

SOCIOLOGIE VISUELLE ET FILMIQUE

Le point de vue dans la vie quotidienne

Sous la Direction de

Joyce Sebag, Jean-Pierre Durand, Christine Louveau, Luca Queirolo Palmas, Luisa Stagi



Genova University Press
Collection ***Immagin-azioni sociali***

Responsables Scientifiques de la collection:

Prof.ssa Luisa Stagi
Prof. Luca Queirolo Palmas

Comité Scientifique:

Prof. Jean-Pierre Durand
(*Université d'Evry*)

Prof.ssa Joyce Sebag
(*Université d'Evry*)

Prof. Doug Harper
(*Duquesne University*)

Prof. Federico Rahola
(*Università di Genova*)

Prof.ssa Anna Lisa Frisina
(*Università di Padova*)

Prof.ssa Emanuela Abbatecola
(*Università di Genova*)

Prof. Pino Losacco
(*Università di Bologna*)

Prof.ssa Christine Louveau
(*Université d'Evry*)

Prof.ssa Francesca Lagomarsino
(*Università di Genova*)



SOCIOLOGIE VISUELLE ET FILMIQUE

Le point de vue dans la vie quotidienne

Sous la Direction de

Joyce Sebag, Jean-Pierre Durand, Christine Louveau, Luca Queirolo Palmas, Luisa Stagi



Maison d'édition appartenant à l'Université de Gênes



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI GENOVA



laboratorio di sociologia visuale
Università di Genova

Graphisme et mise en page: Elisa Marsiglia



Cet ouvrage a été objet d'une double évaluation
conformément aux critères établis dans le protocole UPI

Éditeur

GENOVA UNIVERSITY PRESS

Piazza della Nunziata, 6 - 16124 Genova

Tel. 010 20951558

Fax 010 20951552

e-mail: ce-press@liste.unige.it

e-mail: labgup@arch.unige.it

<http://gup.unige.it/>

La responsabilité des éventuels droits exclusifs des images publiées revient aux auteurs



(version eBook)

ISBN: 978-88-97752-97-4 (version eBook)

Édition Janvier 2018



Stampa
Centro Stampa
Università degli Studi di Genova - Via Balbi 5, 16126 Genova
e-mail: centrostama@unige.it

Table des matières

Introduction

- De la vie quotidienne à la sociologie *par l'image*, de *Joyce Sebag*, *Jean-Pierre Durand* et *Luca Queirolo Palmas* p. 9

Les interactions filmeurs/filmés dans la réalisation photographique et filmique

- ‘Paysans au quotidien, le quotidien des paysans, rapports aux temps’. À partir du film *Paysans on y croit dur comme ferme*, de *Jean-Pascal Fontorbes* et *Anne-Marie Granié* » 36
- Methodological Quandries of Filmic Representations, by *Robert Garot* » 47
- Visual and Social Approaches in Participatory Art, by *Paola Bommarito* » 54
- Visual spaces: images, sounds and words in research on public space, by *Fabrizio Bruno*, *Livia Bruscaaglioni*, *Erika Cellini* et *Giulia Maraviglia* » 62

Élicitation: vers la découverte de soi et des autres

- La “sobriété énergétique” au quotidien: approche filmique, relation ethnographique et restitution de la recherche, de *Violeta Ramirez* » 91
- Filmer le quotidien collectif: l'exemple de ‘Rue du Moulin de la Pointe’, *Jean-Claude Bergeret*, *Jacques Krier*, *Paul-Henry Chombart de Lauwe*, de *Réjane Hamus-Vallée* » 104
- Le quotidien dans l’objectif: une enquête photo-participative sur l’expérience du vieillissement en ville, de *Loïc Riom* et *Cornelia Hummel* » 121
- Documentare la prigione: riflessioni a partire da un laboratorio video-enografico, di *Massimo Cannarella*, *Francesca Lagomarsino* et *Cristina Oddone* » 142

L'invisible saisi par l'image

- Les sociologues-photographes et leurs photo-graphies: un corps à corps fécond, de *François Cardi* » 158
- Quand la photographie fait émerger la valeur morale du travail hors de l'in/vu, de *Christian Guinchard, Simon Calla et Yves Petit* » 176
- 'Donna Faber'. When sociology and photography meet, by *Emanuela Abbatecola* » 194
- 'On se voit, Bonjour, Bonsoir...'. Des jeunes sportifs ayant des déficiences intellectuelles donnent leur point de vue sur l'intégration sociale, de *Anne Marcellini* » 217
- L'image et le son dans la vie quotidienne, étude sociologique de contenu de deux films, de *Nesma Elbatrik* » 226
- 'Short on work': rappresentazioni audiovisive tra ricerca, lavoro e vita quotidiana, di Tommaso Fabbri, Antonella Capalbi, Eleonora Costantini, Giulia Piscitelli e Giorgio Luigi Risso » 249

Conclusion

- La culture visuelle dans la vie quotidienne. Effets théoriques et méthodologiques, de *Christine Louveau de la Guigneraye et Luisa Stagi* » 279

Annexe

- Manifeste pour une sociologie visuelle et filmique, de le *Collectif Sociologie filmique du Centre Pierre Naville et Laboratoire de Sociologie visuelle* » 294
- A Manifesto for Visual and Filmic Sociology, by *Centre Pierre Naville Filmic Sociology Group and Visual Sociology Laboratory* » 300

Les auteurs

» 307

Conclusion

La culture visuelle dans la vie quotidienne. Effets théoriques et méthodologiques

de *Christine Louveau de la Guigneraye** et *Luisa Stagi***¹

** Paris-Saclay - Université d'Évry

** Université de Gênes

La culture visuelle doit répondre au jour le jour, s'efforçant de comprendre le changement d'un monde trop varié à voir mais qu'il est essentiel d'imaginer (Mirzoeff).

Aujourd'hui, la représentation de l'expérience humaine est certainement plus visuelle et visualisée qu'elle ne l'a jamais été dans le passé. Cependant, la visualisation de la vie quotidienne ne détermine pas nécessairement la compréhension de ce que nous voyons. La différence entre la prolifération de l'expérience visuelle de notre culture post-moderne et la capacité d'analyser ces données en témoigne. «Culture visuelle» signifie que notre attention n'est plus orientée vers des contenus visuels structurés et formels (comme le cinéma et les galeries d'art) mais vers la centralité de l'expérience dans la vie quotidienne. Voici quelques-unes des principales considérations contenues dans le texte révolutionnaire *An Introduction to Visual culture* (Mirzoeff 1999). Nicholas Mirzoeff y a démontré que la principale forme de compréhension du monde était devenue visuelle, alors que pendant des siècles elle avait été textuelle. Ces considérations découlent de certaines hypothèses principales.

La culture post-moderne est intrinsèquement liée au visuel. L'une des caractéristiques les plus frappantes de la société contemporaine est la tendance croissante à visualiser des choses qui, en elles-mêmes, ne sont pas visibles. La capacité

¹ Ce chapitre est le résultat d'un travail commun, cependant, Luisa Stagi a écrit les parties 1 et 3 et Christine Louveau de la Guigneraye la partie 2; ensemble elles ont écrit l'introduction et la partie 4.

technologique croissante de rendre visible ce que nos yeux ne peuvent pas voir par eux-mêmes est associée à ce mouvement intellectuel. La forte capacité d'absorption et d'interprétation de l'information visuelle est en effet la base de la société industrielle et devient de plus en plus importante à l'ère de la communication. Il ne s'agit pas d'un attribut humain normal, mais d'une capacité acquise assez récemment. Par conséquent, la culture visuelle ne dépend pas des images en soi, mais de la tendance moderne à conforter ou à visualiser le vécu.

La culture occidentale a toujours privilégié la verbalisation, la considérant comme la forme la plus élevée de la pratique intellectuelle. Elle a considéré les représentations visuelles comme des explications de second ordre des idées. Au cours des siècles cependant un changement a eu lieu. Il s'est développé sous la forme de ce que Mitchell a appelé la 'théorie de l'image' (1984 et 1996) : certains secteurs de la philosophie et de la science occidentales ont adopté une vision du monde illustrée plutôt que textuelle. Le monde en tant que texte a ainsi progressivement été remplacé par le monde en tant qu'image.

À l'ère de l'image manipulée et informatisée, il est devenu évident que les images sont des représentations et non un reflet de la réalité en elle-même. Les images sont déterminées non par une certaine affinité magique avec la réalité, mais par leur capacité à produire ce que Roland Barthes appelle 'l'effet de réel' (1968)². Par conséquent, la culture visuelle ne se conforme pas simplement aux concepts créés ailleurs. Il s'agit d'un outil pour interpréter le monde visuellement.

Dix-huit ans plus tard, les considérations de Mirzoeff sont toujours valables et même amplifiées. Durant ces années, le monde a radicalement changé: les images ont complètement envahi notre quotidien, surtout grâce aux médias d'acquisition et de diffusion. Nicholas Mirzoeff a traité cette question dans un nouveau livre, *How to see the world: an introduction to images, from self-portraits to selfies, maps to movies, and*

² En 1968, Roland Barthes, parlant de littérature, a élaboré un concept destiné à devenir très important: 'l'effet de réel'. Dans l'effet de réel, qui se définit comme un élément «inutile», un «luxe de représentation», Barthes identifie le jalon du réel, puisque sa présence garantit la véracité de l'histoire racontée. L'effet du cinéma réel sera étudié par Jean-Pierre Oudart, pour lequel il a un effet aliénant, casse les codes de la représentation, rappelle que l'on est devant un écran: la seule réalité est le film et pas ce qu'il montre. Un effet réel typique, que le cinéma américain a toujours essayé d'éviter, est le regard-camera, car il attire le spectateur vers la conscience de son rôle de spectateur.

more (2015). Il montre un scénario dans lequel un Américain moyen dépense 9,9 heures par jour en regardant un écran, que ce soit à partir d'un téléphone, d'un ordinateur ou d'une télévision, les 44% de la génération du millénaire utilisent l'appareil photo du smartphone chaque jour, et 76% des photos qu'ils font finissent dans des réseaux sociaux. La combinaison de la caméra frontale des smartphones et des réseaux sociaux a ensuite déclenché le phénomène du selfie en 2010. «Selfies» est le mot de l'année 2013, et on estime qu'en 2014 environ 30 milliards de selfies ont été cliqués, amenant Mirzoeff à proposer une *Snapchat*³ *génération* qui incarne ce nouveau mouvement d'images⁴ à la fois denses mais aussi précaires. Selon Mirzoeff, il existe un nouveau «nous» sur Internet utilisé pour partager ces images, qui est différent du «nous» qui imprimait des images et de la culture médiatique du passé. Ce nouveau «nous» produit également des formes d'activisme sans précédent. Pour déterminer le changement, la communauté visuelle globale intervient dans le monde de l'image parce que «l'image ne fait pas partie de notre vie, mais c'est désormais notre vie». Dans ce contexte, certaines formes d'activisme médiatique documentant l'injustice ou l'abus de pouvoir par le visuel ont commencé à être significatives.

1. Régimes de visibilité

Le scénario qui vient d'être décrit présente une série d'implications. Tout d'abord, le régime de visibilité a changé. Dans un contexte de surplus d'images, se rendre visible est compliqué et conditionné par un système significatif de règles. Comme l'a montré Andrea Mubi Brighenti, la visibilité est devenue un concept clé dans la théorie et la recherche sociales contemporaines (2010). Cependant, il est nécessaire de distinguer trois principaux modèles de visibilité.

³ Snapchat est une application de conversation qui permet aux utilisateurs de partager des images, sachant qu'elles seront supprimées 10 secondes après avoir été vues. Au début, Snapchat a été utilisé pour des conversations potentiellement controversées et sexuelles, maintenant c'est devenu une conversation visuelle à l'ère des smartphones.

⁴ Trois milliards de snaps sont échangés chaque jour.

- La visibilité en tant que spectacle, liée aux processus de réification et de commercialisation du visible, se caractérise par un régime séparé de la vie quotidienne (Brighenti 2010).
- La visibilité comme contrôle est liée au pouvoir de l'observateur, à l'assimilation et à la hiérarchie de la surveillance des sociétés post-panoptiques et disciplinaires (Brighenti 2011). Dans ce contexte, la forme de visibilité dans les réseaux sociaux dont a parlé Mirzoeff est plutôt lue comme «panoptique participative». Elle semble sympathique et séduisante car on y adhère volontairement, mais il s'agit d'une forme de surveillance décentralisée.
- Le troisième type est la visibilité comme reconnaissance (dans le sens d'être identifié, vu), une visibilité plus choisie que subie, recherchée par les acteurs sociaux pour obtenir légitimation et droits. C'est l'endroit où peuvent se former des subjectivités politiques qui travaillent à construire une visibilité stratégique différente.

Si la visibilité peut être comprise comme la contrepartie culturelle du sens de la vue, la visibilité est l'extension sociale du visuel. Cela signifie franchir le seuil qui sépare ce qui n'est pas remarqué et perçu par ce qui est notable et socialement perceptible. C'est donc un aspect constitutif du social (Frisina 2013, 165).

Gillian Rose est l'un des auteurs qui s'est le plus intéressé à la façon dont l'incorporation individuelle de la culture visuelle dans la vie quotidienne peut changer les hypothèses théoriques de la sociologie visuelle. Le point de départ du travail de Rose est qu'en ce qui concerne la production et la consommation, le chercheur et les participants sont immergés dans la même culture visuelle. En d'autres termes et sous différents aspects, une composante culturelle implicite du travail par les images est similaire à certaines descriptions empiriques des caractéristiques spécifiques de la culture visuelle contemporaine (2014, 38). Si cette combinaison reste à un niveau implicite et non argumenté, elle peut potentiellement limiter et affaiblir la capacité d'analyse des techniques visuelles. À cet égard, il s'agit de mettre en lumière combien une prise de conscience grâce à un effort de réflexion est nécessaire, opérer un «

ethnocentrisme critique » en ce qui concerne les catégories culturelles implicites (Sacchetti 2014) que le chercheur prend pour acquis en utilisant les outils visuels (Sacchetti 2016).

La thèse critique de Rose (2014) souligne plusieurs points de rencontre entre une «culture convergente» – largement répandue au niveau mondial, mais certainement plus centrée sur les sociétés occidentales – où il n'est plus pertinent de parler de séparation entre producteurs et spectateurs du visuel et les techniques de recherche visuelle.

Un autre point central du travail de Rose est que «les différentes manières d'employer les techniques de recherche visuelle n'assument pas ou ne créent pas une compréhension de la vie sociale vécue à travers les matériaux visuels culturellement médiatisé» (2014, 30). Cela découle du fait que souvent «l'attention à la visibilité» [ce qui est observable] plutôt que la visualité échappe à la compréhension des images en tant qu'objets significatifs centraux de l'activité symbolique et communicative qui est fondamentale pour de nombreuses théorisations; non seulement le moyen dans lequel les sujets agissent et produisent des contenus visuels dans le monde social, mais encore comment le chercheur – en tant qu'individu – est à son tour placé dans ce monde visuel.

2. Recherche et culture visuelle

La piste de réflexion suggérée par Francesco Sacchetti à partir des réflexions de Gillian Rose est extrêmement intéressante : «Les chercheurs en sciences sociales qui utilisent des techniques de recherche visuelle agissent – à travers une performance de recherche – sur les aspects clés de la culture visuelle contemporaine dans leur pratique professionnelle» (2016, 63). Dans ce cadre, la distance culturelle entre les chercheurs et les participants est considérablement réduite en raison de l'immersion commune dans la culture visuelle de la vie quotidienne. Mais le sociologue est différent car, en plus de participer en tant qu'individu commun à son monde, il participe activement au monde de l'expérience scientifique en dialogue continu avec celui de ses prédécesseurs. Le chercheur se trouve donc dans une position qui l'oblige à passer du double côté de

l'observation du social et de la pratique de son observation, dans une sorte de boucle réflexive et critique (*Ibidem*).

Dans un travail précédent, Rose a soutenu que nous devrions rejeter l'idée que l'image peut être « lue » comme si elle contenait un message interne qui peut être « écouté », affirmant plutôt que pour « lire les images » nous devons traiter avec leurs « récits internes et externes ». Le contenu de l'image représente sa narration interne, peut-être son histoire. Le contexte social qui a produit l'image et les relations sociales dans lesquelles l'image est incorporée à chaque fois que vous la regardez représente sa narration externe (Rose 2001, 11-12).

Ce n'est pas un acte de substance qui distingue le bon sens et l'expérience scientifique dans les sciences sociales, mais l'attitude envers cette expérience et le type de processus de traitement conscient liés à l'expérience quotidienne des participants et du chercheur. Ainsi, lorsqu'ils utilisent des techniques visuelles, les chercheurs doivent traiter non seulement des « significations » internes d'une image, mais aussi de la façon dont l'image a été produite et comment elle a été rendue significative pour l'observateur (Pink 2003, 186).

3. Participation en tant que négociation et démarche éthique

Un tel type de classification implique la nécessité de saisir et d'enquêter sur le hors champ du matériel visuel quand on fait de la recherche sur les images produites par la société. Cela conduit également à prendre en considération la qualité de la relation avec les personnes que ce soit quand le chercheur produit des éléments visuels (photographies, documentaires, films, etc.) dans le cadre de sa recherche ou quand il demande explicitement aux sujets de produire eux-mêmes des éléments visuels à des fins de recherche.

Dans le domaine des techniques visuelles, de nouvelles questions émergent nécessairement à propos de la prise en compte des sujets qui « participent » à l'étude. La participation implique un rôle actif des sujets dans le processus de recherche, et, par conséquent, la création d'un espace démocratique et de contamination (Sacchetti *et al.* 2009).

C'est une prise de conscience des enjeux éthiques, d'élargissement des points de vue et des significations qui conduit à une sorte de démocratisation de la production de la connaissance. Pink observe que la participation représente un élément important

dans tout projet qui implique des personnes et des images, à la fois pour des raisons éthiques, mais aussi comme un moyen de reconnaître l'intersubjectivité qui souligne chaque relation sociale [... et] où une approche d'observation dépend de l'accessibilité aux informations concernant la "réalité" à travers ce qui est visible, une approche collaborative démontre combien d'aspects de l'expérience et du savoir ne sont pas visibles; et même ceux qui sont visibles auront des significations différentes pour différentes personnes (2003, 190).

Le thème de la participation est le fil rouge qui a lié toutes les interventions de la conférence ainsi que les essais contenus dans ce volume.

En général, les formes de collaboration et de participation actuelles sont de moins en moins prises pour acquies dans la recherche. S'il est vrai que dans une certaine mesure tous les efforts de recherche sont collaboratifs, les ethnographies visuelles collaboratives le sont explicitement. Ici le processus de négociation devient crucial: les chercheurs et les participants discutent de quoi et de comment ils voient (Pink 2006). Ce type d'intention collaborative a, en outre, le potentiel critique de combiner la recherche ethnographique et l'activisme social⁵ (Marcus 1999). D'un point de vue disciplinaire cela signifie insérer la pratique collaborative dans la tradition de la sociologie publique, dans le sens que Michael Burawoy a voulu donner: comme option d'en bas, capable de capturer l'imagination des sociologues et de favoriser «un mouvement social de là vers l'académie» (2005, 37).

Comme l'a montré Annalisa Frisina, l'approche collaborative n'a pas seulement pour objet de donner la parole à ceux dont on présume qu'ils disent leur vérité, ou du moins qui ont un point de vue privilégié sur la connaissance de soi, de leur groupe, de leur culture ou de leur religion. Elle implique plutôt «une reconnaissance explicite du fait

⁵ C'est le cas de Vec (recherche vidéo collaborative) qui met l'accent sur la collaboration à toutes les étapes du processus ethnographique : de la planification au travail sur le terrain, en passant par l'analyse et la restitution des résultats.

que la connaissance est le résultat de négociations contextuelles et provisoires entre différents sujets. [...] Il s'agit de se reconnaître dans un dialogue continuuel qui met en jeu les subjectivités et les regards disciplinaires avec les subjectivités de ceux qui sont observés» (2016, 215).

Dans tous les articles de ce livre, on retrouve la tentative continue de rendre le pouvoir aux sujets qui sont impliqués dans la recherche: à la fois en termes de donner une voix à ceux qui en sont généralement privés, mais aussi de partage de l'interprétation. C'est un thème très délicat, que la sociologie visuelle met en jeu plus fortement que d'autres types de recherche.

Le cadre visuel génère des attentes différentes : paradoxalement, s'il est plus facile pour une personne de s'exprimer face à une caméra – parce qu'elle sait ce qu'elle fait et où elle va finir son histoire – d'un autre côté, et pour le même genre de motifs, cela augmente l'espérance de participer au processus de restitution. C'est comme si le fait d'apparaître (dans ce cas, littéralement) se traduisait par une forte demande de participation de la part des sujet impliqués dans la recherche, beaucoup plus que dans des systèmes de recherche traditionnels qui au contraire peuvent assurer l'anonymat et «atténuer» la responsabilité par rapport aux points de vue exprimés et racontés.

La publication et la diffusion des résultats dans leurs différentes formes médiatiques est un processus dans lequel ni les chercheurs ni les participants au projet de recherche ne parviennent à contrôler toutes les possibilités d'interprétation. Cela reste un point important pour le thème concernant les dommages possibles que les communautés ou les participants individuels impliqués dans l'étude pourraient signaler (Rose 2001; Pink 2003).

Conclure avec une réflexion sur l'éthique de la recherche nous semble pertinent. Pour un chercheur, agir de manière éthique signifie apporter proactivement ses valeurs et ses façons de penser son propre travail ainsi que se questionner sur ce qu'il est juste de faire dans la recherche. Cela signifie rendre à l'autre son pouvoir dans la relation, et considérer les sujets dans leur intégralité ou en tant que sujets créatifs et capables d'apprendre plutôt que comme des référentiels de données. Cela signifie aussi que les chercheurs devraient toujours produire des notes méthodologiques à la marge du travail.

Ils doivent se positionner dans l'étude en termes de clarification des valeurs et de la réflexivité qui peuvent entrer en jeu dans le champ de recherche.

Aussi, nous souhaitons conclure avec un résumé des questions à considérer quand on fait de la recherche visuelle (une synthèse des considérations de précédents travaux de Frisina (2016), Brighenti (2010), Merrill et West (2012) et Palumbo et Stagi (2013), mais aussi des réflexions qui ont émergé des débats du colloque) :

- Comment faire pour que la relation entre les participants et les chercheurs soit la plus équitable possible, afin d'éviter l'exploitation ?
- Comment faire pour que les participants soient pleinement impliqués dans le processus de recherche, y compris dans l'analyse des matériaux ?
- Comment traiter des questions douloureuses, sensibles et émotionnelles ?
- Que décider de ne pas traiter, et pourquoi ?
- Comment garantir la confidentialité, la vie privée et l'anonymat, en particulier dans les situations où il peut être plus facile d'identifier les participants ?

Nous avons pensé aussi proposer une liste d'actions à éviter :

- Rompre le pacte de confidentialité ;
- Trahir la confiance ;
- Promettre plus que le chercheur ou la recherche peut faire ;
- Fausser la représentation des participants – représenter les participants de façon caricaturale.

Et toujours à propos de l'éthique de la recherche:

- Toujours penser à l'effet que certaines représentations peuvent avoir sur le public ;
- Reconnaître la puissance discursive de la réflexivité et la proximité du chercheur ;
- Garder le lien avec le contexte dans lequel l'information a été produite ;
- S'interroger pendant tout le parcours de la recherche sur le sens du travail ;

- Prendre soin de la relation avec les participants ;
- Aborder la question du consentement éclairé et la garder durant toutes les phases de la recherche ;
- Prêter sérieusement attention au risque de décontextualisation ou de circulation incontrôlée des images ;
- Anticiper les éventuels effets indésirables de la visibilité ;
- Impliquer les participants dans la présentation et la communication publique.

4. L'image, la recherche et la culture visuelle

Les techniques visuelles s'ouvrent à une dimension qui va au-delà de la conception traditionnelle de la production scientifique, du sujet/objet, pour arriver à la façon de produire, communiquer et divulguer le savoir scientifique. En particulier, la contamination interdisciplinaire et celle issue de domaines extérieurs au monde académique – on pense par exemple au monde de l'art en général, mais surtout au monde professionnel du cinéaste ou de la photographie – mettent en évidence une sorte de vide, de manque de l'académie en ce qui concerne sa propre culture visuelle (Sacchetti 2016).

Le changement qui a généré l'entrée du visuel dans la vie quotidienne passe par des questions soit théoriques soit épistémologiques. Être immergé dans la même culture visuelle rassemble les chercheurs et les participants, modifie leurs relations et leurs attentes mutuelles, raccourcit les distances et les frontières disciplinaires, et, en utilisant les mots de Gillian Rose, cela permet que la plupart des utilisations de techniques (méthodes) de la recherche visuelle produit généralement «un social qui est visible plutôt que visuel» (2014, 31).

Intégrer des images dans la recherche, alors qu'elles sont des signifiants de la culture, est certainement un moyen d'accroître la compréhension, en mettant l'accent sur les valeurs et les attentes des individus et des groupes, en faisant ressortir des informations importantes sur la culture étudiée, en rapprochant, dans un processus narratif général, chercheurs et participants à la recherche (Liebenberg 2009).

Si, comme l'a montré Mirzoeff, l'émergence de la «culture visuelle» comme un sujet qui bouleverse et défie les tentatives de définition de la culture en termes purement linguistiques, alors le visuel transcende les idées préconçues de la vie en améliorant la connaissance contextuelle. Combiné avec d'autres méthodes de recherche qualitative, ce domaine de recherche offre la possibilité de considérer sous un angle nouveau des questions qui aujourd'hui sont très complexes et nécessitent ainsi de nouvelles applications et de nouvelles perspectives d'interprétation. Avec l'introduction des images dans la recherche on peut augmenter la capacité de partage du sens. Cela peut être le cas s'il y a un problème de fossé culturel avec le contexte de la recherche. Mais un renversement est également possible en rendant «l'étrange familier» pour favoriser la problématisation de l'allant de soi si le chercheur est trop proche du champ de recherche (Mannay 2010).

Selon Douglas Harper: «la forme photographique communique davantage de détails spécifiques ainsi qu'un énoncé global plus complet» (1989, 91). Dans le processus de recherche, lorsque les participants reconstruisent leur réalité à travers des images, ils utilisent un outil puissant pour aider le chercheur à la comprendre. L'expérience et la signification deviennent intelligibles à travers la représentation visuelle quand d'autres formes de communication conventionnelles ne permettent pas nécessairement. Grâce à l'utilisation de matériel visuel, les chercheurs peuvent découvrir puis montrer des parties de la vie sociale qui pourraient facilement échapper à son analyse (Liebenberg 2009).

Les images, comme nous l'avons dit dès le début, ne sont pas des témoignages de la réalité sans ambiguïté, mais elles prennent du sens par le contexte dans lequel elles sont inscrites et dans lequel nous les inscrivons. L'image est conditionnée par les valeurs, les convictions et les perspectives de ceux qui l'ont générée, mais aussi de ceux qui en bénéficient. Cette nature subjective de la signification des images souligne l'importance de l'interaction entre les chercheurs et les participants au processus de recherche. Comme le dit Harper: «Comme chercheur et participant deviennent collaborateurs dans la construction des analyses et significations, la compréhension à la fois théorique et personnelle des réalités culturelles est amplifiée» (2003, 182). «La collaboration que les images suscitent provoque de nouvelles approches de différentes cultures» (2002, 20).

Comprendre les multiples significations des images donne l'occasion de revoir la relation entre le chercheur et les participants. Il s'agit d'une collaboration mutuelle qui permet de rééquilibrer la relation hiérarchique issue du contexte de la recherche dans les cas où l'on considère le sujet comme informateur à sens unique.

Comme les images sont des représentations visuelles de l'expérience subjective plutôt que des déclarations qui se veulent objectives, l'exploration des significations visuelles non seulement nous aide à «voir», mais nous demande aussi de nous arrêter pour examiner et comprendre ce que nous voyons ou ne voyons pas et pourquoi (Liebenberg 2009). Ceci est une approche de recherche totalement différente de la façon de faire des recherches voyeuristes et asymétrique qui ont longtemps été dominantes dans une culture désormais définie comme visuelle mais qu'il devient nécessaire de questionner.

Les choses deviennent visibles par la façon dont on les voit plutôt que simplement parce qu'elles sont observables (Pink 2003, 190).

Bibliographie

- Barthes, R. (1989), *The Rustle of Language*, Berkeley, University of California Press.
- Brighenti, A.M. (2011), *Tecnologie della visibilità. Annotazioni sulle pratiche di sorveglianza*, in «Tecnoscienza Italian Journal of Science & technology Studies», vol. 2. pp. 85-101.
- Brighenti, A.M. (2010), *Visibility in Social Theory and Social Reserach*, Basingstoke Great Britain, Palgrave MacMillan.
- Burawoy, M. (2005), *For Public Sociology 2004 Presidential Address*, in «American Sociological Review», 70, febbraio, pp. 4-28, trad. it. *Per la sociologia pubblica*, in «Sociologica», 1, 2007, pp. 1-43.
- Frisina, A. (a cura di) (2016), *Metodi visuali di ricerca sociale*, Bologna, il Mulino.
- Frisina, A. (2013), *Ricerca visuale e trasformazioni socio-culturali*, Torino, Utet.

- Harper, D. (2003), "Reimagining Visual Methods: Galileo to Neuromancer", in Denzin, N.K. and Lincoln, Y.S. (eds. by), *Collecting and Interpreting Qualitative Materials* (2nd Edition), Thousand Oaks, CA, Sage, pp. 176-98.
- Harper, D. (2002), *Talking about Pictures: A Case for Photo Elicitation*, in «Visual Studies», vol. 17, n. 1, pp. 13-26.
- Harper, D. (1989), "Visual Sociology: Expanding Sociological Vision", in Blank G., McCartney, J.L. and Brent, E. (eds. by), *New Technology in Sociology: Practical Applications in Research and Work*, New Brunswick, NJ, Transaction Publishers, pp. 81-97.
- Liebenberg, L. (2009), *The visual image as discussion point: increasing validity in boundary crossing research*, in «Qualitative Research», vol. 9, n. 4, pp. 441-467.
- Mannay, D. (2010), *Making the familiar strange: can visual research methods render the familiar setting more perceptible?*, in «Qualitative Research», vol. 10, n. 1, pp. 91-111.
- Marcus, G.E. (1999), *Critical Anthropology Now: Unexpected Contexts, Shifting Constituencies, Changing Agendas*, Santa Fe, NM, School of American Research Press
- Merril, B. e West, L. (2012), *Metodi biografici per la ricerca sociale*, Milano, Apogeo.
- Mirzoeff, N. (2015), *How to see the world: An Introduction to Images, from Self-Portraits to Selfies, Maps to Movies, and More*, New York, Basic Books.
- Mirzoeff, N. (1999), *An introduction to visual culture*, London, Routledge.
- Mitchell, W.J.T. (1994), *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*, Chicago, University of Chicago Press.
- Mitchell, W.J.T. (1986), *Iconology: Image, Text, Ideology*, Chicago, University of Chicago Press.
- Palumbo, M. e Stagi, L. (2013), "Analisi qualitativa. Il rigore e il pudore", in Cipolla, C., Cipriani, R., Losacco, P., *La ricerca qualitativa fra tecniche tradizionali ed e-methods*, Milano, FrancoAngeli, pp. 73-90.
- Pink, S. (2006), *The Future of Visual Anthropology: Engaging the Senses*, London-New York, Routledge.

- Pink, S. (2003), *Interdisciplinary agendas in visual research: re-situating visual anthropology*, in «Visual studies», vol. 18, n. 2, pp. 179-192.
- Rose, G. (2014), *On the relation between 'visual research methods' and contemporary visual culture*, in «Sociological Review», vol. 62, n. 1, pp. 24-46.
- Rose, G. (2001), *Visual methodologies*, London, Sage.
- Sacchetti, F. (2016), *La ricerca visuale riflessiva tra produzione e ricezione: spunti dall'approccio culturale*, in «Società mutamento politica», Firenze University Press, vol. 7, n. 14, pp. 57-78.
- Sacchetti, F. (2014), *Processi di Categorizzazione in Etnografia: il Ruolo degli Impliciti e delle Categorie ex ante*, Acireale-Roma, Bonanno.
- Sacchetti, F. (2012), "Creatività e categorie tra quantitativo e qualitativo", in Cipolla, C., De Lillo, A., Ruspini, E. (a cura di), *Il sociologo, le sirene e le pratiche di integrazione*, Milano, FrancoAngeli, pp. 255-272.
- Sacchetti, F., Sacchetti, S., Sugden, R. (2009), *Creativity and socio-economic development: space for the interest of publics*, in «International Review of Applied Economics», vol. 23, n. 6, pp. 653-672.
- Sacchetti, F. (2009), "Quality, quantity and Creativity", in Sacchetti, S. and Sugden, R. (eds. by), *Knowledge in the Development of Economies: Institutional Choices Under Globalisation*, Cheltenham, Elgar, pp. 249-265.

Jean-Pierre Durand est professeur de Sociologie à l'Université d'Évry Paris-Saclay où il a fondé le Centre de recherche Pierre Naville. Il est l'auteur de plusieurs ouvrages de Sociologie générale et de Sociologie du Travail traduits en une dizaine de langues. Depuis deux décennies, il s'est engagé dans la réalisation de documentaires sociologiques avec Joyce Sebag sur le travail et sur *l'affirmative action* aux États-Unis.

Christine Louveau de la Guigneraye est maître de conférences au Centre de recherche Pierre Naville de l'Université d'Évry Paris-Saclay. Après avoir pratiqué une socio-anthropologie visuelle en tant qu'assistante de Jean Arlaud, elle a dirigé des études qualitatives filmiques pour l'industrie automobile. Son champ de recherche porte plus particulièrement sur l'exploration d'écritures cross-media.

Joyce Sebag est professeur de Sociologie à l'Université d'Évry Paris-Saclay où elle a fondé le Master *Image et Société* en 1997. Elle co-anime l'équipe de recherche en Sociologie filmique du Centre Pierre Naville où se préparent des thèses de doctorat basées sur la présentation d'un documentaire sociologique. Elle a réalisé plusieurs documentaires sociologiques avec Jean-Pierre Durand sur le travail et sur *l'Affirmative action* aux États-Unis.

Luca Queirolo Palmas est professeur de Sociologie de la Migration et Sociologie Visuelle à l'Université de Gênes. Il est l'auteur de plusieurs ouvrages sur les migrations, les jeunes et les cultures de la rue.

Luisa Stagi est professeur de Sociologie à l'Université de Gênes où elle co-dirige le Laboratoire About Gender et la revue homonyme AG (www.aboutgender.unige.it/). Elle est autrice de plusieurs ouvrages sur la sociologie de l'alimentation, du corps et du genre.

Luca Queirolo Palmas et Luisa Stagi, ensemble, ont fondé et animent le Laboratoire de Sociologie Visuelle (www.laboratoriosociologiavisuale.it) et ses productions filmiques. En 2015 ils ont écrit: *Fare sociologia visuale. Immagini, movimenti e suoni nell'etnografia* (<http://www.professionaldreamers.net/?p=3500>).

Sociologie Visuelle et filmique - Le point de vue dans la vie quotidienne rassemble des contributions de photographes et de cinéastes, tous sociologues, anthropologues, ethnographes, ethnologues, géographes, historiens...

La *vie quotidienne* y apparaît comme un raccourci pour réunir une diversité d'objets traités par les sciences humaines et sociales. Le *point de vue* fait converger –ou diverger– les auteurs sur leur double positionnement d'intellectuels et de preneurs d'images.

Qu'ils traitent de la photographie ou du cinéma, les chapitres de ce livre interrogent la fonction heuristique des images pour mieux connaître nos mondes sociaux. Ils cherchent à comprendre comment les images (et les sons) peuvent –ou non– rendre compte différemment des émotions, de la subjectivité, de l'intime, des troubles et des joies des individus et des populations.

De la pratique scientifique *avec l'image*, au travail du réel *par l'image*, chacun a conscience de tout ce que les disciplines ont à gagner dans une *science publique* qui, avec réflexivité, fait parler les silences.

ISBN: 978-88-97752-97-4



9 788897 752974