

PRÉSENTATION VISUELLE DES RÉSULTATS DE RECHERCHE EN SCIENCES SOCIALES : UN ENJEU DE COMMUNICATION NON VERBALE

Maxime Harvey

Résumé : *Pendant que les moyens de produire et diffuser des matériaux visuels sont rendus disponibles aux chercheurs et chercheuses, on s'intéresse peu à problématiser la présentation visuelle des résultats de recherche en sciences sociales. Cette communication non verbale des résultats met en jeu les pratiques concrètes et quotidiennes des chercheurs et chercheuses pour construire une recherche avec ces matériaux visuels et leurs conséquences sur la présentation des résultats. Les moyens de présenter des contenus visuels mettent notamment en évidence leur manipulation au cours du processus de recherche et leurs insertions dans les documents présentant les résultats de recherche comme une visibilité et une invisibilisation conjointes des données de recherche. Finalement, la visibilité des résultats de recherche et leur visibilité permettent de comprendre comment ces matériaux sont visuellement significatifs vis-à-vis de la recherche elle-même, d'un domaine de recherche en particulier et face à la connaissance scientifique.*

Mots clés : méthodes visuelles ; présentation des résultats de recherche ; sciences sociales ; visibilité ; visibilité.

Abstract: *While the means to produce and share visuals are made available to researchers, few scholars problematize the visual presentation of research results in social sciences. At stake are the everyday practices of constructing research with visual materials and their consequences on the presentation of research*

results. The means to present visual contents highlight the manipulation of visual materials in research processes and their insertion into documents presenting the results of the research both as a visibilization and an invisibilization of research data. In the end, we understand from the visibility and visibility of research results how and why visual materials are visually significant in regard to the research itself, the field of research and scientific knowledge.

Keywords: Visual methods; Presentation of research results; Social sciences; Visibility; Visuality.

Introduction

La communication non verbale est aussi l'affaire des universitaires. On l'observe en classe entre les étudiants, les étudiantes et le professeur ou la professeure, lors de réunions entre collaborateurs et collaboratrices, dans des conférences entre collègues. Cet article s'intéresse à la présentation visuelle des résultats de recherche en sciences sociales. Plusieurs enjeux de communication non verbale sont associés à la présentation visuelle des résultats de recherche, particulièrement lorsqu'on s'attarde aux pratiques concrètes et quotidiennes des chercheurs et chercheuses ralliant de nouveaux acteurs et de nouvelles actrices par le partage des connaissances produites.

Problème

La présentation des résultats de recherche sous sa forme verbale n'est pas un problème en soi. Le verbe est plutôt efficient, n'est pas exclusif d'autres modes de présentation et peut s'adapter à différents publics. Le problème est que même si les technologies et les médias sont disponibles pour produire et diffuser d'autres types de contenu afin de présenter les résultats de recherche, notamment des contenus visuels, que leurs usages et les images médiatisées sont aussi courants, on discute peu en termes méthodologiques, épistémologiques et ontologiques de la manière de construire une recherche avec ces matériaux et leurs conséquences sur la présentation des résultats. Les chercheurs et chercheuses en sciences sociales, spécialement ceux et celles intéressés par les méthodes visuelles, ont besoin de cette réflexion pour

apprendre à utiliser des images lors de la présentation des résultats de recherche (Meyer, 2017).

Objectif

L'objectif de cet article est de réfléchir aux enjeux de la présentation visuelle des résultats de recherche et de la problématiser comme une forme particulière de communication non verbale des sciences sociales. De nature théorique, cette démarche consiste à décrire cette communication afin de comprendre : 1) les moyens de présenter ces contenus (quelles formes ils prennent, quels statuts on leur accorde, quels usages on en fait) ; 2) la visibilité des résultats de recherche (qu'est-ce qu'on voit et de quelle manière) ; 3) leur visualité (qu'est-ce qui encadre la manière de les voir et de les faire voir).

Cadre théorique

Les études visuelles fournissent des bases théoriques pour comprendre la communication avec des images et autres contenus visuels (pour une introduction à ce champ, voir Boidy, 2017 ; Smith, 2005). Le but ici n'est de faire ni l'histoire ni la description détaillée des différentes postures épistémiques pouvant fonder l'usage de matériaux visuels pour présenter les résultats de recherche en sciences sociales. Je souhaite simplement rapporter les distinctions entre trois termes qui permettent de décrire la relation entre l'objet de recherche, le processus entrepris par les chercheurs et chercheuses faisant emploi de méthodes particulières, entre autres visuelles, et la spécificité de la présentation visuelle des résultats. Ces termes sont le « visible » et le « visuel »,

deux mots assez courants dans le champ des études visuelles auxquels on peut en ajouter un troisième, le « visualisé ».

Dans le champ des études visuelles, le visible réfère à la qualité de la chose qui est vue ou les aspects qui peuvent être vus. Le visuel réfère quant à lui au sujet qui voit et comprend l'objet. Cependant, on peut aussi affirmer que le visible relève de l'objet donné et le visuel d'un mode du sens de la perception individuelle et de l'action de voir physiquement, ou au contraire, souligner leur construction culturelle. La relation entre les deux premiers, relation physique, voire mécanique entre l'objet visible et le sujet percevant, c'est ce que l'on nomme la « visibilité » ; entre les seconds, on trouve une relation de savoir, voire de pouvoir entre un sujet dans un contexte social donné et un objet conceptualisé, c'est ce que l'on nomme la « visualité » (voir Foster, 1988 ; Jay, 2002 ; Sturken et Cartwright, 2018).

Dans tous les cas, les études du visible et du visuel engagent la recherche sur différentes pistes. Le visible est surtout analysé par le contenu des images. Dans ce type d'analyse, l'image est une évidence, une trace de ce qui était, une inscription présentée ici sur papier. Cela aura deux conséquences pour la présentation des résultats de recherche. D'un côté, le chercheur ou la chercheuse peut se contenter de montrer pour convaincre, mais de l'autre côté, il ou elle est dans l'obligation de faire voir ce qui est défendu (Rose, 2014). Le visuel est plutôt analysé à travers la fonction des images. Plutôt qu'une évidence, l'image y est comme le signe d'un régime de vérité, c'est-à-dire une manière de montrer qui est aussi une visualisation du social. Gillian Rose

(2012) affirme que cette recherche devrait être engagée dans la critique de la culture visuelle. Chez elle se mêlent l'interprétation de l'image, l'expérience sensorielle, affective et émotionnelle et la réflexivité du chercheur ou de la chercheuse et du lecteur ou de la lectrice. Pour démêler ces aspects de la visualité, elle repère quatre sites où la critique peut développer la construction des significations des images : sa production, l'image elle-même, sa circulation et ses publics (Rose, 2016). Jon Wagner (2006) souligne plutôt la distinction entre le visuel et le « visualisé », le premier référant à la perception directe du sujet et le second au processus de compréhension. Le visible est pour lui similaire à l'évidence, le visuel à l'observation et l'analyse, et le visualisé à l'interprétation et la théorie que l'on trouve dans le processus scientifique. Il note trois conséquences de porter attention à ces termes : le chercheur ou la chercheuse devrait examiner comment les matériaux, les images, les idées et la vie sociale s'entrecroisent dans différents contextes ; il ou elle devrait expliciter pour chaque situation les interfaces entre les textes, les images, les activités, les contextes et les significations reliés aux enjeux méthodologiques et théoriques auxquels il ou elle fait face ; et il ou elle doit considérer les nouvelles opportunités de communiquer avec les autres membres de la recherche et le public. En résumant ces idées tout en les poursuivant, Du et Meyer (2008) et Chauvin et Reix (2015) proposent de distinguer des études faites *avec*, *sur* et *en* images, c'est-à-dire des usages de matériaux visuels comme outils, objets et supports de recherche.

Selon Rose, les recherches pour lesquelles des méthodes visuelles sont utilisées se concentrent dans le visible. Peu de chercheurs et chercheuses en sciences sociales critiqueraient les objets étudiés par rapport à une culture visuelle. Ces recherches produiraient donc un social lui-même visible plutôt que visuel, car on y montrerait la vie sociale sans produire une compréhension culturelle à travers l'usage de matériaux visuels. C'est un constat intéressant pour considérer les méthodes visuelles en sciences sociales d'un point de vue épistémologique, voire même ontologique. La distinction supplémentaire de Wagner peut cependant être utile pour comprendre différents usages locaux de matériaux visuels, cette fois d'un point de vue méthodologique. En effet, les usages de différents matériaux visuels peuvent avoir des significations contextuelles distinctes lorsqu'ils servent, par exemple, à enregistrer une caractéristique sociale visible, à comprendre ce qui est visuellement significatif dans une image, ou encore à représenter une théorie sociale.

Communication non verbale en recherche

Je rappelle que certaines méthodes visuelles en sciences sociales précèdent la présentation des résultats. Non seulement elles permettent une communication non verbale entre les membres de la recherche, mais aussi un courant d'information non linéaire et un engagement riche du public. Ce processus peut comprendre, en plus de la diffusion des résultats, des formes de consultation ou de participation à la recherche (Rowe et Frewer, 2005), voire même des formes de participation décentrées des institutions de recherche (Bucchi et Neresini, 2008 ; Callon, Lascoumes et Barthe, 2014).

Luc Pauwels (2011) a proposé un cadre intégrant une variété de choix et d'aspects à considérer lorsque l'on fait usage de méthodes visuelles en sciences sociales (Figure 1). Les deux premiers thèmes de ce cadre peuvent servir à comprendre d'où proviennent les matériaux visuels qui sont présentés lors de la diffusion de la recherche. Le premier thème, l'origine et la nature des visuels, c'est d'abord le choix de trouver des images, dans la société ou à partir des données d'autres recherches, ou de produire des matériaux visuels, soit personnellement, soit en collaboration avec un professionnel ou une professionnelle, soit avec les participants et participantes à la recherche. C'est aussi le sujet ou le référent des matériaux visuels : des artefacts, des comportements naturels, provoqués, prescrits ou reconstitués, ou encore, des concepts. La nature des images, c'est finalement le médium : un enregistrement non visuel, comme des notes écrites ; un enregistrement intentionnel et non-algorithmique, comme le dessin, les diagrammes et tableaux ; un enregistrement automatique et algorithmique, comme la photographie et le film.

Le deuxième thème, l'objectif et la conception de la recherche, comprend aussi trois aspects. Pauwels relève d'abord les types d'analyses choisies par les membres de la recherche : analyse du contenu, de la forme, des processus de production et de consommation ou des interprétations des images par les sujets de recherche. D'autre part, le choix des théories est quasi infini, car elles peuvent toutes servir à informer l'analyse, selon le sujet. Finalement, il intègre six problèmes méthodologiques au cadre des aspects de la recherche en

sciences sociales : les *compétences visuelles* nécessaires pour penser et faire de la recherche avec des matériaux visuels, qui comprennent l'opérationnalisation de la théorie, les techniques d'enregistrement, la culture visuelle locale et les connexions des membres de la recherche avec des acteurs et actrices du milieu ; la *stratégie de collecte de données*, qui s'inscrit dans une approche opportuniste de sélection des données ou systématique d'échantillonnage ; le *contrôle, la réduction ou le repérage des influences* de la recherche sur le comportement des personnes participantes ; le *degré de participation des sujets*, qui peuvent n'être jamais au courant de leur implication dans la recherche ou être intégrés comme des collaborateurs et collaboratrices à part entière ; *l'inclusion du contexte* de recherche à même les données visuelles ou en ajoutant d'autres types de données ; les *aspects éthiques et légaux* de la recherche, spécialement le droit à l'image et le droit d'auteur ou d'autrice.

Le cadre de Pauwels peut servir à comprendre plusieurs aspects de la communication non verbale en recherche. D'une part, comment les images font la médiation entre les chercheurs, les chercheuses et les participants et participantes lors de la collecte de données. D'autre part, comment l'analyse des images peut être faite en collaboration avec d'autres membres de la recherche ou même avec les participants et participantes. Si les deux premiers thèmes permettent de comprendre différentes formes de communication en recherche lorsque des méthodes visuelles sont utilisées, c'est aussi à partir de ces choix que l'on comprend d'où viennent les matériaux présentant les résultats. Sarah Pink (2011) a par exemple filmé les visiteurs et visiteuses d'une

exposition de photographies d'époque. La vidéo était pour elle un moyen de participation et d'échanges avec les sujets de son étude. L'image qu'elle présente dans son article (figure 2) représente le dispositif visuel mis en place lors de l'exposition et visibilise les pratiques locales des visiteurs et visiteuses. Cela est possible grâce à la production d'une image à l'aide d'une technique automatique de captation d'un comportement naturel relatif à une culture matérielle particulière, au choix d'analyser le processus de diffusion et de réception de ces images, aux théories de la pratique qu'elle mobilise et au contexte qu'elle décrit par le texte et que l'on aperçoit en l'image. La fabrication du visuel utilisé pour la présentation de l'exposition de photographies a des enjeux scientifiques particuliers, notamment par rapport à l'influence de la chercheuse et de la caméra sur le comportement des visiteurs et visiteuses, et éthiques, par exemple quant à leur anonymat. Ces aspects des matériaux visuels sont à considérer par la chercheuse, mais font aussi l'objet d'une communication entre elle et les participants et participantes. Le troisième thème du cadre de Pauwels, qui sera maintenant abordé, permet d'analyser la présentation des matériaux de recherche en plus de leur fabrication.

Présentation des résultats de la recherche

Le troisième et dernier thème du cadre de Pauwels concerne la présentation des résultats. Je décrirai celui-ci avant de discuter de la visibilité et de la visualité des résultats présentés.

Formats

La première catégorie de ce thème est le format de la présentation. On se trouve ici sur un continuum entre deux pôles. D'un côté, on décide de publier un texte écrit ou d'exposer oralement ses résultats sans matériaux visuels et, de l'autre, un document dont la composition principale est visuelle, comme un film ou un essai photographique. Entre les deux se trouvent toutes sortes de productions multimédias, comme un article scientifique avec quelques images ou une conférence avec un support visuel. Ajoutons qu'il y a moyen de présenter les données de recherche en plus des résultats, particulièrement sur des bases de données numériques (Banks, 2001, pp. 151–166). Même lorsque des matériaux visuels sont utilisés en cours de recherche, il n'est pas rare de ne trouver aucune image dans la présentation des résultats. À l'inverse, une recherche n'ayant aucune donnée visuelle peut présenter une visualisation des résultats. Tout dépend des objectifs de recherche et des méthodes appropriées pour les atteindre. Une collecte systématique d'images, toutes les couvertures d'un magazine par exemple, couplée à une analyse de contenu pour mesurer la fréquence de différentes variables, comme le genre, le rôle, la situation ou la grosseur relative (Bell, 2001), ne nécessite pas de reproduction visuelle des résultats, car les statistiques et leurs significations représentent la finalité de la recherche. Au contraire, si l'objectif est de capter un processus, de représenter un phénomène en train d'être performé, de rester proche du contexte, de la situation, du local, alors une image ou un corpus d'images peut être nécessaire

ou avantageux (Galison, 2014). Un graphique, un diagramme ou un tableau peut aussi servir à voir différents phénomènes dans une grande quantité de données, par exemple lorsqu'elles sont extraites du web (Beuscart, Cardon, Pissard et Prieur, 2009).

Le choix du format peut s'inscrire dans une tradition de recherche pour certaines disciplines. Le film et l'essai photographique ont par exemple une histoire importante en sociologie et en anthropologie (Becker, 1974). Le sujet de la recherche peut aussi être décisif pour représenter un phénomène, la communication par la gestuelle étant par exemple plus facilement visible en mouvement qu'en image fixe (Alač, 2014 ; Collier et Collier, 1986). Certains enjeux éthiques doivent aussi être pris en compte dans le choix d'un format de présentation, le dessin préservant l'anonymat des participants par exemple (Vertesi, 2012). Ce choix peut aussi être fait par rapport aux compétences personnelles des membres de la recherche ou une demande institutionnelle pour un rapport de recherche commandée. Plusieurs facteurs influencent donc la décision du format de présentation des résultats. De plus, la validité du choix de format est relative à tous les autres choix qui sont faits au cours de la recherche et aux objectifs à atteindre.

Statuts

La deuxième catégorie de ce thème est le statut des éléments visuels présentés. Leur rôle peut être spécifique, comme celui d'illustration. Cependant, même lorsqu'il est spécifique, le rôle peut varier, par exemple en illustrant un cas

typique, particulier ou exceptionnel. Les matériaux visuels peuvent aussi répéter les informations présentées sous d'autres formes, exprimer une idée indépendante ou être en complémentarité avec elles.

Les trois catégories de Wagner, le visible, le visuel et le visualisé, sont utiles pour catégoriser les différents rôles des matériaux visuels présentés lors de la diffusion des résultats de recherche. Qu'ils soient utilisés comme illustration, exemple ou exception, certains matériaux servent à visibiliser le phénomène étudié. Par exemple, Nancy Van House (2009) étudie les usages sociaux de la photographie. Le corpus d'images qu'elle présente dans l'un de ses articles (Figure 3) rend visibles toutes les phases du processus de captation photographique, d'organisation et de mise en circulation des images, qui sont l'objet de sa recherche. Pour d'autres, les images reproduites font partie des matériaux analysés et synthétisent l'argumentaire. Celles-ci ne visibilisent pas le phénomène, mais rendent compte de l'observation et de l'analyse. C'est ce que font voir les images de manuels scientifiques présentées par Michael Lynch comme cas particulier de dispositif visuel utilisé dans des publications scientifiques (1985, 1990). Chaque image montre ce que Lynch observe et, prises ensemble, elles forment un corpus synthétisant son interprétation de la culture visuelle scientifique étudiée. Finalement, certains matériaux visuels présentent la construction théorique du chercheur. Amann et Knorr Cetina (1988) montrent par exemple sous forme de diagramme leur théorie du processus de fixation des évidences scientifiques. Ici, les images sont utilisées dans une stratégie de compréhension de ce que font les sujets étudiés.

Avec ce dernier cas, on voit que le statut des présentations visuelles des résultats de recherche ne tient pas seulement aux rôles joués par les matériaux reproduits, mais aussi à la relation entre les différents systèmes expressifs. En effet, les diagrammes d'Amann et Knorr Cetina mettent en relation des éléments verbaux par des liens visuels. De plus, un élément visuel n'a pas le même statut si on le contextualise dans le corps du texte (Hall et al., 1968), s'il est discuté lors d'un entretien dont un extrait est reproduit en légende (Harper, 2002) ou lors d'une observation dont des extraits de discussion font l'objet d'une analyse conversationnelle (Woolgar, 1990). On pense aussi, à même l'expression visuelle, aux relations entre des images de systèmes différents, par exemple lorsque deux médiums engendrent des lectures et des pratiques d'observation distinctes, comme entre la photographie et le dessin (Law et Lynch, 1990)

Usages

La troisième et dernière catégorie du cadre de Pauwels concerne les usages des éléments visuels et le cadre dans lequel on les présente. Ce que l'on fait avec ces matériaux visuels, non seulement avec le produit visuel, mais aussi tout ce avec quoi on travaille lors du processus de visualisation, varie d'une recherche à l'autre. De plus, leurs significations sont dérivées en grande partie du cadre de la présentation. Un rapport de recherche, une communication avec des collègues du même domaine, l'enseignement au corps étudiant et un produit grand public ont tous des objectifs particuliers et différents processus pour les atteindre.

Dans une étude comparant les images produites à partir des données du télescope spatial Hubble et de certaines œuvres du courant romantique américain, Elizabeth Kessler défend que l'espace astronomique y est représenté comme un paysage de l'ouest des États-Unis. À partir de l'analyse des contenus et des formes des images astronomiques, elle y trouve l'influence des mêmes concepts du « sublime » et de « frontière » que dans les œuvres romantiques. Cette description s'applique autant à sa thèse doctorale (Kessler, 2006), à une partie d'un article (Kessler, 2007), et à un livre qu'elle a publié (Kessler, 2012). Cependant, les formats de ces documents varient d'une situation à l'autre, notamment la qualité et la quantité des images ainsi que leur relation avec le texte. L'une des raisons est que l'on ne défend pas une thèse pour un petit public d'experts et d'expertes de la même manière que l'on présente une publication pour un grand public. Ce n'est pas uniquement une question de composition de l'image ou de médium de présentation. La signification accordée aux images change en fonction de l'identité du public (par exemple des collègues du même domaine par rapport à des personnes étrangères) et des pratiques sociales (la même personne ne juge pas une thèse comme elle se divertit à la lecture d'un grand livre d'images). Par ailleurs, Rose (2016, p. 46) affirme que les usages des images ont une fonction esthétique, mais aussi sociale. On observe cette dernière fonction des images lorsque Kessler (2014) présente devant un public de pairs les mêmes concepts qu'elle a défendus pour sa thèse, son article et publiés dans son livre, mais cette fois avec sa voix et une série d'images, dont des images en mouvement. En plus de ces spécificités esthétiques, cette présentation des résultats de recherche a ses propres fonctions

sociales : non seulement Kessler vulgarise le sujet en l’inscrivant dans un programme – l’image comme emplacement¹ –, mais elle clôt le cycle de conférence juste avant la réception. Ces détails sont contextuels, mais ils influencent qui sont les personnes présentes à cette conférence et dans quel état elles se trouvent au moment de la présentation.

Visibilité des résultats de recherche

On a vu plus tôt que, selon Gillian Rose, la visibilité des méthodes de recherche est liée non seulement aux matériaux visuels qu’elles impliquent, mais aussi aux aspects de la société qu’elles rendent visibles. Ainsi, les résultats de recherche sont visibles en deux sens, d’abord parce qu’on y inclut des images ou autres matériaux visuels, ensuite parce qu’ils montrent des aspects d’un phénomène étudié. On dirait de la première, étant reliée au document présenté, que c’est la visibilité ontologique des résultats de recherche ; de la seconde, reliée aux questions posées, que c’est sa visibilité épistémologique.

La première question à poser est de savoir ce que montrent les documents. Ce qui est montré sont les aspects que j’ai présentés dans la section précédente, c’est-à-dire les formats, les statuts et les cadres d’usage. Les documents étudiés montrent ces aspects des résultats de recherche – et les verbalisent dans certains cas. De plus, les résultats de recherche montrent ce qu’on voit dans les données ou ce qu’on pourrait potentiellement voir. On en trouve un exemple dans l’éllicitation photographique et la photo-voix (Hodgetts, Chamberlain, et Radley,

¹ <https://citris-uc.org/event/image-as-location-oct-22/>

2007), alors que les participants et participantes peuvent discuter de ce qu'ils et elles voient et ne voient pas dans les images produites pour la recherche ou trouvées dans la société. Les membres de la recherche peuvent mettre en évidence cette visibilité seulement avec les commentaires des participants et participantes, mais aussi en contrastant les images utilisées avec des images prises dans d'autres contextes et pour d'autres fins. Dans tous les cas, la visibilité ontologique des résultats de recherche revient à la matérialité des documents présentés, ou non présentés lorsqu'un texte cite des données visuelles absentes de la recherche ou qui ne servent pas de matériaux pour la présentation des résultats.

La question qu'on peut poser ensuite est de savoir comment et pourquoi on fabrique du sens avec cette visibilité. Howard Becker (1974) explique par exemple que des sociologues font de la photographie et présentent leurs images pour répondre aux mêmes questions que pour toute autre analyse sociologique et sur les mêmes sujets et concepts. La seule différence, selon lui, est que les photographes doivent être alertes aux concrétisations visuelles de leurs idées et simultanément ouverts à laisser ce qu'ils et elles trouvent dans ces photographies diriger le développement théorique. Becker affirme aussi que la vérité soutenue en recherche à l'aide d'images doit être assujettie au genre qu'elles peuvent proposer (2007). En d'autres mots, les images ne montrent aucune chose et n'émettent aucune affirmation sans que l'on n'interagisse avec l'objet de cette communication. Le choix d'un format, le statut des images dans le texte et l'encadrement des usages par le public sont tous des aspects non

seulement de la fabrication du produit visuel, mais aussi de sa signification. C'est-à-dire que ce qui est visible ou non dans les données informe les différentes étapes du processus de recherche jusqu'à la présentation des résultats, et au-delà jusqu'aux usages de ceux-ci par d'autres personnes. Le processus vise à incorporer progressivement une vision claire et précise du phénomène étudié au sein des images résultantes et ses contenus afférents. Cette visibilité épistémologique des résultats de recherche est donc reliée au document visuel présenté, mais aussi à la visualisation du phénomène social que les résultats représentent.

Ces constatations imposent de revenir à la définition de la visibilité de Jon Wagner. Celle-ci est importante pour comprendre la signification des matériaux visuels contextuelle au processus de recherche. La visibilité, selon Wagner, est associée à la réalité matérielle. Dans le cas de la présentation des résultats de recherche, les matériaux visuels peuvent servir d'évidence d'un aspect matériel examiné d'une culture ou d'une société ; c'est l'évidence d'une réalité dans le sens que ce qu'on cherche à voir est indépendant des objectifs et des moyens de recherche. Cependant, les résultats de recherche ne sont pas seulement constitués de matériaux visuels, mais de matériaux visuels visuellement significatifs vis-à-vis du phénomène étudié. Ces deux aspects de la visibilité des résultats de recherche, visibilité ontologique (les matériaux visuels) et visibilité épistémologique (visuellement significatifs), se rapportent au cadre de recherche. En somme, les résultats sont visuels relativement à la matérialité des documents présentés et visuellement significatifs, dans le cadre de la recherche,

relativement au phénomène étudié. La visualité, qu'on abordera maintenant, est aussi relié à cette logique, mais cette fois ce n'est pas la signification des matériaux de la recherche qui est prise en compte, mais celle de la recherche au sein d'un champ disciplinaire, des sciences sociales, voire même plus généralement en rapport avec la connaissance scientifique.

Visualité des résultats de recherche

La présentation visuelle des résultats de recherche n'est pas spécifique aux sciences sociales, mais les images utilisées dans l'une de ces disciplines académiques sont distinctes de toutes autres représentations. Prenons par exemple le diagramme, une figure que l'on trouve autant dans des études en sciences naturelles qu'en sciences sociales. Selon Marcus Banks (2001, p. 34), les diagrammes représentant une communauté au sein d'une étude anthropologique n'ont pas plus d'intérêts sociaux ou culturels que les diagrammes d'autres sciences, ou encore vis-à-vis d'une œuvre abstraite d'art moderne ou de la photographie d'une galaxie utilisée en astronomie. La distinction entre la production et la consommation d'objets visuels entre les sciences sociales et les autres domaines, selon lui, tient à leur enracinement dans des discours sociologiques. En rapport avec la visualité des résultats de recherche, on peut interpréter cet enracinement de deux manières. D'abord, la visualité est liée à l'enracinement pratique de la recherche dans un champ, un domaine ou les sciences en général ; on dirait de celle-ci qu'elle est méthodologique. Ensuite, la visualité est liée à l'enracinement culturel de la recherche dans ce champ ou domaine, visualité que l'on dira épistémologique.

Les enracinements pratiques et culturels sont indissociables, mais pour Pickering (1992), les « pratiques » scientifiques se résument à ce que font actuellement les scientifiques, alors que les « cultures » réfèrent au champ de ressources nécessaires pour l'opération de ces pratiques.

La visualité méthodologique d'une recherche se rapporte à sa matérialité. La question à poser ici est de savoir au sein de quelles pratiques scientifiques la recherche inscrit les usages de matériaux visuels. Une autre façon de présenter la question est de savoir dans quelle mesure les pratiques d'une discipline, d'un domaine ou des sciences en général encadrent la manière de montrer ces matériaux, et pour le public, la manière de les voir. Quoiqu'ils aient des objectifs communicationnels communs, les usages d'un blogue de recherche et les pratiques visuelles attachées à ce médium sont, par exemple, différents d'une culture épistémique à l'autre, car les contextes de recherche et les connaissances sur les pratiques médiatiques varient entre elles (Kjellberg, 2014). Au-delà des intentions de la recherche, les usages d'un blogue pour faire la présentation des résultats s'inscrivent donc dans certaines manières de faire. En ce sens, la visualité méthodologique des résultats de recherche est aussi en rapport avec la matérialité des documents présentés, mais ici ce sont la circulation et les usages de ces matériaux qui sont en jeu. À travers les pratiques qui engagent à la fois chercheurs, chercheuses et matériaux visuels, on voit quels savoirs sont partagés, quels savoir-faire sont mobilisés, quels publics sont visés et de quelles manières.

La visualité épistémologique d'une recherche a rapport à la signification des matériaux visuels présentant un phénomène relativement à un champ disciplinaire, un domaine ou les sciences en général. La question à poser est : quels sens les usages des matériaux visuels ont-ils vis-à-vis des pratiques partagées par un groupe donné ? Dans une formulation plus descriptive, on demanderait : quelles sont les manipulations servant à traduire un processus scientifique en production visuelle et dans quelle mesure encadrent-elles la manière de montrer ces résultats, et pour le public, la manière de les voir ? Prenons, par exemple, l'ethnographie de laboratoire de Janet Vertesi (2015) pour étudier la visualisation des deux robots qui explorent Mars, *Spirit* et *Opportunity*. Plusieurs images reproduites dans son livre sont utilisées pour d'autres travaux, comme les photographies de la surface martienne servant à des géochimistes et des géomorphologistes à étudier la composition et l'organisation du sol de la planète rouge. Les usages de ces images par Vertesi ont cependant recours aux ressources d'une tout autre culture que celles de ces acteurs et actrices. En interprétant ces images conjointement aux observations des ingénieurs et ingénieures, elle met en pratique et en relation le concept d'incorporation (des scientifiques qui miment les deux robots pour les contrôler), la technique de la photographie (pour permettre la description de leurs postures), des interprétations visuelles locales (permettant selon elle le maintien de la structure organisationnelle au sein du groupe étudié) et des interactions avec les sujets (entre autres médiées par les images lues et prises lors de la recherche). Cette performance est une expression particulière, en termes de sensation, de construction de sens et de relation aux autres, d'une

culture visuelle socioscientifique associée à l'interprétation de la surface martienne dans une démarche ethnométhodologique. C'est aussi une visualisation singulière du corps des scientifiques, qu'on pourrait associer à une visualité féministe et matérialiste (Cartwright, 2014). Cet exemple montre que la visualité épistémologique des résultats de recherche est complexe, car elle est liée non seulement aux significations des matériaux visuels vis-à-vis des pratiques d'un domaine de connaissances sur un objet de recherche ou un phénomène étudié, mais aussi par rapport aux théories mobilisées.

Conclusion

Les enjeux de la présentation visuelle des résultats de recherche sont nombreux. On pense notamment à tous les aspects reliés à la multiplicité des moyens de fabriquer et présenter ces contenus et leur encadrement dans différents contextes. Problématiser la présentation visuelle des résultats de recherche en sciences sociales comme une forme particulière de communication non verbale exige aussi de réfléchir à la visibilité et la visualité de ces résultats de recherche, qui sont indissociables des contextes dans lesquels s'inscrivent leurs présentations. Alors qu'une recherche empirique devrait compléter cette démarche afin de comprendre les processus de production et de réception de ces contenus dans des contextes décrits avec plus de profondeur, cette démarche théorique permet du moins d'établir quels liens devraient être étudiés entre les contenus présentés visuellement et les contextes de présentation. L'analyse de la visibilité et de la visualité des résultats de recherche montre notamment qu'on devrait porter une attention particulière non seulement à la

fabrication des matériaux visuels et leurs insertions dans les documents présentant les résultats de recherche, mais aussi chercher à comprendre comment et pourquoi ces matériaux sont visuellement significatifs vis-à-vis de la recherche elle-même, du domaine de recherche et de la connaissance scientifique mobilisée.

ANNEXES

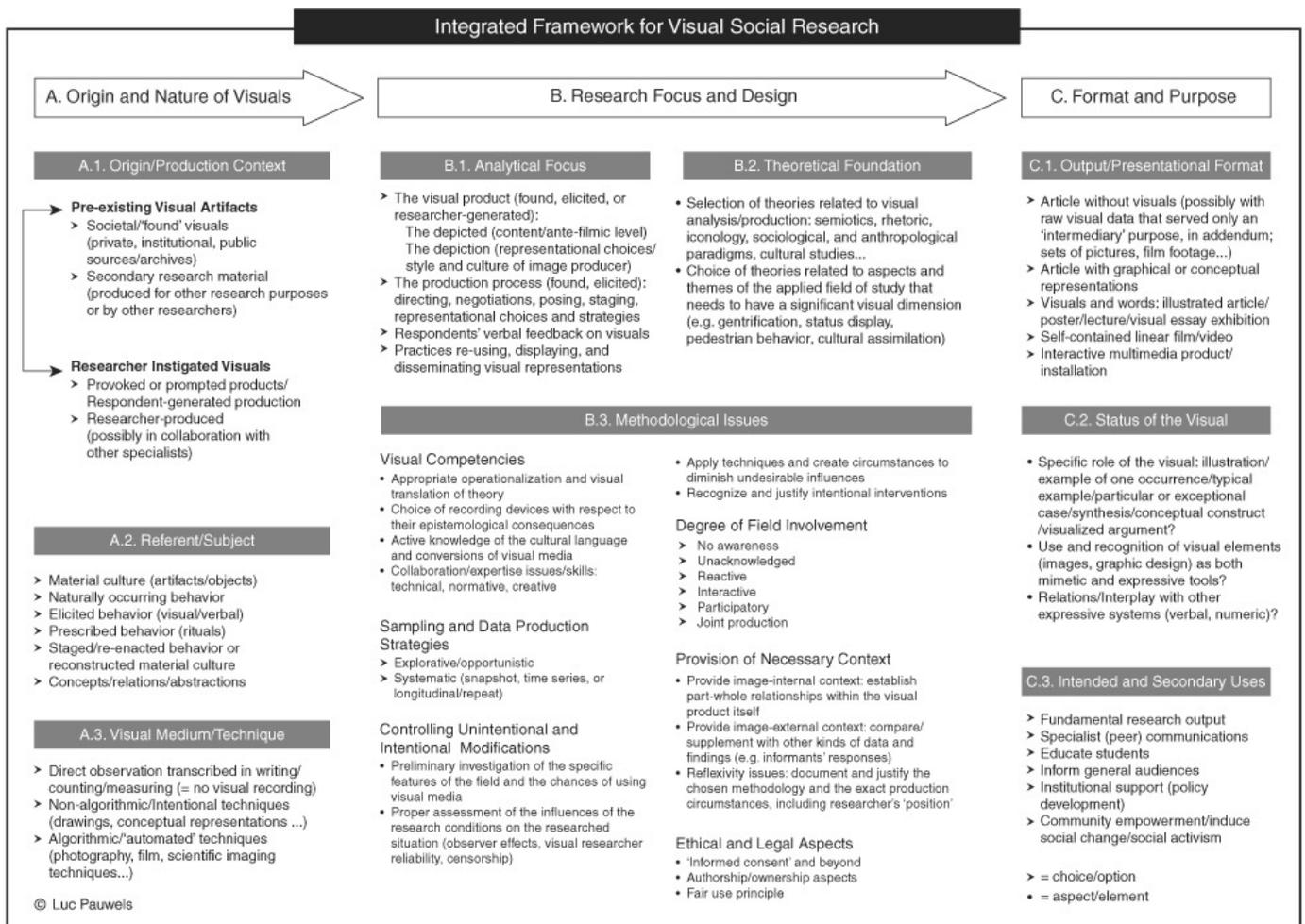


Figure 1 – Cadre intégré des méthodes visuelles en sciences sociales (Pauwels, 2011)



FIGURE 1. Images of past carnivals were laid out on tables during carnival. This meant that local people could scan for relatives and friends, and remember past events together, to produce personal narratives and collective memories at a number of levels. Photograph © Sarah Pink 2005, with credit to Aylsham Town Council Archive to which the photographs featured in this figure belong.

Figure 2 – Photographie d’une exposition de documents d’archive de la ville d’Aylsham prise par Sarah Pink durant son carnaval de 2005.

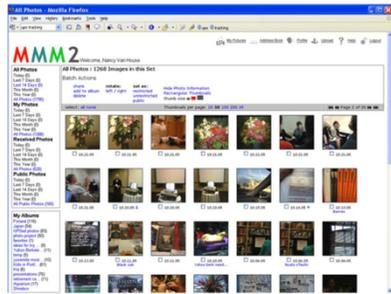


Fig. 1. MM2 user personal webpage. Shows images taken by the owner or received from other MM2 users, by time, most recent first. From here images can be sent to other users on the MM2 to system or, via email, to others.



Fig. 3. Photo likely taken to fill out a narrative: in this case, likely to indicate location of a sequence of images.



Fig. 4. Work station with personal photos.



Fig. 6. Subject views photo, and photo is re-taken.

Figure 3 – Quelques images des projets de recherche sur la photographie personnelle présentées par Nancy Van House.

Références

- Alač, M. (2014). Digital Scientific Visuals as Fields for Interaction. Dans C. Coopmans, J. Vertesi, M. Lynch, et S. Woolgar (Dir.), *Representation in scientific practice revisited* (pp. 61–87). Cambridge, Mass: MIT Press.
- Amann, K., et Cetina, K. K. (1988). The Fixation of (Visual) Evidence. *Human Studies*, 11(2/3), 133–169.
- Banks, M. (2001). *Visual methods in social research*. London: Sage.
- Becker, H. (1974). Photography and Sociology. *Studies in Visual Communication*, 1(1), 3–26.
- Becker, H. (2007). Les photographies disent-elles la vérité? *Ethnologie française*, Vol. 37(1), 33–42.
- Bell, P. (2001). Content Analysis of Visual Images. Dans T. Van Leeuwen et C. Jewitt (Dir.), *Handbook of visual analysis* (pp. 10–34). London; Thousand Oaks [Calif.]: SAGE.
- Beuscart, J.-S., Cardon, D., Pissard, N., et Prieur, C. (2009). Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus? *Reseaux*, n° 154(2), 91–129.
- Boidy, M. (2017). « I Hate Visual Culture ». *Revue d'anthropologie des connaissances*, Vol. 11(3), 303–319.
- Bucchi, M., et Neresini, F. (2008). Science and Public Participation. Dans E. J. Hackett, O. Amsterdamska, M. Lynch, et J. Wajcman (Dir.), *Handbook of science and technology studies* (pp. 449–472). Cambridge, Mass: MIT Press.
- Callon, M., Lascoumes, P., et Barthe, Y. (2014). *Agir dans un monde incertain: Essai sur la démocratie technique*. Paris: Éditions Points.
- Cartwright, L. (2014). Visual Science Studies: Always Already Materialist. Dans A. Carusi, A. S. Hoel, T. Webmoor, et S. Woolgar (Dir.), *Visualization in the Age of Computerization* (pp. 243–268). New York: Routledge.
- Chauvin, P.-M., et Reix, F. (2015). Sociologies visuelles. Histoire et pistes de recherche. *L'Année sociologique*, Vol. 65(1), 15–41.
- Collier, J., et Collier, J. (1986). *Visual anthropology photography as a research method*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Du, M., et Meyer, M. (2008). Photographier les paysages sociaux urbains. Itinéraires visuels dans la ville. *Ethnographiques.Org*, (17).
- Foster, H. (Dir.). (1988). *Vision and Visuality*. Seattle, Wash: Bay Press.

- Galison, P. (2014). Visual STS. Dans A. Carusi, A. S. Hoel, T. Webmoor, et S. Woolgar (Dir.), *Visualization in the Age of Computerization* (pp. 197–225). New York: Routledge.
- Hall, E. T., Birdwhistell, R. L., Bock, B., Bohannon, P., Diebold, A. R., Durbin, M., ... Vayda, A. P. (1968). Proxemics [and Comments and Replies]. *Current Anthropology*, 9(2/3), 83–108.
- Harper, D. (2002). Talking about pictures: A case for photo elicitation. *Visual Studies*, 17(1), 13–26.
- Hodgetts, D., Chamberlain, K., et Radley, A. (2007). Considering Photographs Never Taken During Photo-production Projects. *Qualitative Research in Psychology*, 4(4), 263–280.
- Jay, M. (2002). Cultural relativism and the visual turn. *Journal of Visual Culture*, 1(3), 267–278.
- Kessler, E. A. (2006). *Spacescapes: Romantic Aesthetics and the Hubble Space Telescope Images*. [thèse de doctorat, University of Chicago, États-Unis]. ProQuest Dissertations & Theses Global.
- Kessler, E. A. (2007). Resolving the nebulae: The science and art of representing M51. *Studies in History and Philosophy of Science Part A*, 38(2), 477–491. <https://doi.org/10.1016/j.shpsa.2007.03.001>
- Kessler, E. A. (2012). *Picturing the Cosmos: Hubble Space Telescope Images and the Astronomical Sublime*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Kessler, E. A. (2014, Novembre). *There and Back Again: Seeing Ourselves Through Telescopes, Satellites and Space Probes*. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=CzqV5T-XCXketab_channel=CITRIS
- Kjellberg, S. (2014). Researchers' Blogging Practices in Two Epistemic Cultures: The Scholarly Blog as a Situated Genre. *Human IT*;3, 12.
- Law, J., et Lynch, M. E. (1990). Lists, field guides, and the descriptive organization of seeing: Birdwatching as an exemplary observational activity. Dans M. E. Lynch et S. Woolgar (Dir.), *Representation in Scientific Practice* (pp. 267–299). Cambridge, Mass: MIT Press.
- Lynch, M. (1985). Discipline and the Material Form of Images: An Analysis of Scientific Visibility. *Social Studies of Science*, 15(1), 37–66. <https://doi.org/10.1177/030631285015001002>
- Lynch, M. (1990). The externalized retina: Selection and mathematization in the visual documentation of objects in the life sciences. Dans M. E. Lynch et

- S. Woolgar (Dir.), *Representation in Scientific Practice* (pp. 153–186). Cambridge, Mass: MIT Press.
- Meyer, M. (2017). De l'objet à l'outil : la photographie au service de l'observation en sciences sociales. *Recherche qualitatives, Hors Séries*(22), 8-23.
- Pauwels, L. (2011). An Integrated Conceptual Framework for Visual Social Research. Dans E. Margolis et L. Pauwels, *The SAGE Handbook of Visual Research Methods* (pp. 3–23). London, UK: SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446268278.n1>
- Pickering, A. (Dir.). (1992). *Science as practice and culture*. Chicago: University of Chicago Press.
- Pink, S. (2011). Amateur photographic practice, collective representation and the constitution of place. *Visual Studies*, 26(2), 92–101. <https://doi.org/10.1080/1472586X.2011.571884>
- Rose, G. (2012). The question of method: Practice, reflexivity and critique in visual culture studies. Dans I. Heywood et B. Sandywell (Dir.), *The Handbook of Visual Culture* (pp. 542–558). London: Berg.
- Rose, G. (2014). On the Relation between 'Visual Research Methods' and Contemporary Visual Culture. *The Sociological Review*, 62(1), 24–46. <https://doi.org/10.1111/1467-954X.12109>
- Rose, G. (2016). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials*. London: SAGE Publications Ltd.
- Rowe, G., et Frewer, L. J. (2005). A Typology of Public Engagement Mechanisms. *Science, Technology, et Human Values*, 30(2), 251–290.
- Smith, M. (2005). Visual Studies, or the Ossification of Thought. *Journal of Visual Culture*, 4(2), 237-256.
- Sturken, M., et Cartwright, L. (2018). *Practices of looking an introduction to visual culture*.
- Van House, N. A. (2009). Collocated photo sharing, story-telling, and the performance of self. *International Journal of Human-Computer Studies*, 67(12), 1073–1086. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2009.09.003>
- Vertesi, J. (2012). Seeing like a Rover: Visualization, embodiment, and interaction on the Mars Exploration Rover Mission. *Social Studies of Science*, 42(3), 393–414.

- Vertesi, J. (2015). *Seeing like a Rover: How robots, teams, and images craft knowledge of Mars*. Chicago; London: University of Chicago Press.
- Wagner, J. (2006). Visible materials, visualised theory and images of social research. *Visual Studies*, 21(1), 55–69. <https://doi.org/10.1080/14725860600613238>
- Woolgar, S. (1990). Time and documents in researcher interaction: Some ways of making out what is happening in experimental science. Dans M. E. Lynch et S. Woolgar (Dir.), *Representation in Scientific Practice* (pp. 123–152). Cambridge, Mass: MIT Press.