider ». L'apprenant ne se perçoit pas comme un consommateur uniquement car soit le logiciel lui appartient (il l'a payé et en serait « propriétaire ») soit il l'a « piraté » et il ne le consommerait pas non plus. Inversement, un faible nombre d'individus (18/126) se rend compte qu'il existerait une compétence pour manipuler des réseaux sociaux (lien avec la presse) car pour la majorité, il s'agit de consommation puisque « ce que l'on y met n'est pas sérieux » et « quand on n'a pas d'idée, on partage des contenus ». En d'autres termes, la consommation est liée à l'espace privé et s'oppose à la compétence davantage associée au milieu professionnel. Cette distribution des représentations en fonction des sphères d'activité perçues rend d'autant plus floues les frontières entre consommation et création que les applications favorisent la consécration avec la généralisation des systèmes de modèles à compléter par des médias « personnels » ou « partagés » pour l'ensemble des activités.

Ainsi, nous pouvons distinguer *L'illusion de compétence* de *l'illusion de contrôle de la compétence*.

L'illusion de compétence naît des stratégies de consécration conceptualisée par les industries de l'information. Elle s'est manifestée et se manifeste notamment par la simplification des interfaces (1), l'entretien dans l'imaginaire des prospects que l'accès à l'outil vaut compétence puisqu'il ne suffirait plus au client qu'à apprendre à l'employer (2) d'autant plus qu'il s'agit d'apprentissages réputés fort simples (3) et soutenus par des communautés et des tutoriaux en ligne (4). D'ailleurs, les résultats obtenus sont généralement jugés satisfaisants même s'ils n'abusent pas un expert, car ils font la démonstration d'un investissement en temps qui signifierait l'existence d'une compétence (5) pour les pairs. La *créativité restreinte* qui



résulte de la succession d'essais et d'erreurs d'emplois d'outils sans expertise ni regard global suffit pourtant, chez les apprenants ayant participé à l'étude, à alimenter une notoriété en ligne auprès des pairs, notoriété relative mais qui satisfait les besoins immédiats.

L'*illusion de contrôle de la compétence* résulte de l'illusion de compétence du côté du récepteur. Elle reprend le concept d'*illusion de contrôle du stress* développée par Gabriel Moser (1992). Chez les étudiants composant la population cible, elle est identifiée dans le *corpus* des entretiens et observée *in situ*. Elle se manifeste notamment par une généralisation de la procrastination (1) encouragée par l'omni-accessibilité des moyens numériques et une représentation collective qui survalorise l'outil aux dépens de la production (2). Il s'agit moins d'envisager un projet sur papier puis de chercher les moyens de le réaliser que d'effectuer un cheminement chronophage parmi les fonctionnalités logicielles et de les solliciter pour réaliser un rendu non préconçu (3). Le résultat de ce nomadisme est généralement perçu comme suffisant. Comme les applications contiennent les mêmes fonctionnalités, elles uniformisent les résultats. L'apprenant n'est pas dupe. Il perçoit son absence d'expertise et s'abrite systématiquement derrière l'écart entre son cursus de formation (Génie Biologique, etc.) et l'activité enseignée (graphisme, communication). C'est pourquoi les groupes de travail repoussent le temps de la production, demandent « des idées » et « du temps » (4).

En s'allongeant, la durée de « conception » engendre de la contrainte. L'importance des budgets temps investis nécessite alors de produire quelque chose, au dernier moment. Combien même ce quelque chose sera perfectible, il pourra être partagé en ligne « pour que les autres viennent voir la page » dans le cadre d'une compétition non dite pour capter l'attention de l'autre. Ainsi, l'illusion de contrôle de la compétence et l'illusion de compétence sont interdépendantes. Elles constituent un élément moteur des phénomènes de consécration encouragés par les dispositifs numériques.

## **CONCLUSION**

Au cours de cette communication, nous avons souhaité revisiter l'oxymore « consécration » proposé en 2008 lors d'une précédente édition de Ludovia. Basé sur des observations de 2007 alors que Facebook était peu présent dans l'hexagone, le travail précédent nécessitait d'être revisité dans le contexte de massification des dispositifs socio-numériques. Les observations sont réalisées selon une méthodologie qualitative dans un IUT pendant des sessions de formation. Toutefois, la posture critique des sciences de l'information et de la communication, qui analyse la production de textes et observe les rapports entre les personnes est privilégiée. Elle met en lumière la part croissante de la consommation et de l'hybridation des contenus sur la créativité originale. Elle montre par ailleurs la progression du mécanisme des illusions de contrôle et de compétence comme régulateurs du stress technologique et de l'urgence communicationnelle connectée. Simultanément, le masquage de la complexité du soubassement informatique aux yeux des utilisateurs consécrationnels, c'est-à-dire de la majorité de la population observée, favorise l'émergence d'une production, qui si elle n'est pas forcément renouvelée, a le mérite d'exister et de drainer des apprentissages incidents difficiles à mettre en place dans le contexte institutionnel. Ainsi, comme l'a souligné Gilbert Simondon, le « geste du travailleur sur sa machine prolonge l'activité d'invention » (Simondon, 1989).

## **REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES**

BELOT Laure

2013, Ask.fm affole les ados en quête de cyber-frissons, *Le monde*, 3 juin 2013.

BERGSON Henri

- 1996, *L'évolution créatrice*, Paris : PUF, coll. « Quadrige », ed. orig. 1907.
- BIGOT Violaine  
2005, « Négociation de la relation et processus d'appropriation en classe de langue », *Aile*, n° 22, Arditty & Vasseur, pp. 17 à 44.
- DUCHAMP Marcel  
1976, *Ingénieurs du temps perdu*, entretien avec Pierre Cabane, Paris : Belfond, ed. orig. 1966
- ELDON Eric  
2011, Facebook sees big traffic drops in US and Canada as it nears 700 millions users worldwide, *Inside Facebook*, 12 juin 2011, En ligne : [www.insidefacebook.com/](http://www.insidefacebook.com/)
- ELLUL Jacques  
1990, *La Technique ou l'enjeu du siècle*, Paris : Economica.
- GIDE André  
1929, *Prétextes, L'Évolution du théâtre*, Essais critiques.
- GOBERT Thierry  
2013, « Les outils numériques comme ennui : une nouvelle opposition au concept de plaisir lors de l'échange interactif ? *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n° 14/2b, 2013, pp. 33-47.  
2010, « Sites sociaux et dispositif pédagogique : des atouts nouveaux pour l'accompagnement à des compétences numériques ? », *Actualité de Recherche en Education et Formation*, Genève : AREF, 13 au 16 septembre 2010.  
2008, « Consommer pour créer, créer en consommant : la consécration », *Do it yourself 2.0*, Ax-les-Termes : Ludovia, 27 au 29 août 2008.  
2000, « Consécration : approche prospective des usages de Wanadoo », *Journées de la Net Compagnie*, EuroDisney, 19 au 23 juin 2000.
- MOSER Gabriel  
1992, *Les stress urbains*. Paris : Armand Colin.
- PAPI Cathia  
2009, « Sympathiser à distance ou la création des cadres de l'interaction », *Education et formation*, mars 2009 (290), pp. 93-107.
- PEQUIGNOT Bruno  
2011, « Spécificité du terrain en sociologie des arts et de la culture », *SociologieS : La recherche en actes*, <http://sociologies.revues.org/3487>
- PERCHAT Boris  
2006, « C'est quoi au juste la consécration ? » *Créons ensemble de nouvelles richesses*, [http://boris.typepad.fr/chasseur\\_de\\_futurs/la\\_consocration/index.html](http://boris.typepad.fr/chasseur_de_futurs/la_consocration/index.html)
- REY-DEBOVE Josette, REY Alain  
1993, *Nouveau petit Robert*, Paris : Dictionnaires Robert.
- SIMONDON Georges  
1989, *Du mode d'existence des objets techniques*, Paris : Aubier.
- SOURIAU Etienne  
1990, *Vocabulaire d'esthétique*, Paris : PUF.
- VARELA Francisco, MATURANA Humberto, URIBE Ricardo  
1974, Autopoiesis : the organization of living systems, its characterization and a model, *Biosystems* 5, pp. 187-196.

