

# La médiatisation de l'évaluation

Julie Bouchard, Étienne Candel, Hélène Cardy et Gustavo Gomez-Mejia (éd.), Peter Lang, 2015, 322 p.

Alan Ouakrat

DANS **COMMUNICATION & LANGAGES** 2016/1 N° 187 , PAGES 147 À 148  
ÉDITIONS **NECPLUS**

ISSN 0336-1500

DOI 10.4074/S0336150016011091

Date de mise en ligne : 01/11/2017

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://shs.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2016-1-page-147?lang=fr>



Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...  
Scannez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



**Distribution électronique Cairn.info pour NecPlus.**

Vous avez l'autorisation de reproduire cet article dans les limites des conditions d'utilisation de Cairn.info ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Détails et conditions sur [cairn.info/copyright](http://cairn.info/copyright).

Sauf dispositions légales contraires, les usages numériques à des fins pédagogiques des présentes ressources sont soumises à l'autorisation de l'Éditeur ou, le cas échéant, de l'organisme de gestion collective habilité à cet effet. Il en est ainsi notamment en France avec le CFC qui est l'organisme agréé en la matière.

## LA MÉDIATISATION DE L'ÉVALUATION

**Julie Bouchard, Étienne Candel, Hélène Cardy et Gustavo Gomez-Mejia (éd.), Peter Lang, 2015, 322 p.**

Ce recueil, publication des actes d'un colloque international éponyme, tenu à l'Assemblée nationale les 14 et 15 mars 2012, méritait de voir le jour. Cohérent, il offre une pluralité de regards avec quatorze contributions, dont cinq en anglais, organisées en quatre parties. Chacune d'entre elles est introduite par une synthèse présentant les thématiques abordées : les effets sur l'évaluation des médias informatisés, la valeur de l'évaluation, la médiatisation des classements et les mesures des médias. Cette note de lecture propose de mettre en évidence les qualités de l'ouvrage en s'arrêtant plus particulièrement sur les textes de Julie Bouchard, de Wendy Espeland, de Noortje Marres et Esther Welteverde, d'Alain Bovet et Olivier Voirol, ainsi que sur celui de Lee McGuigan. L'intérêt de ce livre ne réside pas seulement dans sa thématique principale, l'évaluation, mais aussi dans le lien qu'il opère avec la question de la médiatisation. Cette articulation donne toute sa pertinence au questionnement d'un point de vue communicationnel. La médiatisation invite à considérer les multiples façons dont sont mis en scène les classements, palmarès et indicateurs dans les médias (presse, TV, Web).

À partir d'une approche pragmatique de la valeur, Julie Bouchard retrace la perspective de l'ouvrage : comprendre comment et par quoi s'instituent et se dessinent les valeurs, dans le flux de leur production, de leur circulation et de leurs usages. Rejetant l'idée d'une neutralité technique des processus d'évaluation, le livre cherche à procéder à la déconstruction de l'évaluation *via* ses instruments et à en questionner les appropriations et les effets. L'évaluation y est considérée comme une connaissance orientée et normative, au sein de laquelle se noue un lien de solidarité entre les mesures et les mondes qui les produisent, les utilisent et les rejettent. Celles-ci forment dès lors des « qualimesures évaluatives » (p. 6). Les technologies et cultures numériques participent à l'amplification de la valeur sociale et de l'autorité qui leur sont

accordées dans nos sociétés contemporaines. Et c'est la forme même de l'évaluation, le plus souvent quantifiée ou agrégée dans des indices et des indicateurs, qui favorise sa circulation et ses appropriations, notamment dans les médias. Wendy Espeland traite de l'évolution des classements des universités en insistant sur la circulation médiatique accrue dont ils ont fait l'objet. Par cette mise en visibilité, ils ont participé d'une logique néo-libérale concourant au développement de politiques gestionnaires dans l'enseignement supérieur. La diffusion de ces classements a conduit les universités à réaliser des arbitrages économiques dans l'affectation de leurs dépenses, notamment en faveur de l'amélioration de leur position dans les classements, veillant ainsi à leur réputation. En faisant tenir ensemble la construction de l'évaluation, sa circulation, ses appropriations et sa dimension politique, la chercheuse démontre le caractère performatif de ces classements. Elle accorde aussi une place à une réflexion plus générale sur l'autorité conférée aux chiffres dont la rationalité, l'objectivité et le lien affiché à la pratique scientifique contiennent une aspiration à l'universalisme. À l'université, comme ailleurs, une substitution fondamentale s'est opérée, d'une confiance dans les gens à une confiance dans les nombres. Cette dernière semble réduire les biais, limiter le jugement et faciliter la circulation de l'information. Or, la quantification n'est pas neutre et altère la perception des choses mesurées.

Le chapitre proposé par Noortje Marres et Esther Welteverde s'intéresse aux enjeux de la recherche sur le social en temps réel à partir de la technique d'extraction des données (*scraping*). Le cœur du problème se situe dans l'importation dans la recherche en sciences sociales de catégories façonnées par des acteurs industriels, qui lui sont extérieurs. La définition des indicateurs, des modes de collecte et d'exploitation des données échappe dès lors aux universitaires. Initialement issue du traitement automatique des données (un champ de la recherche en informatique), l'extraction d'informations devient une technique relativement courante avec le Web 2.0. Si la disponibilité des données constitue une opportunité pour la recherche en sciences sociales, elle invite aussi à en réviser

la démarche, favorisant plutôt le raisonnement inductif que déductif. Avec ce mode d'extraction des données, on part souvent des données collectées pour ensuite poser les questions et déterminer les hypothèses pertinentes. Les difficultés posées concernent aussi la reproductibilité des expérimentations scientifiques, d'où la proposition formulée par les auteurs de mutualiser les savoir-faire, notamment en s'appuyant sur le logiciel libre et la coopération entre les équipes de chercheurs.

Alain Bovet et Olivier Voiron démontrent que les émissions de *talents shows* françaises et allemandes consacrées au domaine musical comprennent des épreuves évaluatives sur lesquelles règne une incertitude relative aux critères présidant à l'évaluation. Le spectateur est appelé à combler lui-même les incertitudes en participant à la sanction par son vote téléphonique. Et le jugement émis n'est pas tant un jugement individuel, susceptible d'être défendu et argumenté en public, que son agrégation, en tant que participation à un ensemble d'évaluations quantifiées qui produisent une somme. La validation s'opère donc sur un mode comptable, à partir d'un nombre d'appels téléphoniques tarifés. Ces émissions donneraient à voir la manière dont le marché s'affirme comme un mode d'approbation de la valeur des activités et des performances humaines. De plus, elles affirmeraient une exigence de transparence pesant sur les sujets contemporains, soumis à des dispositifs impliquant l'évaluation continue. De fait, la transparence est alors justifiée comme principe de gouvernement des populations, rendu acceptable et nécessaire. Lee McGuigan prend pour objet la télévision interactive. Il montre comment les informations fournies en temps réel sur le comportement des audiences agissent sur la conception du rôle du téléspectateur-consommateur. Avec les technologies numériques, les médias, devenus interactifs, sont poussés par les annonceurs vers le marketing direct et la relation client. Les annonceurs veulent maximiser le retour qu'ils obtiennent des audiences qu'ils achètent. En effet, les retours sur investissements (ROI) sont identifiables avec plus de précision, le lien de causalité entre la publicité et les ventes pouvant apparaître de façon traçable. La capacité de mesure en temps réel et celle de réponse directe des médias interactifs incitent médias et annonceurs à intensifier la surveillance des comportements des consommateurs. Ce ne sont pas seulement les pratiques de consommations des programmes que voudraient évaluer les annonceurs, mais les consommations plus spécifiques de leurs marchandises. Les médias souhaitent privilégier le *statu quo*, ne pas être rendus comptables des ventes enregistrées par les entreprises. Toutefois, les annonceurs veulent des preuves et des garanties d'efficacité de

leurs investissements publicitaires. Ils ont pris conscience de leur ascendant dans la relation qui les unit aux diffuseurs de contenus dans le financement des innovations médiatiques telles que la télévision interactive.

L'apport de ce livre réside dans le fait de poser la question de l'évaluation dans son rapport avec la communication, l'information et les médias. Dans différents secteurs, les métriques se multiplient, que ce soit pour mesurer la performance d'individus, d'institutions ou d'entreprises. Si l'évaluation désigne un « vaste ensemble de processus et de résultats fait de récits et de représentations, de mécanismes, d'instruments, de pratiques et d'institutions qui fabriquent les qualités et les valeurs des entités » (p. 3), cela semble parfois s'accompagner de processus d'homogénéisation, de standardisation et de rationalisation des comportements. Dès lors, nous pouvons nous demander dans quelle mesure les équivalences postulées par la réduction des qualités en quantités mesurables seraient susceptibles de nuire à l'indispensable existence de conceptions variées et de regards pluriels sur le monde.

ALAN OUAKRAT

#### E-RÉPUTATION, REGARDS CROISÉS SUR UNE NOTION ÉMERGENTE

**Christophe Alcantara (dir.), Gualino Éditeur et Lextenso éditions, Issy-les-Moulineaux, 2015, 204 p.**

Cet ouvrage collectif est le résultat d'un colloque international pluridisciplinaire organisé à Toulouse en 2013 et intitulé « E-réputation et traces numériques : dimensions instrumentales et enjeux de société ». Reposant sur le constat suivant : « L'e-réputation n'est pas une mode, c'est un phénomène qui est amené à s'inscrire durablement dans notre vie quotidienne. L'e-réputation n'est pas uniquement un outil, une promesse opérationnelle pour investir des marchés, c'est un enjeu de société » (p. 7) énoncé par Christophe Alcantara, l'ouvrage se veut un lieu de dialogue et de réflexion sur la notion d'« e-réputation ». Aussi met-il en regard un ensemble de contributions émanant d'auteurs aux origines disciplinaires plurielles : sciences de l'information et de la communication, droit, sociologie, etc.

Cette recherche de dialogue et de pluridisciplinarité se retrouve aussi dans le choix des objets et des perspectives de recherche qui sont autant d'éléments structurants dans l'organisation de l'ouvrage. Ce dernier comprend deux parties, dont la première se veut épistémologique. Elle vise à investiguer les sens de l'e-réputation à travers deux entrées complémentaires : des cadres d'analyses et