

**Arnaud Noblet**, doctorant, Gresec (Groupe de recherche sur les enjeux de la communication), Université Stendhal

**Nathalie Pignard-Cheynel**, Maître de conférences, Université Stendhal, Gresec (Groupe de recherche sur les enjeux de la communication)

Colloque *Web Participatif - Usages 2.0 : Mutation de la communication?*, 6-7 mai 2008

## **L'encadrement des contributions « amateurs » au sein des sites d'information : entre impératif participatif et exigences journalistiques**

### **L'impératif participatif**

Le web ne semble plus aujourd'hui pouvoir être envisagé en dehors de sa dimension participative. Certains n'hésitent pas à parler de « révolution aussi importante que celle du début de l'ère industrielle » (De Rosnay, Revelli 2006) pour faire référence aux pratiques qui se mettent en place dans le cadre du web 2.0 et qui placent l'utilisateur au cœur des dispositifs de création de contenus. Bénéficiant d'une large médiatisation, ces discours ont progressivement irrigué les différents secteurs du web et notamment ceux de l'information. De sorte qu'aujourd'hui, la participation semble devenue un impératif, une nécessité impérieuse que les sites d'information ne peuvent que difficilement occulter ou renier.

Au-delà des discours de promesse et des effets d'annonce, cette vague participative s'incarne dans de nouveaux sites d'information, dits « pure players », dont la ligne éditoriale s'appuie explicitement sur la contribution d'internautes « amateurs »<sup>1</sup>. Leur point commun est d'être des sites encadrés par des journalistes et qui laissent une part (plus ou moins) importante à cette participation amateur.

Les entreprises de presse ne sont pas restées inactives face à cette évolution. Les sites de presse quotidienne régionale, qui se sont considérablement développés ces derniers mois, abandonnant pour beaucoup la simple formule de vitrine de leur publication papier, ont pour certains fait le choix d'une ouverture à la participation des internautes<sup>2</sup>. De même, les initiatives récentes et à venir de grands titres de la presse nationale laissent apparaître une prise en compte accrue de l'impératif participatif comme c'est le cas pour *Libération* qui prépare pour l'automne 2008 une refonte de son site avec une forte coloration participative ; ou encore le groupe *Le Monde* qui a lancé, en octobre 2007, lepost, un « site qui expérimente le dialogue et le partage de données entre un site et son audience »<sup>3</sup>. Un mouvement auquel n'échappent pas non plus les médias audiovisuels (parmi les initiatives les plus abouties en termes de participation, citons l'émission *L'Atelier des médias* diffusée sur RFI<sup>4</sup> ou le projet *Les Observateurs* de France 24<sup>5</sup>).

---

<sup>1</sup> Emblèmes de cette tendance en France, les sites Rue89 (auto-qualifié de « site d'information participatif ») et Mediapart (« journal participatif »).

<sup>2</sup> Citons à titre d'exemple le site Blognaute (<http://www.blognaute.fr>), lancé par le groupe Centre France et présenté comme un blog destiné à « donner la parole aux internautes sur des sujets d'actualité », avec la volonté d'établir des passerelles vers les supports papier de *La Montagne* et le *Populaire du Centre* dans lesquels une sélection des contributions du blog est publiée à fréquence hebdomadaire.

<sup>3</sup> Notons toutefois que quelques journaux continuent à faire le choix d'une non présence assumée sur le web, comme c'est encore le cas pour Le Canard Enchaîné ou certains journaux de PQR.

<sup>4</sup> <http://atelier.rfi.fr>

Les récentes études menées sur la participation sur les sites de presse dits « traditionnels » (Falguères 2006, Touboul 2006) se sont inscrits dans un contexte où ces développements n'avaient pas encore eu lieu. Elles concluent dans l'ensemble à une faible prise en compte par les journalistes de cette activité, malgré un affichage et des discours volontaristes. Annelise Touboul achève son étude sur les espaces participatifs au sein des sites de *Libération* et du *Monde* par cette formule : « *les rédactions veulent garder la main, rester à l'origine de l'information* ».

Partant de ce double constat (celui d'études montrant une minoration voire une mise à distance de la participation sur les sites de médias traditionnels et celui d'un contexte dans lequel les impératifs participatifs sont de plus en plus prégnants), nous nous proposons de réinterroger la problématique de la participation sur les sites de presse à la lumière des évolutions qu'a connues le secteur de l'information en ligne ces derniers mois (avec notamment la création de *pure players*), en étudiant non seulement les modalités de participation à l'intérieur de ces sites mais également leur degré d'intégration à l'offre de contenus journalistiques.

Nous faisons l'hypothèse que les sites d'information à dominante journalistique professionnelle (à distinguer par là même des sites de journalisme citoyen tels qu'*Agoravox*) se positionnent, dans leur offre de dispositifs participatifs, en référence à deux pôles opposés : une participation juxtaposée aux contenus journalistiques qui, de fait, n'offre que peu de porosité entre les deux apports ; et, à l'opposé, une participation intégrée, voire incarnée dans le modèle journalistique sous-jacent, et qui tendrait à une co-production de l'offre éditoriale. Entre ces deux options révélatrices de stratégies différentes, peuvent être identifiés un certain nombre de sites qui développent un positionnement hybride, empruntant à l'une et à l'autre des options, et selon des modalités de mise en œuvre différentes.

Nous n'avons pas pour ambition de présenter une analyse exhaustive de l'ensemble des sites d'information en ligne intégrant une dimension participative mais plutôt de faire ressortir, à partir de l'analyse de quelques uns de ces sites, les tendances qui semblent se dessiner aujourd'hui. Pour étayer notre propos, nous avons procédé à l'analyse de cinq sites d'information qui nous paraissent révélateurs de ces évolutions : *lemonde.fr*, *libe.fr*, *lefigaro.fr*, *lepost.fr* et *rue89.fr*. Cet échantillon comprend à la fois des sites de médias traditionnels et des sites *pure players* ainsi qu'une configuration particulièrement intéressante (sur laquelle nous reviendrons) : celle d'un groupe qui a fait le choix de déconnecter du site-mère une part de l'impératif participatif – le plus expérimental – en créant un site dédié évoluant sous une autre marque (la configuration *Le Monde / lepost*).

Afin de valider notre hypothèse, nous avons mené une analyse de ces sites, complétée d'entretiens semi-directifs avec les responsables éditoriaux, en nous attachant à l'identification des formes visibles de participation, aux modalités d'encadrement journalistique et à la valorisation/exploitation de ces contenus produits par des non journalistes.

### **Le participatif juxtaposé**

Par « participatif juxtaposé », nous faisons référence à des sites d'information qui ouvrent leurs pages à l'expression de leurs lecteurs (abonnés) ou plus largement des internautes,

---

<sup>5</sup> <http://observers.france24.com/fr>

voire qui offrent une visibilité à ces contenus amateurs, mais toujours de manière parallèle à la production journalistique, et clairement distinguée de cette dernière.

Un certain nombre de sites de presse développés par des médias traditionnels ont fait ce choix d'un participatif présent sur leur site web mais assigné à des espaces distincts de l'offre journalistique, sans que l'on puisse observer une porosité ou un enrichissement de l'un envers l'autre.

Notons que cette juxtaposition des deux discours et la faible (ou absence d') intégration de la participation aux contenus journalistiques ne se traduit pas, comme on pourrait le penser, par une offre de participation réduite. *Le Monde* (et dans une moindre mesure *Le Figaro*) propose divers dispositifs contributifs générant d'abondants contenus (commentaires, blogs, chats, forums) et la participation est donc, d'un point de vue quantitatif, largement présente sur ces sites (lemonde.fr héberge plus de 900 blogs, organise plusieurs chats par semaine, ouvre tous ses articles aux commentaires et gère plus d'une vingtaine de forums). Si la participation peut donc être quantitativement très présente sur ces sites, c'est dans son absence de valorisation et dans sa faible exploitation journalistique que se manifeste le peu d'intérêt éditorial des rédactions pour ce type de contribution.

L'architecture d'un site comme celui du *Monde* est révélatrice de cette juxtaposition des espaces de paroles, des journalistes et des contributeurs extérieurs. La différenciation est clairement établie entre la production éditoriale de la rédaction qui occupe la colonne principale de la page d'accueil (celle de gauche) et les contributions externes concentrées sur deux pavés sur la colonne centrale : l'un listant quelques blogs mis en avant, et l'autre affichant de manière automatique la « dernière réaction » publiée par un abonné sur le site. Malgré un apport quantitatif importants, les empreintes de la participation sont donc discrètes sur le site du Monde et surtout apparaissent toujours bien cantonnées à des espaces spécifiques, ne se mélangeant pas à la production journalistique classique. Dans le rubriquage du site, là encore, journalistique et participatif sont clairement dissociés : « actualités » pour le premier et « perspectives » pour le second (un choix terminologique qui ne valorise pas spécifiquement l'apport des « internautes » à cette rubrique). Dans les pages intérieures, enfin, les espaces de participation apparaissent de manière distincte ; les blogs du monde.fr sont regroupés sur une page propre dont la mise en écran est différente de la Une, dédiée aux contenus journalistiques. Différenciation mais également hiérarchisation des formes de participation puisque le site du Monde distingue, au sein des centaines de blogs qu'il héberge, ceux tenus par des correspondants, journalistes du monde.fr ou de personnalités (une douzaine de blogs étiquetés « les invités du monde.fr ») de ceux des abonnés.

Avec le participatif juxtaposé, les contributions externes sont donc bornées, périmétrées, au sein de l'offre éditoriale. Les interactions avec les contenus journalistiques sont quasiment inexistantes et l'apport journalistique dans l'encadrement de la participation très limité. La gestion est d'ailleurs le plus souvent sous-traitée à une société externe (comme c'est le cas pour *Le Figaro*) ou confiée à une équipe de modérateurs non salariés du journal et n'ayant que peu de contact avec la rédaction (*Le Monde*).

### **Le participatif intégré**

Pour mettre en évidence le participatif intégré à la pratique journalistique, nous prendrons l'exemple Rue89, site d'information et de débat *pure player* lancé en mai 2007.

La participation est une dimension constitutive du projet de Rue89<sup>6</sup> comme cela est expliqué dans la FAQ du site : « [Rue89] est un site d'information conçu pour Internet, qui n'est pas adossé à un média traditionnel. [...] C'est une manière d'informer qui repose sur la coproduction de contenus entre des journalistes, des experts, des passionnés, des témoins, des blogueurs et tous les visiteurs du site. Les internautes peuvent participer à ce site en soumettant leurs idées, leurs contributions (pas trop longues), leurs réactions. » Il ne s'agit donc pas simplement d'intégrer de nouvelles voix (les experts et les internautes) parallèlement à celles des journalistes, mais de viser à une réelle coproduction des contenus. Les non journalistes sont hissés au statut d'auteur à part entière et la forme de participation valorisée ici est bien celle de la participation-contribution.

Dans les dispositifs de participation mis en place sur le site de Rue89, on retrouve des formats assez classiques (les commentaires et les blogs notamment) ; mais ce qui diffère, c'est l'exploitation éditoriale et même journalistique annoncée. La participation n'apparaît pas comme un faire-valoir du journaliste mais comme un apport venant (re)légitimer la parole journalistique. Fait rare si ce n'est unique sur les sites d'information en France, les commentaires sont modérés par les journalistes eux-mêmes, chacun étant en charge de l'animation des débats générés par la publication de son article ; cette activité se traduit fréquemment par une intervention du journaliste qui répond aux interrogations ou aux critiques des lecteurs se manifestant dans les commentaires.

Difficile, en consultant la « Une » du site de faire la distinction entre les contenus produits par les journalistes de Rue89 et les productions d'internautes ou d'experts. La mise en forme de ces différents discours est exactement la même. Le seul élément paratextuel qui nous renseigne sur le statut de l'auteur est le qualificatif qui accompagne son identification (« Rue89 » pour les papiers émanant de la rédaction et le statut de l'auteur dans les autres cas – souvent des journalistes mais également des enseignants, des chercheurs, des étudiants, des blogueurs<sup>7</sup>, etc.). La distinction est donc extrêmement discrète et les contributions d'amateurs et de journalistes sont mêlées dans l'architecture de la page et la construction de l'offre éditoriale.

Ce qui caractérise Rue89 (et qui le distingue d'un site comme lepost.fr ou de sites de journalisme citoyen), c'est le fort encadrement journalistique dont font l'objet les contributions externes. Cet encadrement se positionne tantôt en amont du processus participatif (appel à contributions, sollicitation d'un internaute repéré par ses commentaires pour rédiger une tribune ou tenir un blog, conseils fournis pour apporter une contribution pertinente) tantôt en aval (sélection des meilleurs commentaires de chaque article pour les mettre en évidence ; retraitement de certaines réactions pour en faire des contributions éditorialisées, etc.).

Cette participation des « amateurs » est également fréquemment intégrée dans les contenus journalistiques sous la forme de remerciements<sup>8</sup> ou de mise en valeur des réactions de

<sup>6</sup> Ce projet vient d'ailleurs d'être réaffirmé à travers la mise en place annoncée fin mai 2008 d'un « Rue89 Marseille » (<http://www.rue89.com/marseille>) dont la vocation affichée est de « contribuer à faire vivre une information participative à Marseille et dans la région ».

<sup>7</sup> Notons au passage qu'une analyse fine du profil des contributeurs sur le site Rue89 confirmerait très probablement l'affirmation de Franck Rebillard selon laquelle « l'intervention des internautes sur le contenu [...] est une pratique socialement minoritaire » (Rebillard 2007, p.48).

<sup>8</sup> Ce marquage particulier prend soit la forme d'un remerciement individualisé (dans une note, le journaliste indique alors « Merci à XXX de m'avoir signalé cette info »), soit celle d'un pictogramme accompagnant les articles concernés et précisant « info signalée par un internaute ».

lecteurs<sup>9</sup>. L'offre éditoriale se voit donc très directement et visiblement modifiée par les interventions des internautes qui inter-agissent sur les contenus journalistiques.

### Les formules hybrides

Entre les deux pôles opposés que représentent le participatif juxtaposé et le participatif intégré s'étendent des formules intermédiaires et même hybrides. On y trouve notamment des médias traditionnels qui ont fait un choix initial de fort développement de la participation voire de son intégration à l'offre journalistique, mais qui, au-delà de la conciliation entre exigences journalistiques et impératifs participatifs, doivent tenir compte de la préexistence de la rédaction et de l'offre journalistiques et garantir la production de contenus éditoriaux de qualité. La difficulté à gérer est alors celle de l'encadrement journalistique d'un impératif participatif qui surgit dans une offre éditoriale préalable qui s'en passait (ou presque) jusqu'alors. Cette contrainte s'exprime de manière différente selon les cas. Pour le groupe Le Monde, le choix a été fait de déconnecter structurellement (et symboliquement) du site-mère les modalités participatives les plus radicales et expérimentales afin de les développer sur un site indépendant, lepost, ne revendiquant aucun lien avec le monde.fr. Pour *Libération* au contraire, le choix a été fait d'intégrer les impératifs participatifs au site-mère, en essayant de les gérer dans une optique de synergies avec les productions journalistiques, qu'elles s'expriment sur le site ou sur le journal papier.

#### *Le participatif semi-intégré*

L'analyse du site libe.fr fait immédiatement apparaître une multiplication des espaces de participation : les commentaires, les chats, les forums, les blogs, la page Rebonds (qui ouvre des tribunes dont certaines font l'objet d'une publication dans le quotidien) ou encore le Contre-journal qui lui aussi offre des synergies avec la publication imprimée. Malgré une forte présence sur le site, les contributions des internautes sont peu rendues visibles sur la page d'accueil qui présente un habillage assez classique et qui met l'accent surtout sur les contenus journalistiques. Lorsque c'est le cas, les participations sont assez clairement démarquées de la production de la rédaction, avec des systèmes d'encadrés de couleur par exemple qui les distinguent du flux d'articles plus classiques. La participation est en revanche très présente dans le rubriquage du site avec plusieurs entrées : la rubrique « Interactif » qui donne accès aux chats, aux forums, aux blogs, à la page Rebonds et au Contre-journal, la rubrique « Rebonds » et la rubrique « Vous ».

Malgré la multiplicité des formes de participation offertes aux « Libénautes », leur gestion est limitée à un petit nombre de journalistes. Sur la dizaine de membres de la rédaction web, seuls trois sont directement amenés à gérer de la participation : une personne est en charge des blogs d'invités, une autre des chats et des forums et une dernière du Contre-journal. Comme pour *Le Figaro*, la modération des commentaires est sous-traitée à la société Conciléo, un choix qui n'est pas éditorial mais économique. Le rédacteur en chef de libe.fr reconnaît en effet que la sous-traitance des commentaires présente de nombreux inconvénients parmi lesquels le fait de « *faire gérer par quelqu'un d'extérieur notre richesse, à savoir notre communauté et notre lien avec le lecteur* » ; il concède également que cette externalisation rend moins évidente l'exploitation de cette matière.

---

<sup>9</sup> Les réactions des lecteurs se voient intégrées au contenu premier lorsqu'il s'agit de rectificatifs ou de compléments que le journaliste souhaite inclure dans son texte, ne laissant pas l'information isolée dans un commentaire.

L'encadrement journalistique de la participation sur le site de *Libération* est toutefois plus fort qu'au *Monde* ou au *Figaro*. Il s'incarne notamment dans les interactions rendues possibles par le dispositif du Contre-journal et celui des blogs d'invités, mais sur un modèle à chaque fois similaire : le journaliste donne le ton, l'impulsion (en sollicitant des blogueurs, en proposant des sujets de discussion sur les forums) puis encadre – ou recadre – et éditorialise la participation (dans le cas des blogs et du contre-journal). Cette implication du journaliste peut d'ailleurs donner lieu à une véritable « co-production » de contenus (dans les pages du Contre-journal, il n'est pas rare de voir des papiers co-signés par un internaute et un journaliste). Il s'agit donc pour *Libération* de favoriser une participation raisonnée, impulsée et enrichie par l'activité journalistique, qui valorise surtout la participation sous forme de contribution, l'enrichissement par les internautes se situant de fait moins dans une logique de réaction ou de suggestion à la production journalistique.

#### *Le participatif externalisé*

Une autre option qui semble se dégager d'un positionnement hybride, entre juxtaposition et intégration de la participation, est celle consistant à déporter une partie de la participation amateur (la plus radicale généralement) du site-mère sur un espace spécifiquement dédié, sans risquer de compromettre l'image de la marque.

C'est ainsi que le groupe *Le Monde* a lancé, en octobre 2007, le site lepost.fr, dont la séparation d'avec lemonde.fr est structurelle (rédactions séparées), physique (les sites occupent des espaces différents) et symbolique (noms distincts, charte graphique différente, etc.). Il est d'ailleurs aisément imaginable que *Le Post*, dans sa version actuelle, n'aurait jamais pu être intégré à l'offre éditoriale du *Monde*, tant les options prises vont à l'encontre de celles du journal ; *Le Post* peut même être envisagé comme « tout ce que *Le Monde* n'est pas » : un site populaire, qui s'adresse prioritairement à une cible jeune et plutôt enclin à traiter de l'actualité « trash » et « people ». Les références entre lemonde.fr et lepost sont de fait très minces : la seule présence du post sur le site du *Monde* se fait par l'intermédiaire d'un encart publicitaire, tandis que la mention du *Monde* sur le site du *Post* est uniquement une mention légale.

Notons que ce principe de « dé-marquage » par rapport à une offre éditoriale antérieure n'est pas entièrement nouveau ; c'est exactement cette logique qui a prévalu lorsque le *Dauphiné Libéré* a lancé, en 2007, le site participatif Quelcandidat.com dédié aux élections présidentielle et législatives. La référence au *Dauphiné Libéré* a d'ailleurs été, dans les premiers temps plutôt discrète, avant de s'afficher plus clairement, à mesure que le site rencontrait le succès escompté, succès d'audience mais également succès journalistique (Pignard-Cheynet 2007).

#### **Conclusion : vers une redéfinition de l'impératif participatif ?**

La question sous-jacente de notre travail était celle de la conciliation de l'impératif participatif et d'exigences journalistiques. En guise de conclusion, nous nous proposons de réinterroger cette notion même d'impératif participatif. Nous l'avons présentée en introduction comme une tendance impérieuse vers laquelle pencheraient naturellement les sites d'information, de peur de se laisser distancer par leurs concurrents ou de se le voir reprocher par leurs lecteurs. L'impératif participatif, que nous avons envisagé ici dans sa relation aux pratiques journalistiques, peut être considéré à un autre niveau, économique cette fois (Touboul 2006). A ce stade, les logiques journalistiques s'estompent derrière des choix marketing et les

formes de financement, publicitaires, liées à la fréquentation des sites. Ainsi, sur un site comme celui de *Libération*, le trafic généré par les productions non journalistiques représente un tiers du trafic total, ce qui est loin d'être négligeable. La tentation peut donc être grande d'augmenter encore ce trafic en privilégiant l'ouverture des dispositifs participatifs, ce qui se traduit généralement par un désengagement du journaliste dans sa gestion (la modération des commentaires, trop nombreux, est externalisée ; la gestion des blogs non encadrée journalistiquement, comme c'est le cas sur le site du *Monde*, est uniquement confiée à leurs auteurs).

La seconde lecture de l'impératif participatif découle de certaines observations du site Rue89 qui, rappelons-le, est sans doute aujourd'hui en France l'exemple le plus abouti d'une intégration de la participation à l'activité journalistique (même si cette intégration, nous l'avons vu est, dans les faits, encore limitée). Cette seconde tentation vis-à-vis de l'impératif participatif serait de survaloriser une forme de parole (ou de réaction) du lecteur et d'intégrer progressivement une logique qui rappellerait celle de l'audimat à laquelle sont confrontés les médias audiovisuels. Le webmaster de Rue89 nous a donné plusieurs exemples de modifications apportées à des contenus éditoriaux à la suite de réactions voire de plaintes d'internautes mécontents du traitement de telle ou telle question. Si ces pratiques traduisent bien l'écoute des journalistes à l'égard de leurs lecteurs, elles peuvent potentiellement être la source de dérives qui conduiraient à orienter l'activité journalistique sur la base des souhaits d'une audience qui émanerait de ces commentaires-réactions. Rappelons au passage que si les mesures d'audimat instantané reposent sur des règles de calcul scientifique et une certaine représentativité des personnes interrogées, le ratio commentaires/lectures est seulement de un pour cent. Cette question d'un journalisme potentiellement orienté par l'audience est d'autant plus pertinente à poser dans le cadre de sites « pure players », c'est-à-dire dont l'activité ne repose que sur l'Internet et en grande partie sur les rentrées publicitaires, elles-mêmes conditionnées par le trafic sur le site.

## Références bibliographiques

CROISSANT (V.), TOUBOUL (A.), 2006, « Discours journalistique et parole ordinaire : analyse d'un rendez vous manqué », *Actes du VIIIème colloque international Brésil-France*, Echirolles.

DE ROSNAY (J.), REVELLI (C.), 2006, *La révolte du pronétariat : Des mass média aux média des masses*, Paris : Fayard.

FALGUERES Sophie, 2006, *Les Forums de discussion des sites web de la presse quotidienne nationale : entre repositionnement identitaire des journaux et constitution de publics de presse. Etude des articulations entre les pratiques des modérateurs et des participants des forums du monde.fr, liberation.fr et du figaro.fr*, sous la direction de Bruno Péquignot, Université de la Sorbonne nouvelle.

JEANNE-PERRIER (V.), LE CAM (F.), PELISSIER (N.), 2005, « Les sites web d'auto-publication : observatoires privilégiés des effervescences et des débordements journalistiques en tous genres », in RINGOOT (R.), UTARD (J.M.), dir., *Le journalisme en invention*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, p. 161-202.

LE CAM (F.), 2006, « États-Unis : les weblogs d'actualité ravivent la question de l'identité journalistique », *Réseaux*, n°138, p. 139-158

PIGNARD-CHEYNEL (N.), 2007, « Lorsque la dimension participative d'un site de presse questionne les pratiques journalistiques. Le cas de Quelcandidat.com, site du Dauphiné Libéré dédié à l'élection présidentielle », *Argumentum*, n°6, pp. 74-88.

REBILLARD (F.), 2007, *Le web 2.0 en perspective. Une analyse socio-économique de l'internet*, Paris : L'Harmattan.

RUELLAN (D.), 2007, « Penser le journalisme citoyen », *Cahier de recherche M@rsouin*, <http://www.marsouin.org>.

TOUBOUL (A.), 2006, « Interactivité des sites de presse: relégation et exploitation de la parole profane » in CHARTRON (G.), BROUDOUX (E.), dir., *Document numérique et société. Actes de la conférence DocSoc – 2006 : semaine du document numérique*, Paris, ADBS, p. 279-289.

TREDAN (O.), 2007, « Le "journalisme citoyen" en ligne : un public réifié ? », *Hermès*, n°47.