Du « Web 2.0 » à « Candide 2.0 » : programmes, maîtres et communautés de vérité en terre impensée

Marc Jahjah, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication (Université de Nantes)

> « les modalités de croyance renvoient aux modes de possession de la vérité ; il existe une pluralité de programmes de vérité à travers les siècles, qui comportent différentes distributions du savoir, et ce sont ces programmes qui expliquent les degrés subjectifs d'intensité des croyances, la mauvaise foi, les contradictions en un même individu. » (Paul Veyne, *Les Grecs ont-ils cru à leurs mythes ?,* 1983)

Comment le « web 2.0 » a-t-il pu circuler dans le domaine de l'édition numérique, au point de donner lieu à tout un flot d'adjectivisations (« livre 2.0 », « book 2.0 », etc.) ? Dans quelle mesure son programme a-t-il structuré les acteurs et les projets éditoriaux pendant au moins un temps ? Ces deux questions témoignent d'un effort pour élucider la part performative des discours, comme le propose Pascal Robert (2016) : ils ne font pas qu'accompagner l'appropriation d'un projet ou orienter son interprétation ; bien plus, ils structurent matériellement les mondes sociaux qui s'en emparent, leurs pratiques et leurs productions.

Pour le montrer, je travaillerai sur une conférence internationale destinée au monde de l'édition et lancée de 2007 à 2013 par Tim'Oreilly (*Tools of Change for Publishing*), l'inventeur ou le normalisateur du « Web 2.0 ». Dans le volume 1 de *L'Impensé numérique*, Pascal Robert montre comment ce dernier a soustrait cette notion à toute justification : il devenait alors évident, pour tout acteur informatique, de faire sa mue et de mobiliser un ensemble de technologies dites participatives. Ainsi du monde éditorial sans cesse culpabilisé et appelé à se transformer, sous peine de dissolution, comme en témoigne le lancement du projet « Candide 2.0 » de la New York Public Library, une édition collaborative de l'œuvre de Voltaire.

Le concept d'« impensé » paraît opportun pour saisir la circulation et l'appropriation du « Web 2.0 » dans un autre monde social et de pratiques (éditorial, universitaire). Même si elle est parfois interrogée, questionnée, cette circulation s'est faite le plus souvent sans heurts et en partie avec le consentement relatif des acteurs éditoriaux. C'est pourquoi j'ai également

choisi d'articuler, comme le propose Robert (2009), le concept d'« impensé » avec les « programmes de vérité » (Paul Veyne) qui permet de montrer comment des acteurs adhèrent momentanément, partiellement, par opportunisme, à ce qui se présente comme une vérité. Je commencerai par présenter rapidement ces notions, en les croisant avec d'autres outils conceptuels, avant de faire émerger des questions pour travailler précisément mon corpus.

Le statut problématique de la vérité

Des « programmes de vérité »

La convocation des « programmes de vérité », concept emprunté à Paul Veyne (*Les Grecs ont-ils cru à leurs mythes ?*, 1984), sert une entreprise de substitution : pour Robert (2009, 2010), il s'agit de fournir une alternative à la notion d'« imaginaire » de Patrice Flichy, si populaire, qui ne rendrait pourtant pas bien compte de la nature des projets informatiques. En effet, son triptyque analytique (« mythes », « idéologies », « utopies ») souffrirait de dogmatisme : il invite à identifier des stratégies de falsification du réel dont le but est de tromper le public, comme s'il était incapable de démêler le vrai du faux. La notion de « programmes de vérité » vient amender celle d'« imaginaire » : il n'y a pas, d'un côté, une vérité et de l'autre, des erreurs ; il y a des programmes que se fixent les acteurs et qu'ils choisissent de suivre selon leurs propres intérêts. Selon quelles modalités y adhèrent-ils ? Pour quelles raisons ? Principalement parce qu'ils ont confiance : c'est parce que nous faisons *un temps* confiance à des professionnels que nous croyons aux vérités qu'ils énoncent. Autrement dit : l'*expertise* et la *confiance* sont au cœur des « programmes de vérité ». Dans ma perspective, leur étude peut ainsi consister à **rendre compte des mises en signe de l'expertise et de la confiance**.

Des « maîtres de vérité »

À bien des égards, la thèse de Pascal Robert se rapproche du portrait que Marcel Detienne fait des « Maîtres de Vérité » (1996) : dans la Grèce archaïque, la parole du roi, du devin, du poète n'est pas questionnée. Elle est de type assertorique, elle est un « discours de vérité » (Robert, 2014) : elle ne cherche pas l'accord et « l'assentiment du groupe social » (Detienne, 1996, p. 123). Le seul statut de ces figures sociales leur confère un privilège : celui de proclamer une vérité performative, éternelle, sans preuve, reposant sur un savoir qui énonce « "ce qui a été, ce qui est, ce qui sera". » (p. 67) Le roi, le devin et le poète ne sont soumis qu'à

des forces transcendantes : le respect du rituel juridique pour le premier, l'adéquation de son verbe à la mantique pour le deuxième et à la Muse pour le troisième. Ainsi, **la vérité est inséparable des conditions sociales qui définissent les critères de son identification *transitive* par les hommes**, comme l'a montré Michel Foucault à propos des régimes de vérité.

Dès lors, travailler sur cette parole « magico-religieuse » revient à s'interroger sur ce qui permet l'émergence des « maîtres de vérité » : des conditions politiques, sociales, matérielles d'une part ; une stratégie argumentative reposant sur la satisfaction pleine d'un horizon d'attente, d'autre part. En effet, les discours sont impensés parce qu'ils satisfont les critères de vérité d'une communauté donnée. Par conséquent, la tromperie des « Maîtres de vérité » est bien relative : plus que des manipulateurs, des trompeurs, des virtuoses de la triche et de l'illusion, **ce sont les figures visibles d'un état de la réflexion sur la question de la vérité**. Le Maître est le porte-parole, le représentant, de discours auto-produits, impensés, qui définissent des programmes de vérité. Comme l'écrit Robert, l'avantage d'une telle posture théorique, c'est qu'elle « évite de trop raisonner en termes d'acteurs : ce qu'on lui reproche assez volontiers mais qui permet justement d'éviter les ornières du complot. » (2016, p. 159)

Des communautés de discours

La notion de « discours » chez Krippendorff est utile pour travailler avec cette posture. Dans un article publié en 2011, traduit dans *Communication & Langages* (2012), il se propose de montrer comment **les discours s'ajustent les uns aux autres, participent de la fabrication des artefacts et de la constitution de communautés de praticiens**. Le discours est pensé comme « un dialogue systématiquement contraint » qui implique « des locuteurs, des écrivains, des acteurs » communiquant « entre eux, au sein et au travers de leurs communautés de discours respectives. » (p. 21) S'il est « contraint », c'est parce que le discours s'auto-organise : **les acteurs peuvent s'exprimer mais des normes, des procédures, des règles pèsent sur eux**.

Pour Krippendorff, cinq modalités régissent l'émergence et la maintenance des discours :

1. La *matière textuelle*, soit l'ensemble des traces (œuvres, littératures, images, enregistrements, artefacts technologiques, etc.) produites par une communauté de discours dont les membres partagent des compétences d'écriture et de lecture.

2. Le *dynamisme* de ces derniers, capables de s'approprier les discours, de les retravailler et de faire circuler leur matière d'une communauté à une autre, pour réélaborer leur sens en s'appuyant sur des critères co-définis et valables au sein d'un espace donné.

3. L'*institutionnalisation* : les membres d'une communauté de discours mettent progressivement en place des normes, des traditions, des pratiques qui se maintiennent grâce aux contraintes que chacun d'entre eux fait peser sur l'autre, au point qu'elles deviennent naturelles, alors même qu'elles se sont auto-construites.

4. Les *frontières* : toute communauté discursive définit des règles d'appartenance qui permettent d'inclure ou de discréditer un membre. Certes, une communauté a besoin de membres d'autres communautés pour croître, en s'appuyant sur leurs ressources intellectuelles et matérielles. Mais cette ouverture relative n'est possible qu'à condition que soient reconnues les compétences de chacune d'entre elles.

5. La *justification* : c'est parce qu'un discours est justifié qu'il reçoit un crédit extérieur. Il exhibe ses qualités ou celles de ses artefacts et des compétences de ses membres.

À ces modalités, Krippendorff articule un concept : les *affordances* de Gibson. Selon lui, les discours produisent des artefacts dont l'« utilisabilité » s'impose d'emblée (nous ne voyons pas une chaise mais l'« assoyabilité » de la chaise), comme si elle allait de soi, sans que ne nous interrogions sur « cet état de choses. » (p. 32) Dès lors, « [é] valuer la réalité des artefacts de tout discours implique de prendre la mesure de ce qu'ils signifient et font » (p. 34).

« Web 2.0 », « Publishing 2.0 » et « Candide 2.0 »

Introduction

Avec les notions précédemment rencontrées (« programmes de vérité », « maîtres de vérité », « communautés de discours », « impensé »), nous ne cherchons plus à révéler des stratégies de falsification du réel, comme s'il existait d'un côté des gourous et de l'autre des captifs ; c'est à la mise au jour d'un **tressage fin d'acteurs, de dispositions, de valeurs, de**

matières, de circulations que nous devons plutôt travailler à partir d'une série de questions qui articulent à la fois les travaux de Robert, ceux de Veyne, de Krippendorff et de Détienne :

- Quels sont les *programmes de vérité*[1] des *artefacts* et des *matières textuelles* produits par les *communautés de discours ?* Comment les organisent-ils ? Que signifient-ils ? Quelles qualités et quelles compétences ces *programmes* justifient-ils ?

- Comment sont mis en signe la *confiance* et les *Maîtres de Vérité* ? Qu'est-ce qui permet socialement leur émergence, prépare le terrain à la réception de la parole oraculaire ? Quelles règles doivent-ils respecter pour devenir audibles ? Comment se mettent-elles en place pour pérenniser les *programmes de vérité* et favoriser ainsi leur circulation ?

- Dans quelle mesure et selon quelles modalités les *communautés de discours* croient à leurs *programmes* ? Comment se transforment-ils en passant d'un espace à un autre ? Quelles compétences font valoir les *communautés de discours* qui s'en emparent ?

Cette position pourrait être qualifiée d'*émergentisme raisonné* : à la suite des philosophes et des sociologies pragmatistes de l'action[2], je considère que des phénomènes sociaux peuvent certes émerger, s'organiser tout seuls, mais toujours à l'intérieur de cadres, d'institutions, de règles qui les informent, les autorisent, les rendent lisibles et signifiants socialement. Ainsi :

> L'impensé montre un mécanisme macro-sociétal – dont on peut lire, à travers un prisme critique, les concrétisations locales –, mais qui échappe aux individus qui en portent le symptôme. (Robert, 2016, p. 158)

Description générale du corpus

Pour travailler ces questions, je dispose d'un corpus attesté : une conférence internationale (*Tools of Change for Publishing*), créée par Tim O'Reilly en 2007 et destinée au monde

[1] Le passage des guillemets (« maîtres de vérité ») à l'italique traduit un changement de régime des concepts présentés : ils ne sont plus questionnés mais mobilisés comme des outils.

[2] Pour une mise en perspective archéologique des thèses émergentistes, voir la « Présentation » dans Christian Chauviré C. et Albert O. dir. (2002). *La Régularité. Habitude, disposition et savoir-faire dans l'explication de l'action*. Éditions de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales. coll. « Raisons pratiques ».

éditorial ; un projet (*Candide 2.0*) qui a bénéficié de l'appui de cette conférence. L'intérêt de cet objet réside notamment dans ses points de passage et ses réélaborations : si *Tools of Change for Publishing* est une déclinaison dans l'édition de la notion de « web 2.0 », cette conférence a nécessairement fait l'objet d'une transformation, si l'on se fie à l'hypothèse des « communautés de discours » de Krippendorff. Elle témoigne aussi d'une matérialisation et d'une circulation de l'impensé, dans la mesure où *Candide 2.0* reprend explicitement une forme lexicalisée (« 2.0 ») ; enfin, elle est potentiellement l'indice d'une structuration par l'impensé d'acteurs, de pratiques, de discours, de positionnements, de programmes.

Tim O'Reilly, *maître* et *artefact* d'une *communauté de discours*

Une lecture flottante permet d'identifier Tim O'Reilly comme premier élément du corpus et symptôme de celui-ci. En effet, si l'on se reporte aux questions précédemment élaborées, des *communautés de discours* mettent en signe la confiance et les *Maîtres de Vérité*. Or, que ce soit sur *O'Reilly*[3] (site mère de l'entreprise), sur *O'Reilly Radar*[4] (site de veille en nouvelles technologies) ou sur le site de la conférence *Tools of Change*[5], Tim O'Reilly est toujours présenté en termes mélioratifs et parfois même comme un « oracle » [6] (sic). Autrement dit : il est l'indice d'un travail sémiotique et discursif pour l'instituer comme *Maître de Vérité*.

Une « expertabilité »

Lui-même assure le rôle qu'il lui a été implicitement donné. Sa page personnelle[7] sur son entreprise est à ce titre édifiante : son expertise s'impose d'emblée. C'est une anthologie personnelle (« I decided to create a page ») qui démontre visuellement son autorité et organise une matière disparate autour d'un seul énonciateur. En effet, il y a rassemblé toutes ses interventions publiques qu'il a réparties selon leur genre (articles, entretiens, vidéos, billets). Certaines sont éditorialisées : O'Reilly les a réunies sous de nouveaux titres en gras (« Tim's Best », « Some pieces on Web 2.0 and the enterprise », « The Publishing Point

[3] Source : http://www.oreilly.com/tim/short-bio.html. Toutes les sources ont été consultées le 10 mars 2017.

[4] Source : http://radar.oreilly.com/tim

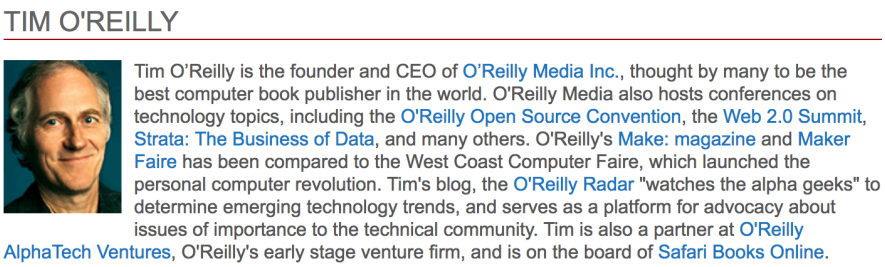
[5] Source : http://toc.oreilly.com/tim

[6] Voir : http://www.oreilly.com/about/

[7] Voir http://www.oreilly.com/tim/index.html

Interviews »). Cette « énonciation éditoriale » (Jeanneret et Souchier, 2007) remplit un rôle d'orientation de l'horizon de lecture : donner à lire son parcours sous des thématiques qui lui ont permis d'émerger socialement comme un expert et comme une figure quasi-mantique.

On trouve trace de ce statut dans les biographies dispersées sur l'ensemble des sites précédemment mentionnés. La formule suivante revient systématiquement (voir figure ci-dessous), en parlant du blog d'O'Reilly : « [it] determines emerging technologie trends, and serves as a plateform for advocacy about issues of importance to the technical community ».


TIM O'REILLY

Tim O'Reilly is the founder and CEO of O'Reilly Media Inc., thought by many to be the best computer book publisher in the world. O'Reilly Media also hosts conferences on technology topics, including the O'Reilly Open Source Convention, the Web 2.0 Summit, Strata: The Business of Data, and many others. O'Reilly's Make: magazine and Maker Faire has been compared to the West Coast Computer Faire, which launched the personal computer revolution. Tim's blog, the O'Reilly Radar "watches the alpha geeks" to determine emerging technology trends, and serves as a platform for advocacy about issues of importance to the technical community. Tim is also a partner at O'Reilly AlphaTech Ventures, O'Reilly's early stage venture firm, and is on the board of Safari Books Online.

Figure 1 - La biographie de Tim O'Reilly sur le site de Tools of Change[8]

Dans l'ancien modèle (de Flichy), on y aurait vu une entreprise utopique. Dans la perspective de Veyne, nous sommes en présence d'indices de programmes de vérités divinatoires : ils consistent à puiser dans un ensemble de signes (les « tendances », « trends ») des éléments d'actions et d'orientations pour une communauté donnée, clairement identifiée, qu'il représente. Autrement dit : Tim O'Reilly est un *maître* de sa *communauté de discours* ; il tire son *affordance* de son expertabilité c'est-à-dire d'une expertise collectivement mise en signe. En effet, sa biographie est identique sur tous les sites : on peut considérer à titre d'hypothèse que nous avons affaire à une même *communauté* qui défend le même *programme de vérité*.

Un même programme de vérité

Quel est ce programme ? Il est dans le texte inaugural d'O'Reilly du 30 septembre 2005 (« What is web 2.0 ? »[9]), retouché plusieurs fois[10]. Ces remaniements sont l'indice et la preuve d'une *communauté de discours* en voie de constitution : c'est un **processus conjoint d'ajustement qui a permis au Maître et à la communauté d'émerger**. « What is web 2.0 » est

[8] Source : http://toc.oreilly.com/tim

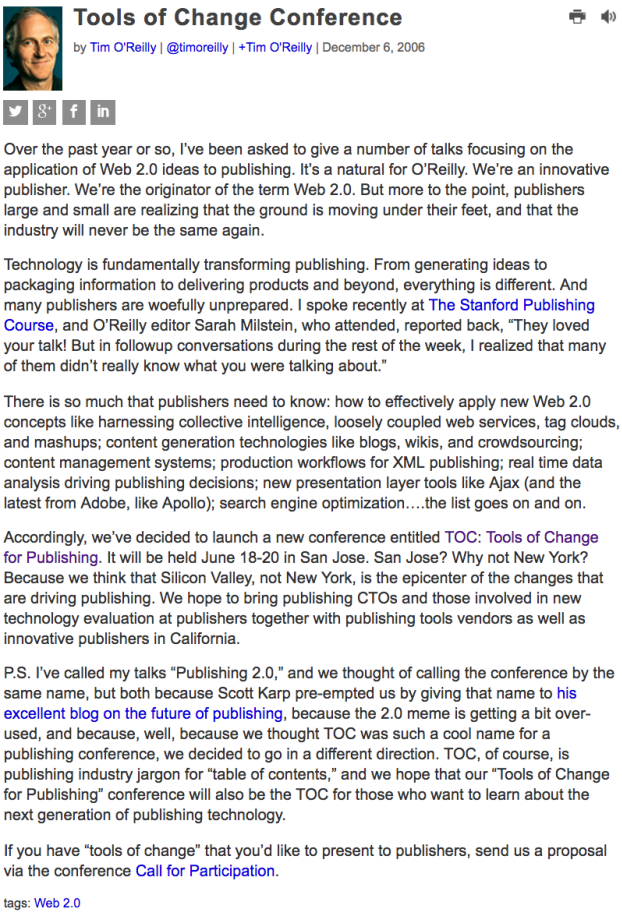
[9] Source : http://www.oreilly.com/pub/a//web2/archive/what-is-web-20.html

[10] Source : http://radar.oreilly.com/2006/12/web-20-compact-definition-tryi.html

une *matière textuelle* devenue un impensé à force de négociations. Le nouveau texte daté du 10 décembre 2006 (« ») propose cette définition :

> Web 2.0 is the business revolution in the computer industry caused by the move to the internet as platform, and an attempt to understand the rules for success on that new platform. Chief among those rules is this: Build applications that harness network effects to get better the more people use them. (This is what I've elsewhere called "harnessing collective intelligence.")

Comme on l'apprend plus loin, les « règles du succès » (« rules for success ») reposent sur l'« intelligence collective », sur les données récoltées et sur un ensemble de technologies alors émergentes. C'est en partie le programme annoncé le 6 décembre 2006 des *Tools of Change* :



Tools of Change Conference

by Tim O'Reilly | @timoreilly | +Tim O'Reilly | December 6, 2006

Over the past year or so, I've been asked to give a number of talks focusing on the application of Web 2.0 ideas to publishing. It's a natural for O'Reilly. We're an innovative publisher. We're the originator of the term Web 2.0. But more to the point, publishers large and small are realizing that the ground is moving under their feet, and that the industry will never be the same again.

Technology is fundamentally transforming publishing. From generating ideas to packaging information to delivering products and beyond, everything is different. And many publishers are woefully unprepared. I spoke recently at The Stanford Publishing Course, and O'Reilly editor Sarah Milstein, who attended, reported back, "They loved your talk! But in followup conversations during the rest of the week, I realized that many of them didn't really know what you were talking about."

There is so much that publishers need to know: how to effectively apply new Web 2.0 concepts like harnessing collective intelligence, loosely coupled web services, tag clouds, and mashups; content generation technologies like blogs, wikis, and crowdsourcing; content management systems; production workflows for XML publishing; real time data analysis driving publishing decisions; new presentation layer tools like Ajax (and the latest from Adobe, like Apollo); search engine optimization….the list goes on and on.

Accordingly, we've decided to launch a new conference entitled TOC: Tools of Change for Publishing. It will be held June 18-20 in San Jose. San Jose? Why not New York? Because we think that Silicon Valley, not New York, is the epicenter of the changes that are driving publishing. We hope to bring publishing CTOs and those involved in new technology evaluation at publishers together with publishing tools vendors as well as innovative publishers in California.

P.S. I've called my talks "Publishing 2.0," and we thought of calling the conference by the same name, but both because Scott Karp pre-empted us by giving that name to his excellent blog on the future of publishing, because the 2.0 meme is getting a bit over-used, and because, well, because we thought TOC was such a cool name for a publishing conference, we decided to go in a different direction. TOC, of course, is publishing industry jargon for "table of contents," and we hope that our "Tools of Change for Publishing" conference will also be the TOC for those who want to learn about the next generation of publishing technology.

If you have "tools of change" that you'd like to present to publishers, send us a proposal via the conference Call for Participation.

tags: Web 2.0

***Figure 2 – Le programme inaugural des Tools of Change*[11]**

Là encore, nous sommes face à une *matière textuelle* d'une *communauté de discours* dont O'Reilly est le *Maître*. Il se présente en effet comme le représentant désigné (« I've been asked ») d'un programme en devenir qui s'appuie sur celui de « Web 2.0 Compact Definition : Trying Again » qu'on retrouve dans le troisième paragraphe. S'il n'avait pas encore été

[11] Source : http://radar.oreilly.com/2006/12/tools-of-change-conference.html

matérialisé – il est daté du 10 décembre 2006 –, le *programme* était stabilisé, présent dans celui d'une autre *matière textuelle* : « Tools of Change Conference ». Parce qu'il a déjà fait l'objet d'une élaboration consensuelle, O'Reilly peut s'y référer en multipliant les **énoncés gnomiques** (« Technology is fundamentally transforming publishing », par exemple), **doxiques** (« publishers large and small are realizing that the ground is moving under their feet ») et **axiologiques** (« many publishers are unprepared »). C'est bien la raison pour laquelle ils ne sont pas discutés : ils ont subi au préalable un processus de naturalisation. Le *programme* d'O'Reilly est bien celui d'une *communauté* qui le reconnaît comme *Maître de vérité*.

Formes/force d'un Maître et relayeurs de vérité

Ses programmes, ses biographies et sa photographie ont une fonction sémiotique et pragmatique : ils présentifient O'Reilly, comme l'a bien montré Louis Marin dans *Le Portrait du roi* (Minuit, 1981) de Louis XIV. Ces *matières textuelles* dispersées sur l'ensemble des sites assurent la présence du *Maître de vérité*, dont le corps est absent : ce sont des *matières textuelles territorialisantes**[12]. Mais **cette présentification est re-présentation : elle est présence vivante, réelle**, assurée par plusieurs éléments, qu'on trouve dans les deux textes programmatiques mentionnés plus haut : l'énonciation verbale (O'Reilly parle toujours en son nom) ou iconographique (photographie d'O'Reilly) qui situe l'espace et le temps autour de la figure du Maître de vérité ; la description réaliste du monde de l'entreprise et de l'édition (présent de vérité générale, liste, jugements, etc.), qui s'apparente à une hypotypose ; enfin, les commentaires sous chaque article, qui fabriquent une dynamique conversationnelle.

Deuxième caractéristique de cette présence : **la transformation de la force en puissance** (Marin, 1981). Tim O'Reilly est un Maître de vérité tutélaire : dans un premier temps, son portrait iconisé a servi à asseoir l'autorité de la conférence, des intervenants et du public, comme en témoigne un bandeau (Figure 3) tiré du site de l'édition 2007 dans lequel il apparaît à leurs côtés. **Le Maître de vérité est ici un espace virtuel : il tire son autorité de la force qu'il *pourrait* déployer et de sa capacité à la faire exercer par ses représentants ou relais.** Les *relayeurs de vérité**exercent leur office au sein d'une même *communauté de discours*.

[12] L'astérisque indique l'enrichissement d'un concept qui émerge à l'issue d'une analyse.



Figure 3 – Un bandeau de présentation des Tools of Change 2007[13]

Consécration de cette présence : sa dissolution. En 2008, le programme de vérité d'O'Reilly se transforme énonciativement. Dans le texte inaugural de *Tools of Change*, on trouve la formule suivante en tête du deuxième paragraphe : « Technology is fundamentally transforming publishing. » Or, l'à propos des *Tools of Change* 2008 la reprend, sans citer son auteur :

> About TOC
>
> Driven by the Internet, technology is fundamentally transforming publishing. Creation, development, production, distribution, and consumption have all been touched by the changes and challenges that have accompanied the greatest shifts in publishing since the printing press. Which technologies are important? Which provide exciting business opportunities? And what are the strategic questions you need to consider in adopting new models?
>
> O'Reilly's Tools of Change for Publishing division seeks to connect the people, companies, and organizations asking and answering the questions that will define the future of publishing. (TOC is a nod to the term publishing vets will recognize as referring to the Table of Contents of a book -- a deliberate choice signaling our intent to set the agenda for the future of publishing.)

Figure 4 – L'à propos des Tools of Change 2008[14]

Cet énoncé est devenu une forme gnomique, ces petites sentences formulées au présent de vérité générale qui circulent socialement sans auteur et sans aucune trace d'opérations de fabrication. Elle témoigne d'un *programme* totalement assimilé : il n'est plus porté par un *Maître de Vérité* mais par une *communauté de discours* qui le reconnaît et s'y reconnaît.

Tools of Change (2007-2013) : programmes, structuration et Maîtres de vérité

Programmes de vérité des Tools of Change de 2007 à 2013

Quel est le programme déployé par *Tools of Change* de 2007 à 2013 ? Dans quelle mesure correspond-il à celui de Tim O'Reilly ? On peut tenter de dégager quelques lignes discursives, en se fondant sur les petits textes de présentation qui précédaient chaque conférence. Ces *matières textuelles* sont les *artefacts* d'une *communauté de discours*, autrement dit sa *vérité.*

[13] Source : http://conferences.oreillynet.com/toc2007/

[14] J'ai utilisé InternetArchive pour accéder aux archives graphiques du site. Voir : https://web-beta.archive.org/web/20080920225139/http://toc.oreilly.com:80/about.html

Je propose un balayage très rapide de ces thèmes avant de revenir analytiquement sur quelques points précis, guidées par les questions que nous avons précédemment élaborées :

- En 2007, la présence de Tim O'Reilly, qui est intervenu quatre fois (« Publishing in a Web 2.0 World »[15], par exemple), explique sans doute une stricte application de son programme. On trouve ainsi des conférences sur la question des données, sur le « logiciel social »[16], les besoins des usagers ou les nouvelles stratégies éditoriales.

- en 2008, les intervenants déploient encore les notions d'« intelligence collective », de « longue traîne », de gestion des « données » et de « personnalisation »[17] : ce sont des relais discursifs d'O'Reilly, chargés de fédérer le monde éditorial à ce programme ;

- en 2009, les adresses directes aux éditeurs disparaissent au profit d'un pronom collectif ([18]« we »), qui témoigne sans doute d'un processus communautaire stabilisé. Le programme initial d'O'Reilly n'est plus explicité mais mis en application : aux éditeurs sont proposés des outils techniques pour les aider à faire leur transition ;

- en 2010, de nouveaux thèmes apparaissent : dans le programme annoncé d'une conférence du co-fondateur de l'entreprise O'Reilly[19], le lecteur est ainsi assimilé au nœud d'un réseau dont les traces peuvent faire l'objet d'analyses statistiques.

- en 2011, l'analyse statistique et l'« interactivité » deviennent des thèmes consensuels, impensés, justifiés sans questionnement (par exemple : « costumers expect to interact »[20]) ; les auteurs sont appelés à se saisir de la notion d'O'Reilly (« From

[15] Source : http://conferences.oreillynet.com/cs/toc/view/e_sess/14106

[16] Source : http://conferences.oreillynet.com/cs/toc/view/e_sess/13739

[17] Source : http://www.toccon.com/toc2008/public/schedule/detail/40

[18] Par exemple : https://conferences.oreilly.com/toccon/toc2009/public/schedule/detail/6711

[19] Source : http://www.toccon.com/toc2010/public/schedule/detail/14207

[20] Source : https://conferences.oreilly.com/toccon/toc2011/public/schedule/detail/18019

Gutenberg to Zuckerberg »[21]) ; la matérialité de la page imprimée est questionnée[22] à partir du programme du *Maître* (passer du PDF à XML, passer de la fixité au mouvant) ;

- en 2012, ce programme se radicalise par endroits : la page devient la figure métonymique de la culture imprimée, qu'il s'agit désormais de dépasser (« The Death of the Page, the Dawn of Digital »[23]) ; de manière générale, les intervenants appellent à adapter les technologies de navigation de cette culture à la culture numérique ;

- en 2013, la formule « 2.0 » disparaît au profit de « social »[24]. Cette transformation discursive s'accompagne d'une multiplication des conférences destinées aux auteurs (comment augmenter ses ventes, structurer un lectorat) et de plaidoyers pour une reconnaissance de la nouvelle matérialité du livre (« Books as API »[25], entre autres).

De cette lecture des textes de présentation des *Tools of Change* on peut tirer quelques enseignements : d'abord, **le programme d'O'Reilly est en grande partie respecté** (XLM, API, intelligence collective) ; ensuite, il bénéficie d'**effets d'opportunisme : il s'adapte à ce qui est reconnu, à un moment donné, comme efficace** (la notion de « social web » s'impose autour de 2010[26]). Autrement dit : il bénéficie d'effets d'ajustements qui le rendent lisible socialement, pour ne pas dire évident, consensuel, parce qu'il suit une tendance généralisée.

Si le programme des Tools of Change est si respectueux du programme initial d'O'Reilly c'est parce qu'il a fait l'objet de cadrages. En effet, la première version[27] de la page d'accueil de l'édition 2007 de Tools of Change comportait un appel à participation dont les exigences

[21] Source : ly.com/toccon/toc2011/public/schedule/detail/17578

[22] Source : http://www.toccon.com/toc2011/public/schedule/detail/18486

[23] Source : http://www.toccon.com/toc2012/public/schedule/detail/21847

[24] Source : http://www.toccon.com/toc2013/public/schedule/detail/27616

[25] Source : http://www.toccon.com/toc2013/public/schedule/detail/27113

[26] Les deux termes (« 2.0 », « social ») sont en concurrence mais ce dernier semble s'imposer. Voir Millerand F. Proulx S. et Rueff J.(2010). *Web social : mutation de la communication.* Presses de l'Université du Québec..

[27] J'ai utilisé Internet Archive pour travailler de manière diachronique. Voir : https://web.archive.org/web/20061208041032/http://conferences.oreillynet.com/cs/toc/create/e_sess/

étaient très claires. Les propositions devaient porter sur les nouveaux modèles économiques, marketing, entrepreneuriaux, techniques, juridiques dans l'édition numérique. Un formulaire suivait ce premier cadrage : il demandait aux futurs conférenciers de renseigner un certain nombre de champs (type d'intervention, résumé, etc.). C'est manifestement un *architexte* qui contraint les énonciateurs à produire un énoncé en conformité avec la *communauté de discours* à qui il est adressé. Cet outil transforme donc les paroles en langue : il *institutionnalise* des actes individuels en les conformant aux matières textuelles de cette communauté par le truchement d'un dispositif technique qui définit implicitement des règles d'appartenance. Sans grande surprise, les conférences proposées répondent au programme de Tim O'Reilly de 2007 à 2013 : le programme renvoie aux conférences parce que les conférences renvoient au programme. **C'est bien de cette circularité tautologique que le programme tire sa vérité**.

Il bénéficie enfin d'effets d'autorité et de visibilité : la structuration du site Internet est presque restée inchangée d'un point de vue technique, verbal et iconique. Or, elle donne une place centrale à ce programme, aux conférenciers et aux sponsors. Le menu, par exemple, comporte un onglet « programme » (« program ») à partir duquel le lecteur peut accéder à la liste des conférences, à la biographie des conférenciers et à leur présentation. La communauté choisit ainsi d'incarner le programme d'O'Reilly en donnant corps aux *relayeurs de vérité* :

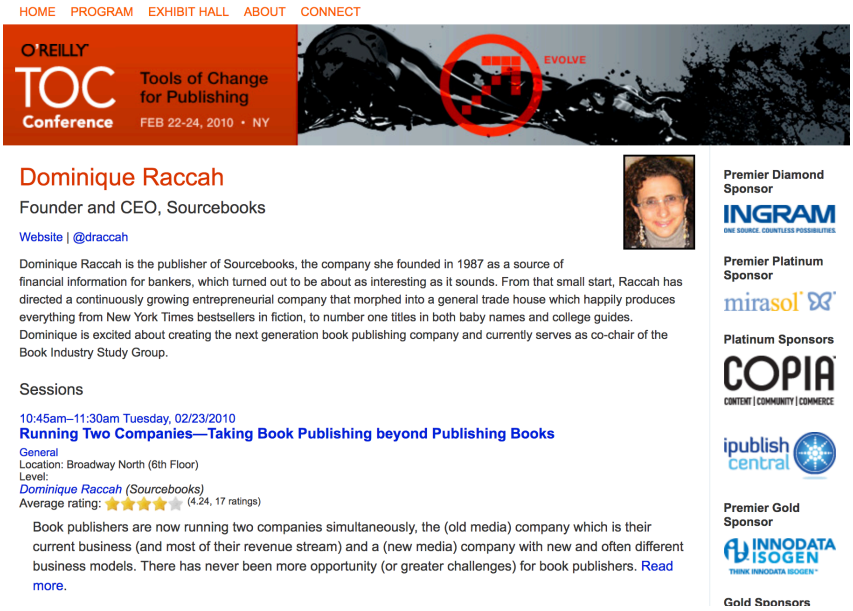


Figure 5 – Capture d'écran de la page d'un des conférenciers de l'édition 2010[28]

[28] Source : https://conferences.oreilly.com/toccon/toc2010/public/schedule/speaker/66246

Toutes les biographies présentes sur l'ensemble des éditions ont à peu près la même forme : elles sont écrites à la troisième personne, comme si l'énonciateur avait cherché à effacer les marques de subjectivité pour objectiver l'énoncé. Il comporte essentiellement des indications sur l'*apparence* (Goffman*)*, c'est-à-dire le statut social du conférencier (« Founder », « CEO »). Le passage d'un poste à l'autre, toujours précisé, a une fonction de légitimation : tel conférencier a le droit de parler parce qu'il a démontré qu'il était capable de s'adapter aux transformations du monde, comme l'incarne le programme d'O'Reilly. Les votes du public (quatre étoiles sur 5 pour la conférence citée ci-dessus) viennent ratifier la participation de la conférencière, c'est-à-dire son degré de conformité avec le programme fixé par O'Reilly. Encore une fois, la boucle est bouclée : la conférence répond au programme parce que le programme a imposé un format à la conférence qui elle-même est validée par le public…

Maîtres de vérité et figures tutélaires du programme d'O'Reilly

Ce programme porte la marque de plusieurs Maîtres de Vérité, dont certains ont même été oubliés. **D'autres Maîtres sont représentés mais absents** : c'est par exemple le cas de Bob Stein, directeur de *l'Institut pour le Futur du Livre*, qui a développé avec une équipe la notion de « networked book », à partir de la théorie hypertextuelle de Ted Nelson, et un logiciel d'annotation des textes, *CommentPress*. Pour l'édition 2008, l'un de ses collaborateurs (Ben Vershbow) était chargé de relayer son *programme* dans les *Tools of Change* (« Books as conversation »[29]). Dans sa perspective, les marges sont comparées à des espaces publics dans lesquels les lecteurs entretiennent un dialogue. Si ce programme a pu investir un lieu tel que *Tools of Change*, c'est parce qu'il est compatible avec celui d'O'Reilly (qui se réfère en permanence à l'« intelligence collective ») : on parlera à leur sujet de **programmes de vérité compatibles*** à partir desquels sont articulées de nouvelles *communautés de discours*.

Kevin Kelly et Henry Jenkins sont des **Maîtres occasionnels** : ils apparaissent respectivement dans l'édition 2011 et 2013 des Tools of Change. Ils ont aidé à structurer les industries du web : fondateur de *Wired*, le premier est connu pour avoir largement contribué à la diffusion en entreprise des thèses de la contre-culture américaine (Turner, 2013) favorable à un renversement sociétal reposant sur l'informatique. Dans sa conférence datée du 16 février 2011, Kelly fait des livres « 2.0 » des « conversations » : ils seraient en adéquation avec la structure

[29] http://www.toccon.com/toc2008/public/schedule/detail/1657

même du web, constitué de liens reliés entre eux. Henry Jenkins est un universitaire américain : professeur au MIT, il a contribué à la légitimation de la formule « 2.0 » et a offert un programme durable aux industries du web à travers la notion d'« emporwerment » (Bouquillion et Matthews, 2010). Dans un entretien daté du 13 février 2014[30], Jenkins défend ses thèses sur le « transmedia » assimilé à une « conversation » (sic) entre supports médiatiques. La culture imprimée est également associée à un modèle vertical, par opposition à la culture horizontale du web collaboratif. C'est précisément le programme d'O'Reilly et notamment des *Tools of Change* : la page et le support imprimé sont des figures métonymiques d'un ancien monde. On perçoit un **axe programmatique de vérité*** qui finit par s'organiser autour de cet artefact. Comment expliquer une telle convergence ? Tous se réfèrent à la « conversation » ou au « dialogue ». Le texte de Tim O'Reilly (« What is Web 2.0 ») contient lui-même des références à ces notions résumées dans une métaphore : le « cerveau global » (« global brain »). Dans sa perspective, le web est un « dialogue mental » (« mental chatter ») et une « voix intérieure ».

Ces thèses sont d'inspiration cybernétique et cognitiviste : elles doivent à plusieurs **Maîtres de vérité archaïques** dont certains se sont suffisamment lus pour construire des axes programmatiques. À partir de la cybernétique de Wiener et des travaux de Bateson sur la conscience, McLuhan a par exemple construit sa théorie communicationnelle du support : il considérait ainsi que les hommes étaient reliés par un même système nerveux grâce aux télévisions, aux transistors et aux machines informatiques. Or, cette théorie est au cœur du programme de vérité de Bob Stein, l'un des Maîtres absents de *Tools of Change*, qui s'est souvent référé à McLuhan[31] pour fabriquer ses artefacts. On le trouve également chez O'Reilly.

Des passeurs de vérité* ont travaillé à l'articulation de ces programmes de vérité ; Steward Brand est l'un d'eux. Méconnu, il aurait pourtant eu un rôle fondamental dans le croisement de la contre-culture américaine, de la cybernétique et de l'informatique (Turner, 2012). Liberté d'entreprendre, renversement des pouvoirs et convergence médiatique : le programme d'O'Reilly est une actualisation de cette synthèse qu'on trouve défendue dès les années 90 dans *Wired*, fondé par un intime de Steward Brand, Kevin Kelly, qui intervint également aux *Tools of Change*. Mais Tim O'Reilly a des liens beaucoup plus explicites avec Steward Brand. Le

[30] Source : http://www.toccon.com/toc2013/public/schedule/detail/27069.

[31] Voir par exemple cette vidéo dans laquelle Bob Stein propose d'expliquer McLuhan : https://player.vimeo.com/video/18537274.

5 septembre 2012, il participa ainsi à un séminaire organisé par ce dernier, qui se chargea de résumer son intervention (« Birth of the Global Mind »[32]). Steward Brand fait mine de résumer telle quelle la pensée d'O'Reilly, en multipliant les marqueurs du discours rapporté (« he says », citations), mais il ne choisit que quelques éléments d'une intervention d'une heure et trente minutes : ceux qui lui permettent de créer une filiation naturelle entre la contre-culture américaine et le « Web 2.0 ». Autrement dit : plus qu'un *passeur de vérité*, Brand est un *généalogiste de vérité**, comme en témoigne l'évocation d'une lecture antique d'O'Reilly sur la Grèce du IVème siècle av. J.-C qui aurait influencé sa conception du « cerveau global ».

Candide « 2.0 » : circulation et matérialisation d'un programme de vérité

Introduction

Comment ces thèses se sont matériellement incarnées dans des *artefacts* ? *Candide 2.0* hérite en partie des programmes et du régime pragmatique de vérité* institué par *Tools of Change*. En effet, l'un de ses maîtres d'œuvre est Ben Vershbow, conférencier à *Tools of Change*, pour qui les livres sont des « conversations », comme le pensaient déjà O'Reilly et d'autres Maîtres de vérité. Or, Ben Vershbow est le directeur du NYPL Labs, le laboratoire d'expérimentations de la New York Public Library, qui lança en 2010 un nouveau projet éditorial : *Candide 2.0*.

Candide 2.0 se présente comme un dispositif d'annotation de texte, qui repose techniquement sur l'architecture de *Digress.it*, un plugin pour Wordpress présenté comme une déclinaison de *CommentPress*, le logiciel développé par l'équipe de Bob Stein (identifié comme un Maître occasionnel pour qui les livres sont des « conversations », rappelons-le). Il permet de découper le texte de Voltaire en chapitre que les lecteurs sont appelés à commenter dans les marges. Avant d'analyser le dispositif, en recourant à différentes sémiotiques, je m'attarderai sur le texte de présentation du projet, pour savoir si nous avons affaire à une autre *communauté de discours*.

[32] Source : http://longnow.org/seminars/02012/sep/05/birth-global-mind/

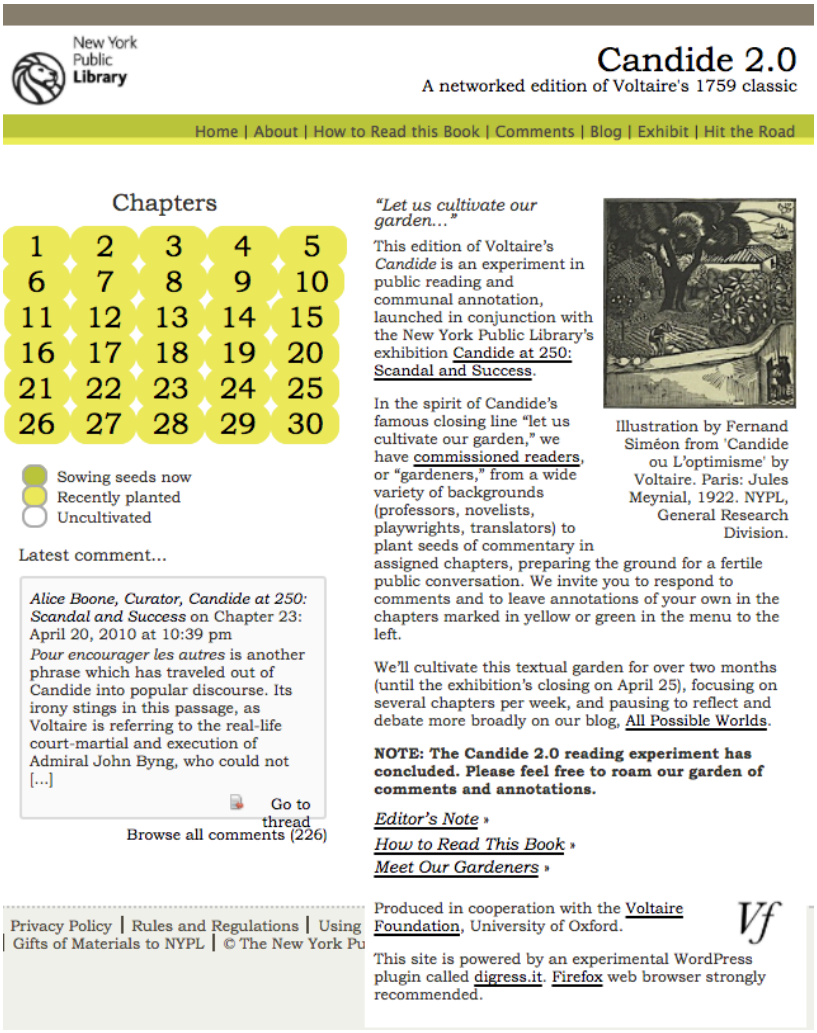


Figure 6 – Page d'accueil de Candide 2.0

Une altération du programme de Tim O'Reilly

Ce petit texte témoigne d'une *altération* (Jeanneret, 2014) du *programme de vérité* d'O'Reilly : il ne s'agit en effet plus d'ouvrir le texte au tout venant mais d'en préparer la circulation sociale (« preparing the ground for a fertile public conversation »), en s'appuyant sur un fonctionnement vertical, contraire à l'horizontalité du « Web 2.0 ». Ainsi, différents professionnels (universitaires, traducteurs, entre autres) ont été réquisitionnés pour faire ce travail préparatoire. L'énonciateur fait appel à une métaphore, classique dans l'histoire de la lecture et des textes religieux, pour qualifier cette entreprise : les lecteurs sont comparés à des jardiniers (« gardeners ») qui cultivent la terre du livre en plantant des graines (« seeds »). L'annotation remplit ici une fonction d'encadrement de l'interprétation : la lecture ne peut s'épanouir que dans la médiation. Nous sommes ici loin de la transparence promise par le « Web 2.0 » et bien en présence d'une nouvelle *communauté de discours* qui définit d'autres normes et règles. Pour autant, le programme d'O'Reilly et des autres Maîtres est bien présent :

ainsi dans l'à propos du site on retrouve bien l'idée que les marges sont des espaces publics qui favorisent la communication (« margins themselves as a way to communicate with other readers in this public forum. »). Indice d'un passage d'un programme dans un nouvel espace discursif.

Le *programme de vérité* de cette communauté s'appuie sur trois éléments (Jeanneret, 2014) pour asseoir son autorité : le *piège*, d'abord, qui consiste à capter la mémoire des formes pour s'approprier les valeurs attachées aux propriétés nobles du support matériel, comme cette illustration de Candide de 1922 (Figure 6). Déplacée de son contexte énonciatif initial, cette illustration devient un nouveau signe : c'est un *avatar* qui ne sert plus seulement à illustrer une sentence de Voltaire (« Lets us cultivate our garden ») mais à inscrire le projet dans une continuité herméneutique. De ces transformations naît enfin une *chimère*, un assemblage de signes ou, dans notre cas, un assemblage contradictoire de plusieurs programmes de vérité, soit une **ligne programmatique divergente*** qui se distingue de l'**axe programmatique*** (convergence consensuelle). La *ligne programmatique divergente* du projet est la suivante : marges comme conversations [*Tools of Change*] encadrées par des autorités [*Candide 2.0*].

Programme altéré dans le dispositif : analyse sémiotechnique

Comment ces différents programmes s'articulent-ils dans le dispositif ? Comment est mise en signe la confiance ? Quelles compétences sont valorisées ? Pour répondre à ces questions, je propose de mener maintenant une analyse dite « sémiotechnique » du logiciel d'annotation :

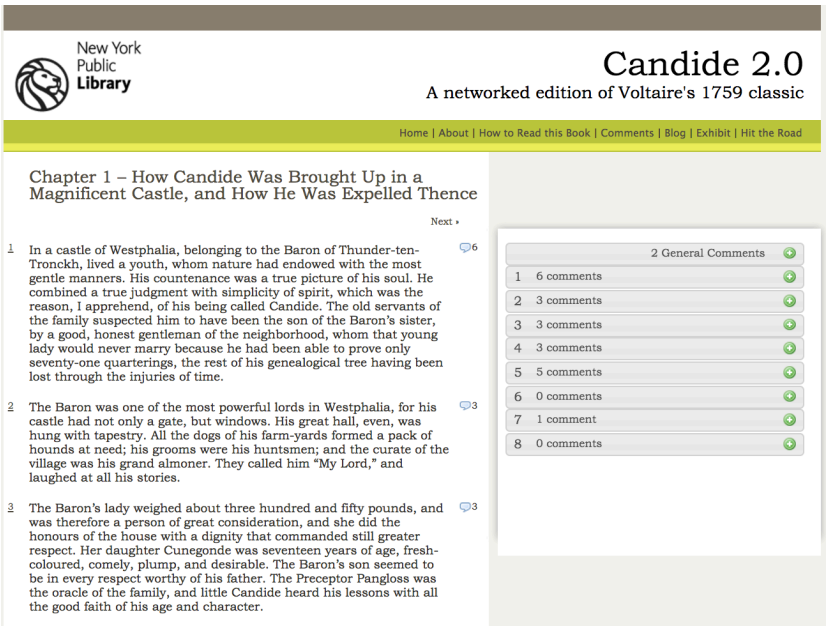


Figure 7 – Premier chapitre de Candide 2.0

Le premier chapitre de Voltaire est découpé en paragraphes qui forment chacun une unité à commenter dans un « cadre-document » (Souchier, 1999) au centre. À côté de chacun d'eux, un signe (phylactère) indique le nombre de commentaires produits par les usagers. Il sémiotise l'ambition dialogique du dispositif, typique du « web 2.0 ». Le cadre-document à droite permet d'accéder aux commentaires, répartis par paragraphe. Il est continuellement présent à l'écran, malgré la longueur du texte. Ainsi, ce dernier ne peut pas être lu sans que le lecteur ne soit incité à activer les commentaires : ils forment une unité visuelle et technique indissociable. L'activation du signe « + » déplie l'ensemble des commentaires de chaque paragraphe (il est également possible de commenter le chapitre sans cibler un paragraphe en particulier) :



Figure 8 – Activation du signe « + »

Chaque annotateur est identifié par un nom (l'anonymat est possible) et peut préciser sa fonction. Dans ce cas, le directeur de la Fondation Voltaire a par exemple écrit un commentaire sur le premier chapitre. Le logiciel met en forme son énoncé, d'un point de vue graphique et énonciatif : il ajoute en effet automatiquement le verbe « says » dans une stratégie de délégation énonciative. Chaque annotation s'inscrit une nouvelle fois dans un régime dialogique. En activant le lien, j'accède à l'ensemble des commentaires et des commentateurs du texte, à une liste de « jardiniers », dont certains sont présentés sur une page à part[33]. Décorrélés du texte, les commentaires peuvent être retrouvés en contexte en cliquant sur « go to thread » (en bas) :

[33] Source : http://candide.nypl.org/text/gardeners

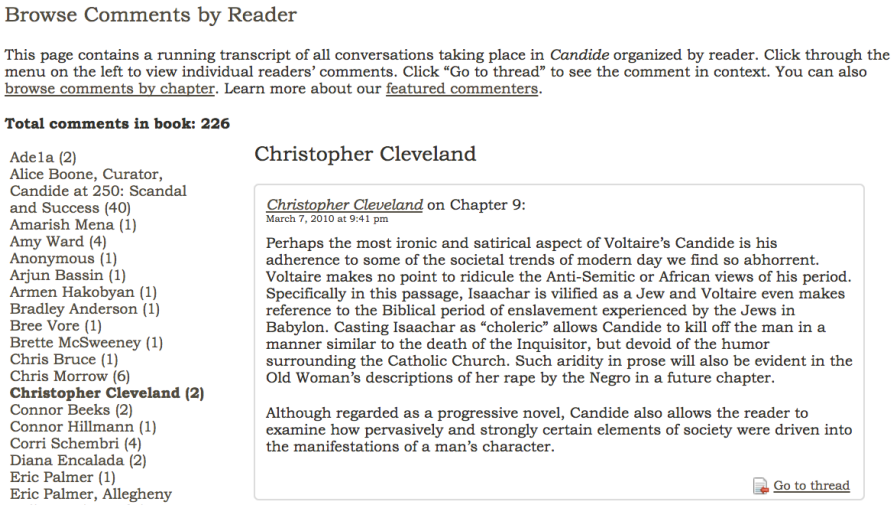
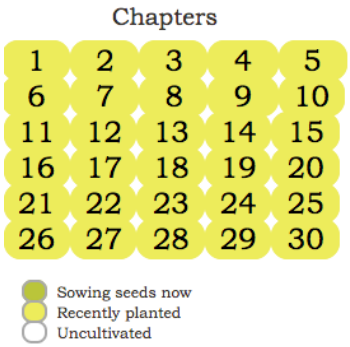


Figure 9 – Lise de tous les commentaires et commentateurs du projet[34]

Ces allers-retours permanents ne sont pas anodins : ils créent du sens (c'est pourquoi on préfèrera l'appellation « signe passeur » à « lien hypertexte »). C'est comme si l'entièreté du texte était contenu dans une seule annotation, dans la mesure où elle renvoie techniquement à lui et qu'elle donne accès à l'ensemble des commentaires. Ce dispositif répond au programme énoncé en introduction : pour reprendre la métaphore végétale, l'annotation contient en germe le dispositif entier. Les technologies de navigation le confirment. Chaque fois qu'un commentaire était produit dans un chapitre, l'état chromatique de ce dernier se modifiait :



Autrement dit : les annotateurs avaient une fonction directe sur le dispositif. À partir de leurs « actèmes » (Bouchardon, 2011), soit le résultat d'un geste avec une interface, ils en modifiaient l'apparence. Gestuellement et énonciativement, ils ratifiaient le *programme de vérité* de Candide 2.0. Certes, on trouve bien des **traces programmatiques*** de Tools of Change, comme des marques énonciatives (« says ») et des simulacres de conversation (phylactère). Mais ce

[34] J'ai utilisé InternetArchive pour accéder aux archives graphiques du site. Voir : https://web-beta.archive.org/web/20080920225139/http://toc.oreilly.com:80/about.html

programme a été négocié pour satisfaire les exigences d'une nouvelle *communauté de discours*, plus universitaire, dont les critères de légitimation passent par une validation entre pairs.

Conclusion partielle : un « outil de vérité »

Candide 2.0 s'appuie ainsi sur des technologies dites « 2.0 » mais les articule à des attentes de verticalité : si le dispositif finit par s'ouvrir à un plus large public, c'est après avoir été investi par des professionnels du savoir, parmi lesquels des membres de la Fondation Voltaire. Ces **gardiens de vérité*** des *communautés de discours* contrôlent l'interprétation des *matières textuelles*. Cela dit, ils sont en prise avec un logiciel qui a sa propre logique et qui structure en partie leur *programme* et leur *vérité*. La phrase de Voltaire (« Il faut cultiver notre jardin ») se trouve ainsi écartelée entre plusieurs *programmes de vérité*, dont **on peut entendre les bruissements au sein des artefacts techniques** et dont elle est un symptôme. Bien évidemment, le dispositif ne porte aucune trace explicite de ces débats : il se présente dans l'évidence d'un « outil de vérité » (Robert, 2010), comme un simple marteau, alors que nous avons bien vu qu'il configurait techniquement le statut des usagers, leurs gestes et leur parole. Cette évidence produit un curieux effet. En effet, Voltaire nous invite à nous tourner vers le quotidien, en nous défaisant des spéculations métaphysiques pour trouver la vérité en nous. Or, le dispositif renoue paradoxalement avec cette activité spéculative en encadrant toute prise de parole qui ne viendrait pas d'un *gardien de vérité* (un universitaire, un traducteur).

Conclusion générale : des communautés de vérité

Il n'y a pas d'impensé sans travail de naturalisation : avant d'être impensé, un discours est *surpensé*, débattu, questionné. Progressivement, parce qu'il est justifié aux yeux de ses destinataires – c'est le leur –, un discours est soustrait au débat public. Pour l'incarner, des *Maîtres de vérité* sont institués, qui délèguent leur pouvoir à des *relayeurs de vérité* : ils sont la part visible de processus invisibles, si l'on ne se prête pas à une enquête archéologique. Elle conduit à identifier de *programmes de vérité*, défendus par les Maîtres, qui héritent parfois d'anciens programmes, que des *passeurs* et des *généalogistes de vérité* ont portés à leur sagacité. En créant *Tools of Change for Publishing* de 2007 à 2013, Tim O'Reilly n'a pas seulement importé le programme du « Web 2.0 » dans le monde éditorial : il a charrié, bien plus, les programmes de la contre-culture américaine, de la cybernétique et de la communication. L'ensemble de ces acteurs forment une *communauté de discours* qui produit des *matières textuelles* (bandeaux publicitaires, résumés de programmes, conférences, etc.) ; ses membres partagent des valeurs, des compétences qu'ils font valoir auprès d'une société capable d'en reconnaître le *programme* parce que c'est en partie le sien. En effet, toute *communauté de discours* s'ajuste à un horizon d'attente pour se voir légitimée et validée. En passant d'un espace médiatique à un autre (de *Tools of Change* au projet *Candide 2.0*, par exemple), les *programmes de vérité* s'altèrent : d'une part, ils se transforment énonciativement et s'ajustent à leur nouvelle *communauté de discours* ; d'autre part, ils portent la trace de négociations au sein même des *matières textuelles* (logiciels, textes de présentation, etc.) qui les matérialisent. Les effets de ces zones de frottement entre les *programmes de vérité* sont d'autant plus puissants qu'ils sont discrets : ainsi, ils participent à la réélaboration de notre patrimoine culturel dont rendent compte les micro-ajustements des *communautés de vérité*.

Bibliographie

Bouchardon S. (2011). « Des figures de manipulation dans la création numérique », *Protée* (39). 37-46

Bouquillion P. et Matthews J.T (2010). *Le Web collaboratif. Mutations des industries de la culture et de la communication*, Grenoble : PUG.

Detienne M. (2006). *Les Maîtres de Vérité dans la Grèce archaïque*. Paris : Le Livre de proche.

Detienne M. et Vernant J. -P. (2009). *Les ruses de l'intelligence : La mètis des Grecs*, Paris : Editions Flammarion.

Jeanneret Y. (2014). *Critique de la trivialité*, Paris : Éditions Non Standard.

Jeanneret Y. et Souchier, E. (2009). « Énonciation éditoriale » dans Ablali D. et Ducard D. *Vocabulaire des études sémiotiques*. Paris : Honoré Champion.

Krippendorrf K. (2012). « Le discours et la matérialité de ses artefacts ». *Communication & Langages* (173). 17-42.

Marin, L. (1981). *Le Portrait du roi*. Paris : Les Éditions de Minuit, 1981.

Paveau, M-A. (2015). « Ce qui s'écrit dans les univers numériques ». *Itinéraires. Littérature, textes, cultures* (1).

Robert, P. (2016). *L'Impensé numérique, t.1, Des années 1980 aux réseaux sociaux*, Paris : Editions des archives contemporaines.

- (2014). « Critique de la logique de la "gestionnarisation", *Communication & Organisation*, 45.
- *(2010). Mnémotechnologies, pour une théorie générale critique des technologies intellectuelles*, Hermès, Paris.
- (2009). « Critique de la notion d'imaginaire des TIC. Vieilles catégories (mythe et utopie) et nouveaux outils » dans François Massit-Follea, Amar Lakel et Pascal Robert, *Imaginaire(s) des technologies d'information et de communication*. Paris : Maison des Sciences de l'Homme.

Souchier E. (1999). « Histoires de page et pages d'histoire » dans Anne Zali (dir.), *L'aventure des écritures, t. 3, La page*, Paris, Éditions de la BnF, p. 19-55.

Turner F. (2010). *Aux sources de l'utopie numérique*. Caen : C&F éditions.

Veyne, P. (1983). *Les Grecs ont-ils cru à leurs mythes ? Essai sur l'imagination constituante*. Paris : Éditions du Seuil.