



**Appel à communication pour la 4^e journée d'étude
du Réseau des Jeunes Chercheur.e.s du LabEx ICCA**

**Temps, rythmes et temporalités
dans les secteurs culturels**

Paris - Jeudi 30 avril 2020

Depuis une vingtaine d'années, de nombreux diagnostics (Castells, 1999 ; Virilio, 2009 ; Hartog, 2003 ; 2018) peignent une société de la « modernité tardive » qui serait caractérisée par une accélération sociale du temps (Rosa, 2010). Cette accélération se manifeste par la numérisation et la « plateformesation » de la culture, qui promettent une offre abondante, instantanée et détemporalisée.

Le développement du numérique se traduit notamment, dans le champ des industries culturelles et de la création artistique, par une intensification de la production de contenus et des rythmes de travail des professionnels de ces industries, la multiplication des formats, une réduction du temps de présence des produits et biens culturels dans les lieux de vente, tous secteurs confondus (Bouquillion et Combès, 2011), et des mutations dans les modalités de l'accès aux contenus.

La consommation et l'appropriation de ces biens d'expérience, par définition incertains (Karpik, 2007) et ancrés dans un rapport au temps, reposent sur les expériences de consommation passées et sur la possibilité de bénéficier de temps libre (Bianchi, 2008). Les pratiques culturelles et la consommation des biens symboliques impliquent en effet pour les individus d'y consacrer du temps, ainsi qu'à la recherche et à l'échange d'information, d'avis, de conseils portant sur la nature des contenus et destinés à aider les individus dans leurs choix (Guibert, Rebillard, Rochelandet, 2016 ; Chapelain et Ducas, 2018).

Cette journée d'étude propose d'interroger les modalités de la production, mais également de la consommation et des pratiques culturelles et communicationnelles – et leurs possibles

mutations – au regard du temps. Il s'agira par exemple de se demander comment les rapports entre passé, présent et futur s'articulent de manière spécifique pour les activités culturelles et créatives ? Ou encore, comment les caractéristiques de la temporalité, comme l'instant, la durée, la séquence, le rythme, sont investies et valorisées par les différents acteurs et jouent sur la consommation culturelle ?

Ainsi, nous entendons mener une réflexion collective sur l'articulation entre la dimension temporelle et les implications liées au développement du numérique dans les secteurs culturels, à travers les axes suivants :

1 – Quand les industries culturelles structurent le temps

Un premier axe propose d'étudier la manière dont les acteurs des différentes filières anticipent et se saisissent des contraintes temporelles supposées des publics. Ces dix dernières années ont été particulièrement marquées par le développement des portails numériques supposant une offre de contenus disponibles à la demande : « partout », « tout le temps ». C'est le cas notamment pour la télévision linéaire, dont la programmation peut être envisagée à la fois comme un « art de la rencontre » (Macé, 2003) entre des publics et des programmes, et un « *art de la gestion du temps* » : là où le cinéma suspendrait le temps social, la télévision structurerait notre temporalité (Jost, 2009). Nous pourrions donc nous demander dans quelle mesure la multiplication des canaux de diffusion induite par le numérique reconfigure les discours, les formats, les contenus et leurs rythmes ainsi que leurs modalités de programmation, de diffusion ou d'accessibilité. Par exemple, comment la chronologie – ou chronobiologie (Chantepie et Paris, 2019) – des médias se recompose-t-elle dans ce contexte ?

Dans toutes les filières, l'accélération de la rotation des produits conduit par ailleurs certains acteurs à réaffirmer leur positionnement, comme c'est – par exemple – le cas du libraire indépendant qui se fait l'allié du cycle de longue durée de la production restreinte (Noel, 2018). À cet égard, comment évoluent les stratégies des multiples acteurs au sein de chaque filière, ainsi que les rapports qu'ils entretiennent entre eux ?

2 – Les temporalités des récits

Les œuvres sont elles-mêmes structurées par diverses formes de temporalités. C'est particulièrement le cas des récits sériels, qui, comme le montre Jean Pierre Esquenazi (2016) en s'appuyant sur la distinction d'Émile Benveniste, oscillent entre temps calendaire (la succession des épisodes) et temps historique (celui des événements narrés). Les intrigues peuvent ainsi s'organiser autour de temporalités distinctes, celle d'un ou quelques épisodes, ou bien d'une saison (Mille, 2013). Ainsi, les personnages grandissent, évoluent, sur un temps plus ou moins long. Les récits peuvent aussi s'entremêler aux événements réels et à la vie quotidienne. Comme l'explique Sarah Sepulchre à propos des séries de *networks* américaines (2011), la production en flux tendu permet aux scénaristes de « coller à l'actualité » et de suivre le calendrier social : les personnages, comme les téléspectateurs, fêtent Thanksgiving, Noël ou le Nouvel An. Enfin, le récit lui-même peut être envisagé comme une manière de découper, d'observer ou de voyager dans le temps, à travers divers procédés narratifs comme le flashback ou l'ellipse (Gaudreault, Jost, 1990 ; Beylot, 2005).

Par ailleurs, l'émergence – et le succès – des portails numériques enjoint les producteurs à se tourner vers de nouvelles formes de narration, plus ou moins brèves, tantôt fragmentées, éclatées, voire trans-médiatiques ou interactives. Sans nous prononcer sur le succès de ces stratégies, il nous semble également opportun de nous interroger sur ces formats, leur nouveauté supposée et l'influence du numérique sur les modalités de narration. Nous pourrions également nous demander quels sont les effets produits par ces formes de récits sur leur réception. Ainsi les propositions s'intéressant aux différentes temporalités qui constituent les récits – qu'ils soient fictionnels, sériels, journalistiques, documentaires etc. – sont encouragées.

3 – Les temps de la consécration et de la valorisation

Les industries culturelles et créatives sont traversées par une tension entre histoire et modernité (Bouquillion et Le Corf, 2010), patrimoine et contemporain, classique et nouveauté, cycle long et cycle court (Bourdieu et Delsaut, 1975). La consécration et la valorisation des œuvres se construit sur différentes temporalités, du temps long de la classicisation (Viala, 1993) à celui, plus court, de la médiatisation des nouveautés, en passant par la revalorisation de biens passés redécouverts dans le présent, comme avec l'exemple du vintage ou du customisé (Boltanski et Esquerre, 2017). Les acteurs des industries culturelles s'appuient sur ces différents « horizons temporels de valorisation » dans leurs stratégies (Bullich, 2011), notamment selon la dialectique du tube et du catalogue (Huet et al., 1978 ; Miège, 2000), qui permet, entre autres, aux éditeurs et aux producteurs d'étaler les revenus dans le temps, le fonds de catalogue assurant des revenus réguliers sur le long terme, les tubes apportant une rentabilité à court terme.

La culture numérique et les nouvelles technologies de l'information et de la communication, en portant la promesse d'un fonctionnement en temps réel, d'une instantanéité et d'une accélération des échanges (Schafer (dir.), 2018) sont-elles en train de transformer ces formes de valorisation ? Les réseaux socionumériques (RSN), notamment Facebook, Twitter et Instagram, changent les temporalités de la valorisation des contenus et permettent davantage d'interactivité. Cette interactivité prend notamment la forme d'un essor des pratiques conversationnelles en ligne (Boyd, Golder & Lotan, 2010) permettant à la fois de mettre en valeur les industries et leurs contenus, mais également les publics qui s'en font le relais. Partager les coulisses des tournages, demander leur avis aux publics sur l'évolution de l'intrigue ou proposer des dispositifs de live-tweet durant une émission sont autant de façons d'animer des communautés en ligne, de promouvoir les contenus et de valoriser les producteurs. On observe par exemple ce glissement des modalités de valorisation chez certains acteurs traditionnels de la télévision qui mettent de plus en plus en avant leurs stratégies numériques et l'innovation (Bourdon, 2011), parfois davantage que les contenus diffusés.

Comment penser la tension apparente entre, d'un côté, des rythmes d'usage et de valorisation qui semblent s'accélérer par le biais des technologies numériques et se jouer sur un temps court et événementiel, et de l'autre, des tendances profondes de l'économie de la culture à la valorisation dans le temps long ? Sous quelles formes apparaissent les rapports intimes entre innovation et patrimoine au sein des industries culturelles et créatives ?

4 – Les temps de la consommation et des pratiques culturelles

Les temps dédiés à la consommation et aux pratiques culturelles sont d'ordinaire pensés comme relevant du temps libre, en opposition aux temps contraints de la vie sociale : temps de travail, temps conjugal, temps familial, temps associatif, etc. (Dumazedier, 1974 ; Pronovost, 1998). Mais les consommations culturelles peuvent constituer des supports à des activités qui ne relèvent pas des pratiques culturelles : travail, sport, tâches domestiques. Comment ces activités se croisent, se superposent ou se substituent les unes aux autres ?

Il s'agit également d'interroger la manière dont les temps dédiés aux pratiques culturelles (et donc les lieux et réseaux relationnels qui y sont associés) influent sur la consommation culturelle, dans le quotidien comme l'extraquotidien, que ce soit au domicile, au travail, dans les transports ou sur les lieux de vacances. Les pairs jouent notamment un grand rôle dans la réception de l'offre culturelle par les publics, en l'accompagnant comme en la contraignant, et en ce qu'ils s'intègrent dans des réseaux familiaux et conjugaux (Pronovost, 1993 ; Singly, 2003), professionnels ou amicaux (Bidard, 2012). Comment s'articulent ces activités, entre temps collectif et temps individuel ?

Les pratiques culturelles des publics prennent ainsi place dans différents cadres spatiaux, temporels et relationnels, selon différentes modalités qui interrogent la distribution de ces pratiques culturelles dans l'espace social (Coulangeon, Menger, Roharik, 2002 ; Cardon, Granjon, 2003). Comment l'étude des temps dans lesquels sont prises les pratiques culturelles et de loisirs permet-elle d'en renouveler la compréhension ?

5 – Temporalités et engagements dans la consommation culturelle

Regarder un long film un soir de week-end, faire défiler son fil d'actualités sur les réseaux sociaux avant de se coucher, télécharger un podcast en prévision d'un trajet... Les temps dédiés aux pratiques culturelles interrogent la capacité réflexive des individus à négocier l'usage de leur temps libre, à anticiper et planifier leur consommation, alors qu'ils sont également pris dans des routines, des habitudes et de l'inertie (Dubuisson-Quellier & Plessz, 2013). Cet axe propose de questionner la façon dont les individus choisissent les contenus qu'ils consomment en contexte.

Avec le numérique, l'offre de biens culturels semble en effet se faire infinie (Bonneau & Roberge, 2015) et les contenus sont de plus en plus facilement accessibles pour un coût quasi nul, n'importe où et n'importe quand. Les individus maîtrisent plus facilement leur consommation, pouvant « *binger* » des contenus ou au contraire décider de recréer des routines indexées sur le temps habituellement dévoué à la consommation médiatique ordinaire (Granjon & Combes, 2007 ; Combes, 2013 ; Beuscart, Beauvisage & Maillard, 2012). Puisque la programmation ne contraint plus les publics de la même façon, comment s'organise le temps de la consommation quotidienne ?

Cette abondance s'accompagne également de la promesse de trouver des contenus adaptés, pas toujours choisis pour leurs caractéristiques narratives, leurs personnages, leur tonalité ou leur qualité esthétique, mais aussi parce qu'ils « conviennent » à des moments précis, notamment en termes de format ou de disponibilité. Comment les individus se dirigent-ils vers des biens

culturels en fonction de leur accessibilité à un moment donné (Marty, 2014) ou de leur format ? Comment mobilisent-ils des contenus pour équiper ou pour occuper des moments ?

Comprendre la superposition des activités impose également d'interroger le niveau d'attention (plus ou moins flottant) accordé aux pratiques (Citton, 2014 ; Auray, 2017), selon qu'elles sont des activités de premier plan ou de fond : tweeter et regarder un contenu télévisé, tricoter en regardant une série, travailler et écouter de la musique. Comment s'enchevêtrent et se structurent alors ces différentes consommations ?

6 – Méthodologie

Les enquêtes sociologiques telles que les enquêtes Emploi du temps (Pronovost, 2015), ont permis d'étudier les pratiques culturelles des publics sous un angle inédit : celui du temps passé et de la place que prennent les différentes activités dans le temps global à disposition des individus. Ces enquêtes ont également montré la nécessité et l'intérêt de discuter des enjeux méthodologiques traversés par la question du temps, et notamment les façons de mesurer celui-ci.

Le développement du numérique et des nouvelles technologies favorise également l'émergence de nombreuses questions méthodologiques et montre la nécessité, pour les chercheur.e.s, de s'équiper d'outils permettant d'étudier les industries culturelles sous l'angle du temps. Les communications articulées autour de ces questions – qu'elles traitent de l'analyse de la production, de la réception ou bien des œuvres elles-mêmes – sont donc particulièrement bienvenues.

Informations pratiques

La journée se déroulera le **jeudi 30 avril 2020**.

Pour soumettre une communication, merci d'envoyer **avant le vendredi 24 janvier** une proposition à l'adresse rjc.labexicca@gmail.com contenant les informations suivantes :

- Les noms, prénoms et courriel de tous les co-auteurs/intervenants ;
- Le titre de la communication ;
- Un résumé de la communication de **400 mots maximum** ;
- 5 mots clés ;
- Une brève biographie incluant votre université et laboratoire de rattachement ;
- Une bibliographie **sélective**.

Le financement des transports et/ou de l'hébergement (dans la limite d'une nuitée) pour les intervenants non franciliens pourra être envisagé.

Comité scientifique et d'organisation

Marion Ferrandery, Doctorante en sciences de l'information et de la communication, Université Paris 3 - Sorbonne nouvelle (CIM-CEISME)

Quentin Gilliotte, Docteur en sociologie, Telecom Paris (i3)

Emmanuelle Guittet, Chargée de recherche au labEx ICCA, Chercheuse associée (Cerlis)

Salomé Hédin, Doctorante en sciences de l'information et de la communication, Université Paris 2 - Panthéon-Assas (CARISM)

Simon Renoir, Docteur en Sciences de l'information et de la communication, Université Paris 13 (LabSIC)

Bibliographie

Auray, N. (2016). *L'alerte ou l'enquête : Une sociologie pragmatique du numérique*, Paris, Presses des mines.

Beuscart, J.-S., Beauvisage, T., & Maillard, S. (2012). « La fin de la télévision ? », *Réseaux*, n° 175(5), pp. 43-82.

Beylot, P. (2005). *Le récit audiovisuel*, Paris, Armand Colin.

Bianchi, M. (2008). « Time and preference in cultural consumption », in Hutter Michael and Throsby David (dir.), *Value and Valuation in Art and Culture*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 236-260.

Bidart, C. (2012). « Réseaux personnels et processus de socialisation », *Idées économiques et sociales*, n° 169, pp. 8-15.

Boyd, D., Golder, S., & Lotan, G. (2010). *Tweet, Tweet, Retweet : Conversational Aspects of Retweeting on Twitter*. Proceedings of the 2010 43rd Hawaii International Conference on System Sciences, 1–10.

Esquerre, A., & Boltanski, L. (2017). *Enrichissement : Une critique de la marchandise*, Paris, Gallimard.

Bonneau, M., & Roberge, J. (2014). « Collecte de données sur la consommation culturelle numérique : Pistes de solutions pour les problèmes liés à la multiplication des plateformes de distribution ».

Bouquillion, P. & et Le Corf, J.-B. (2010). « Les industries créatives et l'économie créative dans les rapports officiels européens », *Rapport pour le département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture et de la Communication*, 45 p.

Bouquillion, P. & Combès, Y. (2011). *Diversité et industries culturelles*, Paris, L'Harmattan.

Bourdieu, P. & Delsaut, Y. (1975). « Le couturier et sa griffe : contribution à une théorie de la magie », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 1, p. 7-36.

Bourdon, J. (2011). *Du service public à la télé-réalité. Une histoire culturelle des télévisions européennes, 1950-2010*, Paris, INA Éditions.

Bullich, V. (2011). « Le droit d'auteur en regard de la théorie des industries culturelles », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. 12/1, no. 1, pp. 51-68.

Cardon, D. & Granjon, F. (2003). « Éléments pour une approche des pratiques culturelles par les réseaux de sociabilité », in Donnat, Olivier et Tolila (dir.), *Le(s) public(s) de la culture : politiques publiques et équipements culturels*, Paris, Presses de Sciences Po, pp. 93-108.

Castells, M. (1999). *L'ère de l'information, tome 3, Fin de Millénaire*, Paris, Fayard.

Citton, Y. (2014). *L'Économie de l'attention*, Paris, La Découverte.

Chantepie, P., & Paris, T. (2019). « Numérique et cinéma. Nouvelle chronobiologie des médias, nouvel écosystème », *Réseaux*, n° 217(5), pp. 17-45.

Chapelain, B. & Ducas, S. (dir.)(2018). *Prescription culturelle : avatars et médiamorphoses*, Villeurbanne, Presses de l'ensib.

Combes, C. (2015). « "Du rendez-vous télé" au binge watching : typologie des pratiques de visionnage de séries télé à l'ère numérique », *Études de communication*, (44), pp. 97-114.

Coulangeon, P., Menger P.-M. & Roharik I. (2002). « Les loisirs des actifs. Un reflet de la stratification sociale », *Économie et statistique*, n° 352-353, pp. 39-55.

Domenget, J.-C., Péliissier, N., & Miège, B. (dir.) (2017). *Temps et temporalités en information-communication : des concepts aux méthodes*, Paris, L'Harmattan.

Dubuisson-Quellier, S., & Plessz, M. (2013). « La théorie des pratiques ». *Sociologie*, 4(4), pp. 451-469.

Dumazedier, J. (1974). *Sociologie empirique du loisir : critique et contre-critique de la civilisation du loisir*, Paris, Seuil.

Esquenazi, J.-P. (2016). « Machines sérielles et montages du temps », *Télévision*, N° 7, n° 1, pp. 145-162.

Gaudreault, A. & Jost F. (1990). *Le Récit cinématographique*, Paris, Nathan.

Granjon, F., & Combes, C. (2008). « La numérimorphose des pratiques de consommation musicale », *Réseaux*, (145-146), pp. 291-334.

Guibert, G., Rebillard, F., & Rochelandet, F. (2016). *Médias, culture et numérique - Approches socioéconomiques*, Malakoff, Armand Colin.

Hartog, F. (2003). *Régimes d'historicité : présentisme et expériences du temps*, Paris, Seuil.

Hartog, F. (2018). « Patrimoine, histoire et présentisme ». *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, N° 137(1), 22-32.

Huet, A., Ion, J., Lefebvre, A., Miège, B. & Péron, R. (1978). *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

Jost, F. (2009). *Comprendre la télévision et ses programmes*, Paris, Armand Colin.

Karpik, L. (2007). *L'économie des singularités*, Paris, Gallimard.

Macé, É. (2003). « Le conformisme provisoire de la programmation », *Hermès, La Revue*, n° 37(3), pp. 127-135.

Marty, S. (2014), *Communication et processus décisionnel : le choix du film des jeunes publics au cinéma*, Thèse de Sciences de l'information et de la communication, sous la direction de Bouzon, A., Soutenue en 2014, Université Toulouse 2.

Miège, B. (2000), *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

Mille, M. (2013). *Produire de la fiction à la chaîne : Sociologie du travail de fabrication d'un feuilleton télévisé*, Thèse de Sociologie, sous la direction de Chavlon-Demersay, S., Soutenue en 2003, Paris, EHESS.

Noël, S. (2018). « Le petit commerce de l'indépendance », *Sociétés contemporaines*, n° 111, pp. 45-70.

Ouakrat, A. (2015). « Du rythme d'usage du smartphone aux rythmes de vie : les normes temporelles informelles des pratiques d'une population étudiante », *Questions de communication*, 27(1), pp. 301-321

Pronovost, G. (2017 [1993]). *Loisir et société : traité de sociologie empirique*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec.

Pronovost, G. (1998). « 4. Loisir et travail », in De Coster, M., *Traité de sociologie du travail*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, pp. 95-114.

Pronovost, G. (2015). *Que faisons-nous de notre temps ? : Vingt-quatre heures dans la vie des Québécois. Comparaisons internationales*, Québec, Presses Universitaires du Québec.

Rosa, H. (2010). *Accélération. Une critique sociale du temps*, Paris, La Découverte.

Schafer, V. (2018). *Temps et temporalités du Web*, Paris, Presses universitaires de Paris Nanterre.

Sepulchre, S. (dir.) (2011). *Décoder les séries télévisées*, Bruxelles, De Boeck.

Singly, D. (2000). *Libres ensemble, l'individualisme dans la vie commune*, Paris, Nathan Université.

Viala, A. (1993). « Qu'est-ce qu'un classique ? » in *Littératures classiques*, Paris, Klincksieck.

Virilio, P. (2009). *Le futurisme de l'instant : stop-eject*, Paris, Galilée.