



Communiquer sur la transition
climatique : notes sémiotiques et
critiques sur un projet vidéo dédié aux
« bibliothèques d'objets »

Communicating about climate transition:
semiotic and critical notes on a video
project dedicated to "Tool libraries"

Andrea CATELLANI

Université Catholique de Louvain
andrea.catellani@uclouvain.be

Louise-Amélie COUGNON

Université Catholique de Louvain
louise-amelie.cougnon@uclouvain.be

Yuliya SAMOFALOVA

Université de Lille
yuliya.samofalova@univ-lille.fr

DOI : 10.25965/as.9356

Licence : CC BY-NC-SA 4.0 International

Résumé : Cet article propose une analyse réflexive et critique sur une recherche appliquée visant la conception d'outils de communication pro-climat, centrée sur la production d'une vidéo dédiée aux « bibliothèques d'objets ». L'étude articule quatre volets complémentaires : (1) une analyse des conditions de production et des discours d'intention (finalités, publics visés, cadrages) ; (2) une lecture sémiotique à orientation structurale de la vidéo en tant que texte ; (3) une évaluation de la réception par des publics réels, via questionnaires et discussions de groupe ; (4) une relecture critique de l'ensemble du projet, pour éclairer les potentialités et les limites d'une communication pro-climat qui poursuit une forme de syncrétisme axiologique.

Mots clés : transition climatique, bibliothèques d'objets, vidéo interactive, sémiotique, dépolitisation

Abstract: This article offers a reflective and critical analysis of applied research aimed at designing pro-climate communication tools, focusing on the production of a video dedicated to 'object libraries'. The study articulates four complementary components: (1) an analysis of the conditions of production and the discourse of intention (purposes, target audiences, framing); (2) a structural semiotic reading of the video as a text; (3) an evaluation of its reception by real audiences, via questionnaires and group discussions; (4) a critical re-reading of the entire project, to shed light on the potential and limitations of pro-climate communication that pursues a form of axiological syncretism.

Keywords: Climate transition, Tool libraries, Interactive video, Semiotics, Depoliticisation

Introduction : objectifs et plan de l'article

Cet article porte sur l'évaluation d'une vidéo réalisée dans le cadre du projet européen 2O2CM, dédié à l'analyse interdisciplinaire des freins aux changements en faveur du climat¹. La vidéo vise à informer et à sensibiliser les citoyens sur les bibliothèques d'objets (encore appelées bibliothèques de choses, bibliothèques d'outils, outillothèques et en anglais *tool libraries*), qui favorisent le partage et la mise en commun des objets et des outils, et encouragent des comportements pro-environnementaux.

L'objectif de cet article est de mener une analyse sur la conception et la réception de cette vidéo, qui offrent un matériau important pour la réflexion sémiotique. Cette recherche représente aussi un exemple des efforts actuels visant à atteindre une efficacité symbolique en matière de transition écologique et permet de mettre en évidence les formes discursives et sémiotiques mises en œuvre ainsi que les limites et paradoxes de ces efforts.

Nous recourons à la sémiotique pour analyser les discours produits lors de la conception de la vidéo, le discours multimodal de la vidéo elle-même et les discours émanant d'un public récepteur. Ce public s'est exprimé par deux voies : des discussions de groupe et des réponses à des questions ouvertes dans un questionnaire en ligne. L'« augmentation d'intelligibilité », pour reprendre la formule de Floch (1990), permise par la sémiotique, entre en dialogue avec la littérature sur la communication pour la transition et avec des travaux sur la politisation et la dépolitisation. Nous avons observé la vidéo dans le contexte du projet, du point de vue d'une sémiotique d'origine structurale, basée sur le modèle de Greimas et de son école, pour saisir différents aspects du texte du point de vue discursif, narratif et axiologique. Cette approche sert à explorer les structurations du sens, en observant la forme interne du texte ainsi que les commentaires produits par les observateurs interviewés à propos de la vidéo. La sémiotique intervient dans cette réflexion comme source d'outils analytiques pour l'analyse du projet, concernant les « instructions » de production, la vidéo comme texte, les discours de réception et puis une observation plus critique et globale sur le projet dans son ensemble. Nous retenons la position de Bordron (2011 : 184), qui considère les niveaux du parcours génératif greimassien comme un ensemble de niveaux d'analyse qui :

dépendent donc essentiellement de l'extraction de certains éléments aux dépenses d'autres [...] Pour accéder à un niveau donné [par exemple, le niveau des structures sémio-narratives superficielles, ou le niveau discursif], on part donc de la totalité dans laquelle on sélectionne un certain type de problème, et non d'un autre niveau.

Ces niveaux forment un parcours analytique à plusieurs entrées, utile pour analyser la forme du sens qui émerge de l'interprétation d'objets signifiants dans un contexte culturel donné. De ce point de vue, la sémiotique permet aussi de comparer des discours de production (document d'accompagnement, dispositifs de communication stratégique) et les discours de personnes qui ont visionné la vidéo et s'expriment sur elle, par écrit et oralement.

¹ Les détails du projet et la vidéo sont disponibles sur le site <https://change4climate.eu/toolbox/videos/interactive-video>.

Cet article propose quatre étapes. Premièrement, l'observation des discours définissant les objectifs du projet. Deuxièmement, la comparaison de la structuration interne de la vidéo et de sa forme sémiotique. Troisièmement, une analyse sémiotique et linguistique du sens, tel qu'il apparaît dans les discours de récepteurs de la vidéo. Dans cette partie, la démarche est proche de la sémiotique sociale (Saemmer et al. 2022), mais l'objectif n'est pas de découvrir les filtres des interprétations, il est de se focaliser sur la relation entre objet textuel et interprétation afin d'identifier certains éléments de la lecture effectuée par les publics. Quatrièmement, la comparaison des trois dimensions permet de réfléchir à l'ensemble du projet sur la communication en faveur du climat, en identifiant certaines limites et en rediscutant sa logique même. Cette dernière approche nourrit la réflexion sur les formes et les limites d'un exemple de communication pro-climat peu « politisante » et plutôt « mimétique » par rapport aux valeurs dominantes, dans un contexte de crise et d'urgence écologique. Cette analyse croisée contribue aussi au dialogue entre la sémiotique et les études de réception dans le cadre de la communication pro-climat et pro-environnement.

Le projet : prototypes de vidéos pour le climat

La crise écologique est un phénomène central de notre époque et l'hyperbien écologique (Hoang 2022) constitue le centre d'un nouveau « grand récit » (Catellani 2009). Les rapports du GIEC mettent en évidence les conséquences dramatiques du changement climatique ; pourtant, la réponse de nos sociétés reste lente, contradictoire et confuse (Comby 2024). Les changements climatiques et leurs effets sont fortement ancrés dans la culture, ce qui rend difficile la gestion cognitive de ces phénomènes par les individus et les sociétés et crée un défi en matière de communication (Fløttum 2018). La littérature souligne depuis longtemps que le changement climatique est un problème « discret » (*unobtrusive*, Soroka 2002) : les problèmes environnementaux sont peu directement vécus par la majorité des citoyens, surtout pour le changement climatique, phénomène global et impalpable qui dépend largement de la médiatisation et des discours pour arriver à l'attention du public.

Une partie importante des difficultés liées à la transition écologique concerne les pratiques et les choix quotidiens, en matière de consommation d'énergie à la maison, de consommation de viande et d'aliments en général, et d'habitudes de voyage. Un récent rapport du centre CAST au Royaume-Uni affirmait par exemple que « les progrès en matière de climat ne peuvent être réalisés qu'avec la participation active des citoyens » (Verfuërth et al. 2024 : 7, notre traduction). Le changement devrait être structurel, politique et systémique, tout en impliquant les individus, les familles, les communautés locales et les pratiques quotidiennes.

Les sciences humaines et sociales sont aujourd'hui mobilisées pour contribuer aux efforts de transition, et des sources de financement permettent de mener ce type de recherche. C'est le cas de l'appel à projets Solstice, lancé en 2019 par le réseau européen JPI Climate. Dans ce cadre, le projet international 2O2CM (« Overcoming obstacles to climate change mitigation ») a vu le jour. Le projet (2020-2024) visait à améliorer la compréhension scientifique des raisons pour lesquelles les sociétés en Belgique, en France et en Norvège réagissent de manière insuffisante et trop lente aux risques climatiques et à contribuer au développement de formes de communication capables de « transformer l'apathie en action » (Catellani et al. 2024 : 14). Il a mobilisé trois équipes dans les trois pays et différentes disciplines : sciences de l'information et de la communication, linguistique, anthropologie et

psychologie sociale. La recherche impliquait 1) l'analyse de discours multimodaux en ligne, 2) l'étude de variables psychologiques liées aux normes sociales, 3) l'analyse linguistique et narrative de réponses ouvertes dans des enquêtes dans les trois pays, et 4) une recherche anthropologique dans un parc naturel régional français. Une partie plus appliquée du projet visait à proposer des supports de communication potentiellement innovants en faveur de comportements favorables à la transition. Trois projets vidéo ont ainsi vu le jour, se basant sur l'importance de la vidéo numérique dans la culture contemporaine et dans l'effort pour la transition écologique (Allgaier 2019).

Le contexte de production de ces vidéos est celui d'une sorte « d'armement communicationnel » de la transition, pour reprendre une expression appliquée à la sphère politique (Aldrin & Hubé 2017) : la communication est l'une des voies de lutte pour l'atténuation du changement climatique et l'adaptation, aux côtés d'outils économiques, politiques, technologiques et juridiques. Elle ne fournit pas seulement des informations, elle cherche aussi à influencer les citoyens à un niveau cognitif, émotionnel et pragmatique, ce qui soulève des questions éthiques, afin d'éviter des formes de manipulation et de propagande, même pour une « bonne cause », et de développer des formes de persuasion acceptables sur le plan éthique. En Belgique, la Fondation Roi Baudouin a publié en 2021 une synthèse en dix points des contributions de chercheurs en sciences humaines et sociales, utile pour la communication, qui souligne l'importance des formes narratives, de la facilitation du débat, du choix de « rôles modèles » efficaces, d'un cadrage positif du discours de changement et du choix d'images (Van Dorsselaer, 2022). Les recherches ont aussi mis en évidence la nécessité de présenter sous un nouvel angle les pratiques individuelles, en favorisant une perspective positive, ludique et euphorique plutôt qu'une perspective de sacrifice et de renoncement (Chwialkowska & Flicinska-Turkiewicz 2021 ; Coughon & Jacques 2025).

Les membres du projet 2O2CM ont donc imaginé trois types de vidéos comme moyen d'explorer les modalités de communication en faveur de la transition écologique : une vidéo interactive, une vidéo parodique et une vidéo participative. Le présent article porte uniquement sur la vidéo interactive, dédiée à la thématique des bibliothèques d'objets².

Initier au partage d'objets : le projet de vidéo et sa structure sémiotique

Pour penser la vidéo interactive, nous avons collaboré avec une coopérative engagée dans le prêt d'objets de la vie quotidienne (Usitoo : cf. Marichal, 2025) dont le but était d'« [...] informer et sensibiliser le public sur les avantages de la mutualisation, en mettant en avant les bénéfices individuels et environnementaux, tout en évitant de culpabiliser ou de mettre en avant les problèmes » (Molnar 2023 : 7).

Notre projet de recherche a donc essayé de répondre à ce besoin de communication, dans un contexte où « la demande des clients ne correspond pas encore à l'offre, et Usitoo, comme de nombreuses autres solutions circulaires, a des difficultés pour acquérir des clients » (interview du responsable de Usitoo). Même si un réseau de bibliothèques d'objets s'est développé, des limites importantes subsistent, notamment la localisation souvent restreinte aux grandes villes et les réticences des citoyens à partager des objets au lieu de les acheter.

2 Une cinéaste plasticienne a été recrutée pour la production des deux premières vidéos, en interaction avec l'équipe de recherche, constituée par les auteurs et autrices de cet article.

Des rencontres avec le responsable de la coopérative ont permis de définir un projet de vidéo fondé sur les besoins de l'organisation : un véritable programme narratif de production est défini par ces discours d'instruction, et ces discours impliquent les différents niveaux du parcours génératif de la vidéo. Les points principaux étaient de

souligner l'aspect pratique des bibliothèques d'objets ; [...] les avantages de l'emprunt d'objets ; préférer une communication positive et non moralisante ; marquer les esprits avec une vidéo originale et amusante ; montrer un personnage féminin [...] ; chaque étape du scénario doit être simple, concise et rapide (Molnar 2023 : 8).

Nous souhaitons donc éviter de mettre au premier plan les enjeux climatiques, afin de nous adresser à un public non militant, peu sensibilisé à l'écologie et davantage intéressé par des avantages individuels liés à la vie quotidienne. Sur le plan axiologique, il s'agissait de créer un « bouquet » de valeurs variées, incluant aussi des valeurs égoïstes. Les instructions données par le responsable de la coopérative indiquent aussi des pistes de discoursivisation : un acteur féminin qui incarne le rôle du sujet narratif, une certaine forme (rapide) de temporalisation, la simplification sur le plan figuratif et thématique, la construction d'un « contrat d'énonciation » de complicité, lié à l'humour.

La psychologie environnementale contemporaine a distingué quatre familles de valeurs (Bouman et al. 2021) : les valeurs biosphériques (centrées sur la biosphère et la planète), les valeurs altruistes (aider les autres, la société, les plus vulnérables), les valeurs égoïstes (intérêts matériels et physiques de l'individu et de son groupe) et les valeurs hédoniques (plaisir, jeu, confort de l'individu). Ces recherches offrent un matériel précieux pour une réflexion sémiotique sur les enjeux axiologiques des discours sur la transition écologique. Du point de vue sémiotique, une première façon d'articuler ces valeurs consiste à les considérer selon une perspective méréologique (Bordron 2010), qui porterait sur la relation entre le tout et les parties dans le domaine de la distribution de la valeur éthique (ce qui a de la valeur, qui demande soin et attention parmi les êtres). Cela permettrait de proposer une structuration arborescente des entités valorisées (figure 1) : la position holistique (tout a de la valeur) serait à articuler avant tout entre humain (l'humain a de la valeur) et non humain (le non humain, la nature, l'environnement... ont de la valeur : valeurs biosphériques). Ensuite, la sphère de l'humain serait à subdiviser entre le moi (individualisme) et les autres (valeurs altruistes). La première position, celle de l'individualisme, serait enfin à articuler à son tour selon un autre principe, celui du « type » de valeurs, pour obtenir la distinction entre valeurs égoïstes, plutôt focalisées sur la dimension extensive (en termes tensifs, voir Zilberberg 2012) de l'intérêt et du calcul, et valeurs hédoniques, plus intensifs (plaisir, confort).

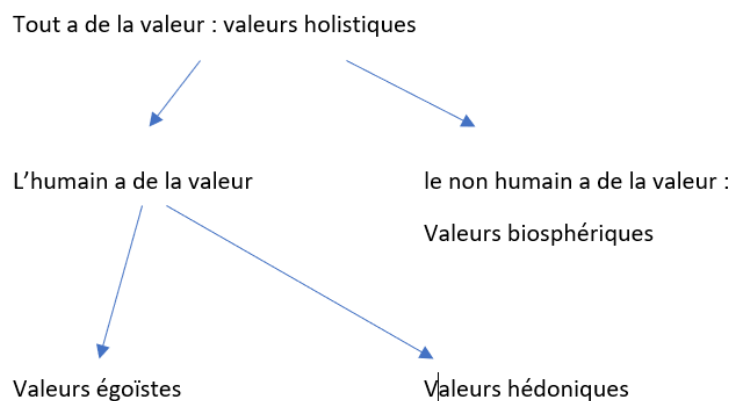


Figure 1. Articulation méréologique des valeurs environnementales, notre création

L'articulation en termes de carré sémiotique semble ici plus difficile et incertaine. Nous pourrions proposer comme hypothèse de travail le carré de la figure 2, largement inspirée par le carré des formes de valorisation de Floch (1990). Il y aurait une forme de contrariété entre les valeurs égoïstes et altruistes. Les valeurs égoïstes, centrées sur l'intérêt personnel, seraient en contradiction avec l'ouverture potentiellement universelle des valeurs biosphériques. De leur côté, les valeurs altruistes seraient en contradiction directe avec les valeurs hédoniques.

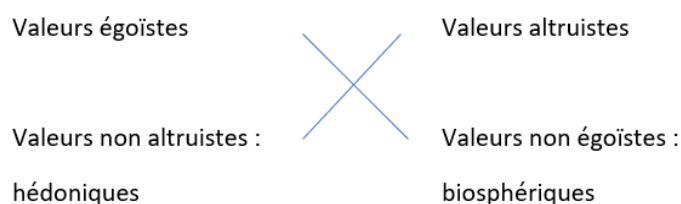


Figure 2. Carré sémiotique des valeurs environnementales (notre production)

En termes tensifs, sur le plan de l'extensité, l'ouverture universalisante pour les valeurs biosphériques, et forte aussi pour les valeurs altruistes, s'oppose au « rétrécissement » des univers de valeur hédoniques et égoïstes. Concernant l'intensité, il est plus difficile à notre avis de proposer un classement a priori, indépendamment de contextes de discours spécifiques. Les valeurs égoïstes, plutôt tournés sur les aspects d'extensité, pourraient apparaître comme les moins intenses, par rapport aux valeurs hédoniques, qui mettent en scène le ressenti individuel, et altruistes, qui de leur côté font apparaître « autrui » comme source intense de valeur. Ces propositions de structuration constituent seulement des pistes de réflexion.

Le positionnement de la vidéo se veut donc multiple, en proposant le défi de combiner les différentes positions dans le même objet signifiant. Il s'agirait de produire un message axiologiquement syncrétique et multiple, peu moralisant, avec une tonalité positive qui évacue la négativité du « non-posséder » en montrant les avantages. La mission était d'inoculer un changement sans modifier le système de valeurs en place, en s'y adaptant et en offrant des solutions sans blâmer ni sermonner. Cette orientation rejoint les travaux sur l'importance de formuler positivement les discours sur la transition (Chwialkowska & Flicinska-Turkiewicz 2021 ; Cougnon & Jacques 2025). Cela définit donc une factitivité spécifique, qui doit se concrétiser sur le plan discursif par l'évacuation de thèmes ou motifs

discursifs en lien avec la faute et l'interdit, en travaillant sur le vouloir-faire plutôt que le devoir-faire en termes modaux.

La vidéo a été construite autour d'une solution discursive centrale, l'interactivité, interprétée comme version numérique du livre dont le lecteur est le héros, sous la forme d'une structuration en arbre narratif (figure 3).

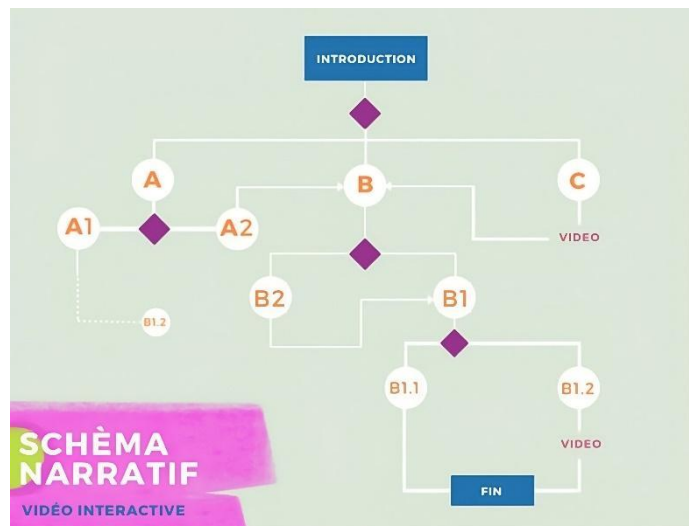


Figure 3. Le parcours de la vidéo interactive (Molnar 2023 : 8)

L'expression « schéma narratif » de la figure 3 ne fait pas référence à la théorie sémiotique évidemment : ce schéma en effet constitue simplement une mise en scène visuelle diagrammatique du « parcours » prévu pour le lecteur, et montre que le spectateur peut suivre plusieurs chemins, différents programmes narratifs d'usage donc, correspondants à différents modes d'accès à une perceuse-visseuse. La structure textuelle prévoit néanmoins que, chaque fois, une sanction proposée par un destinataire juge incarné par la « voix off » de la vidéo oriente vers la valorisation d'un seul choix, l'emprunt : un seul des programmes narratifs proposés est sanctionné positivement comme occasion de conjonction avec l'objet de valeur (la perceuse-visseuse). Ce programme permet de mettre en valeur comme source de modalisation (pouvoir-faire) la bibliothèque d'objet, qui peut donc être valorisée comme objet de valeur modal. Ce récit voit la participation active du spectateur :

[E]n donnant aux téléspectateurs l'occasion de faire des choix qui influencent le cours de la vidéo, nous leur offrons la possibilité de participer activement au récit, ce qui les rend plus conscients des problèmes que la vidéo est destinée à mettre en évidence : « dois-je nécessairement devoir acheter tous les objets que j'utilise plus ou moins régulièrement, ou d'autres solutions sont-elles possibles ? » (Molnar 2023 : 8).

Une forme d'embranchement doit donc insérer le lecteur dans le dispositif : il ou elle, comme sujet narratif, guide son « avatar » – son simulacre textuel – à travers les ramifications de la vidéo, pour « subir » chaque fois la sanction narrative et acquérir in fine un savoir-faire.

D'autres discussions ont porté sur le choix d'un objet-cliché, la perceuse-visseuse, bien connue et emblématique, une figure stéréotypique qui contribuerait à ancrer la vidéo dans l'univers d'expérience du spectateur prévu. Sur le plan discursif toujours, l'interactivité comme forme d'embranchement est

combinée à des choix intertextuels spécifiques : un lien conscient est établi avec le dessin animé, afin de permettre l'abstraction et la simplification des explications sur le fonctionnement des bibliothèques d'objets, tout en maintenant une approche ludique. Par ailleurs, le son a été produit en plusieurs langues (français, norvégien, anglais, néerlandais, selon la géographie des parties prenantes du projet) et la narration est assurée par une voix off qui guide les choix du spectateur, et qui intervient entre autres comme incarnation du destinataire manipulateur et juge des différents programmes narratifs (Molnar 2023).

Après l'observation des discours de production, un regard sémiotique peut ensuite se poser sur l'objet signifiant comme tel. Du point de vue narratif, le personnage de la protagoniste incarne un vouloir faire par rapport à un programme narratif principal (construire une étagère) et une absence de pouvoir faire due au manque de perceuse-visseuse, ce qui déclenche le dispositif de recherche de cet objet de valeur modal, lequel permettra in fine de mettre en scène un autre objet de valeur modal de deuxième niveau (utile pour obtenir la perceuse-visseuse), la bibliothèque d'objets.

Sur le plan discursif, la protagoniste évolue dans un ensemble abstrait et dessiné, dans un style qui évoque en effet le film muet ou le dessin animé. La dimension plastique visuelle de la vidéo présente un espace graphique sans profondeur, aux couleurs complémentaires vives ; sur le plan figuratif, l'espace autour de la protagoniste est peuplé de peu d'éléments. Cet espace bidimensionnel et plutôt vide, peu iconisé par ailleurs, concentre l'attention sur les actions, les choix et la « morale » de l'emprunt, en concrétisant le souhait d'une réduction de la complexité figurative exprimée dans les discours de production, et en mettant en scène la fictionnalité du discours.

La combinaison d'animations et de photos, ainsi que le regard caméra de la protagoniste qui provoque une forme d'embrayage visuel (lequel redouble l'embrayage verbal du discours à la deuxième personne, le « vous » auquel s'adresse la voix off), crée un univers fictionnel explicite de comédie et une implication directe du spectateur ; les marques discursives de la fiction, du « faire semblant », sont évidentes, par exemple à travers le bruitage, les apparitions et disparitions soudaines, les bulles de bande dessinée. Le montage emphatique et les plans rapprochés contribuent à orienter la perception de l'observateur vers les émotions et les éléments pertinents. Le parcours narratif de la protagoniste est aussi un parcours passionnel, fait de surprises, déceptions, tristesses et joies qui alternent rapidement dans les expressions de son visage. Le dispositif qui en résulte n'est pas loin des paraboles (Giroud 2004), genre littéraire qui présente une petite scène de la vie de façon schématisée, et où une déformation par rapport au cours normal des choses pointe de façon presque allégorique vers une « morale », ici constituée par la construction de la valeur synchrétique de la bibliothèque d'objets.



Figure 4. Photogramme extrait de la vidéo (00:06:07)

Sur le plan axiologique, le syncrétisme des valeurs observé dans les discours de production s'incarne dans la dimension figurative, avec l'utilisation de figures stéréotypées, des pictogrammes (figure 4) associés à des valeurs différentes : la feuille pour la valeur biosphérique, la tirelire pour la valeur égoïste économique, les outils pour l'aspect pratique, l'échange entre deux personnes pour les valeurs sociales, potentiellement altruistes. Cette mise en scène figurative visuelle est renforcée par un discours qui explique les avantages de la location en juxtaposant les différents aspects (économie, aide aux autres, contribution aux écogestes).

Le discours des spectateurs

Nous résumons ici les observations d'un panel d'utilisateurs, adultes et jeunes adultes, sur la réception de la vidéo qui vient d'être brièvement analysée, pour observer comment le dispositif sémiotique analysé précédemment a permis la production de sens de certains spectateurs. Nous mobilisons deux méthodes complémentaires pour appréhender cette réception, afin de (1) vérifier la résonance du dispositif narratif interactif (embrayé), (2) observer la perception de l'utilité de la vidéo pour la protection de l'environnement, et (3) étudier son appréciation esthétique. Il s'agissait donc de constituer une position méta-sémiotique pour les répondants, appelés à se faire en quelque sorte sémiologues et destinataire juge du projet vidéo. Pour ce faire, nous avons distribué une enquête par sondage et organisé trois focus groups.

L'enquête par sondage

L'enquête par questionnaire en ligne a été distribuée en deux temps via un formulaire Google : en octobre 2023 et en septembre-octobre 2024. La distance temporelle entre les deux collectes est due aux possibilités de diffuser le questionnaire dans le cadre de cours universitaires à l'UCLouvain (Belgique).

Nous avons collecté les réponses de 77 répondants, en large majorité des jeunes adultes (55 personnes, 71 % entre 19 et 29 ans). Le groupe est constitué surtout de Belges (43 répondants, 55,84 %), avec quelques personnes d'autres pays francophones et 12 répondants n'ayant pas précisé leur pays de résidence. Les répondants sont principalement étudiants en formation initiale ou continue (57, soit 74,03 %) et salariés (17, soit 22,08 %). Sur le plan de l'engagement environnemental, la plupart se disent engagés ou font des efforts (« très conscient », « je fais très attention »), tandis que certains se positionnent de façon plus mitigée (« ni bon ni mauvais », « perplexe », « neutre »). Un répondant plus

âgé souligne la responsabilité plus grande des gestionnaires et des décideurs : « À notre niveau, nous ne sommes qu'un petit maillon d'influence pour sauver la planète ». Une forme de « conscience malheureuse » (Hegel 1993) apparaît dans certains discours : « Je suis conscient qu'il faut faire quelque chose, mais je pense que je peux faire plus », « j'essaie de faire de mon mieux ». La très grande majorité se montre donc favorable à l'action pro-climat, tout en étant en proie aux problèmes d'auto-efficacité bien connus dans la littérature sur l'action environnementale (Stoknes 2015). En termes sémiotiques, on voit donc une tendance dominante à se positionner comme sujets narratifs d'un macro-programme narratif écologique, en acceptant la manipulation représentée par les discours ambiants sur la crise écologique, tout en montrant des difficultés concernant la composition modale de soi comme sujet de l'action : une incohérence semble apparaître entre devoir/vouloir-faire et pouvoir/savoir-faire, une « crise modale » qui définit les bases modales sémiotiques des problèmes d'auto-efficacité.

Les réponses aux questions ouvertes (cf. annexe) portent sur la réception de la vidéo et se focalisent sur l'interactivité, le récit, les qualités esthétiques, l'utilité perçue et les aspects considérés comme positifs ou négatifs. Après exclusion de quelques réponses invalides, nous avons réalisé une analyse thématique. L'interactivité est abordée dans 35 commentaires, alors même qu'elle n'était pas au centre d'une question explicite, ce qui en fait un point prégnant de la réception. Parmi ces 35 commentaires, seuls 5 sont clairement négatifs, surtout en raison du manque d'information sur le caractère interactif de la vidéo dès le début (« compréhension difficile pour l'interaction ») et d'un sentiment de « frustration » lié au fait que la structure oriente vers une seule solution (exemple 1).

Exemple 1 : l'aspect interactif n'a fait que me frustrer.

Le même répondant note un double effet de la vidéo : la sensation désagréable d'avoir été manipulée pour susciter un intérêt pour les bibliothèques d'outils comme si cela avait été un choix individuel. Cependant, dans la majorité des réponses, l'interactivité est plutôt bien appréciée : elle apporte un aspect ludique (exemple 2), rend le récepteur actif dans son trajet d'apprentissage (exemple 3) et permet d'illustrer plusieurs cas de figure de manière personnalisée. Certains participants soulignent que l'interactivité aide à maintenir l'attention.

Exemple 2 : l'interaction sur la vidéo la rend assez dynamique. J'avouerais que si cette vidéo n'était pas participative, je ne l'aurais pas terminée.

Exemple 3 : je retiens l'interactivité aussi. C'est toujours plaisant d'être acteur.

Plusieurs réponses mentionnent aussi l'effet d'entraînement ou « transportation » (Green & Appel 2024) du dispositif : « Je n'ai pas eu d'autre choix que de regarder, car cela nous implique dans le processus ». Pour une majorité de répondants, la structure interactive, proche d'un livre de jeux un peu « coercitif », avec ses différents chemins narratifs menant à une fin unique, semble efficace pour impliquer les spectateurs, attirer l'attention, concentrer le regard sur le thème et créer une expérience agréable. La sanction des « répondants-destinateurs juges », appelés ici à juger un dispositif manipulateur narratif qui leur est adressé, est donc positive : la vidéo narrative comme support d'une performance manipulateur leur semble atteindre la cible.

La question 3 sur le résumé de la vidéo a suscité trois grands types de réponses : (1) des résumés centrés sur l'histoire de la protagoniste (ex. « une femme veut construire un meuble et a besoin d'une perceuse, elle élimine une à une les solutions jusqu'à choisir la bibliothèque d'objets ») ; (2) des résumés sur la notion de mutualisation et la morale de l'histoire, souvent formulés de façon normative et générale

(« en mutualisant les objets de la vie quotidienne, cela permet de faire des économies pour notre portefeuille et pour la planète ») ; (3) des résumés combinant les deux dimensions, en articulant le récit individuel et la notion de mutualisation. Il est intéressant de constater qu'il n'y a pas de différences majeures sur la morale et l'histoire, ni de contradictions avec l'analyse sémiotique ; un certain consensus apparaît autour de l'univers sémantique et axiologique de la vidéo, ce qui montre une adéquation avec les intentions et le contenu analysé.

Les répondants soulignent également la motivation induite par la vidéo et son aspect ludique (« la vidéo est drôle »). La question 11 sur l'utilité de la vidéo invitait les participants à justifier en quoi elle peut être utile pour la protection de l'environnement. Cette orientation les amenait à expliciter eux-mêmes le lien entre bibliothèques d'objets et protection de l'environnement, ce qui produit des formulations variées. 67 participants jugent la vidéo utile et 16 commentaires détaillent ce point. Les réponses insistent surtout sur le fait de questionner l'achat par rapport à la location (exemple 4) et de conscientiser les usagers aux logiques de (sur)consommation (exemple 5).

Exemple 4 : oui ça évite de d'acheter pour rien.

Exemple 5 : beaucoup de gens ne se rendent pas compte de l'impact de ce genre de situation presque quotidienne où l'on achète des objets sans réellement avoir le besoin de le posséder.

Parmi les autres points d'utilité de la vidéo, on note aussi l'importance d'aborder la protection de l'environnement de manière indirecte (exemple 6) et positive (exemple 7).

Exemple 6 : la protection de l'environnement n'est pas concrètement abordée lors de la vidéo. Ça permet donc de conscientiser des personnes qui ne s'en inquièteraient pas vraiment.

Exemple 7 : elle déconstruit la dimension « punitive » ou « effort » ou « rétrograde » de l'environnement.

Les participants mettent en avant le caractère concret de la situation mise en scène et la simplicité de la solution proposée. L'utilité de la vidéo est aussi reconnue pour sa répliquabilité pour d'autres bibliothèques d'objets (exemple 8).

Exemple 8 : cela aide à faire connaître des solutions déjà en place.

Les interprétations sont cohérentes avec les principaux objectifs des concepteurs de la vidéo, même si les répondants insistent sur des facettes différentes du système sémantique (plus abstraites ou plus concrètes, plus formelles ou plus centrées sur le contenu, plus économiques ou plus écologiques).

Lorsqu'on demande aux répondants d'évaluer les aspects positifs et négatifs de la vidéo, la vidéo est décrite par une majorité comme sympathique, amusante, pédagogique et claire (exemple 9).

Exemple 9 : vrai mélange avec le dessin, l'animation, le côté humain, la simplicité, la proximité avec la technique ludique.

Quelques aspects négatifs émergent également : la vidéo est souvent jugée trop longue, trop lente, parfois un peu scolaire et en décalage avec les pratiques courantes sur le web. 35 commentaires critiquent sa longueur, perçue comme allant à l'encontre de sa dimension dynamique. Certains déplorent aussi la longueur des documents annexes : le passage de la vidéo à des contenus écrits, et donc le changement de substance sémiotique, est parfois considéré comme dérangent. La critique de la durée est souvent associée au rythme lent et à un style jugé « vintage » (exemples 10 et 11).

Exemple 10 : l'esthétique de la vidéo, qui fait un peu trop « projet vidéo pour l'école » et ne correspond pas aux contenus audiovisuels que j'ai l'habitude de consommer sur les réseaux sociaux. (23 ans)

Exemple 11 : le côté vintage de la vidéo qui incitera peut-être moins certains à s'intéresser au contenu, surtout les plus jeunes.

Enfin, certaines critiques débordent le cadre de la vidéo pour porter sur la disponibilité de ces services, ce qui nourrit un sentiment de sur-promesse (exemples 12 à 14).

Exemple 12 : Points faibles : existe-t-il vraiment des bibliothèques de partage d'objets en Belgique ? Peut-être mettre des liens de contact.

Exemple 13 : Ces bibliothèques d'outils devraient être davantage développées dans toutes les régions.

Exemple 14 : Belle idée, dommage que je n'habite pas en ville.

L'enquête par sondage permet donc de conclure que la vidéo apparaît aux répondants, chargés du rôle de destinataire juge, comme utile pour informer de manière agréable et accessible, et qu'elle entraîne un certain engagement. Elle semble capable d'éviter les réactions possibles aux lectures moralisatrices, qui freinent l'engagement, et de ne pas amplifier les effets de « conscience malheureuse » ou crise modale, en créant une situation gagnant-gagnant entre valeurs égoïstes, hédoniques, altruistes et biosphériques (économies, aspects pratiques, environnement), même si différentes limites sont clairement identifiées.

L'enquête par focus groups

Les participants aux trois focus groups avaient, normalement, préalablement répondu au questionnaire en ligne. L'organisation de ces groupes visait à faire émerger des nuances additionnelles. Deux groupes étaient constitués d'étudiants de master en information et communication, le troisième d'étudiants plus âgés en formation continue (master en politique économique et sociale). L'exercice a suscité des réactions réflexives qui nuancent les résultats du questionnaire, notamment quant aux effets de la vidéo selon les groupes d'âge.

Certains participants pointent de nouveaux éléments négatifs. La vidéo est par exemple perçue comme stigmatisante sur le plan du genre, en raison de l'image de la femme « piètre bricoleuse » face à une main d'homme qui apporte la solution, surtout dans la version francophone à voix off masculine. L'humour, notamment lors des impasses, est jugé peu adapté à la classe d'âge des répondants. Il y a donc un souci concernant la correspondance du simulacre textuel du spectateur avec ce public. Les critiques portent aussi sur la longueur de la vidéo et son rythme : l'interactivité et les pauses pour cliquer sont vues comme interrompant le flux et allongeant excessivement le visionnage (exemple 15).

Exemple 15 : à tout moment il y avait des pauses tu vas cliquer et tout ça, ça fait que la vidéo devient trop longue.

Exemple 16 : moi j'ai pas compris toute de suite qu'il fallait cliquer

Ces critiques sont cependant contrebalancées par des appréciations positives. Plusieurs étudiants reconnaissent dans la vidéo un genre familier, proche du tutoriel interactif, accessible et didactique. Les images sont parfois comparées à des bandes dessinées, ce qui facilite la compréhension du sujet.

Exemple 17 : ça rassemblait un peu à un tuto, la forme de la vidéo

Exemple 18 : les images étaient un peu comme si c'était des bandes dessinées.

Les transcriptions du focus group avec les étudiants en formation continue montrent un regard nettement plus favorable. Ils apprécient le style épuré, ludique et coloré de la vidéo, ainsi que sa clarté.

Exemple 19 : euh très épuré euh straight to the point enfin moi j'ai trouvé ça carré clac clac

Ce groupe souligne aussi l'intérêt de se sentir acteur, d'avoir l'impression de diriger l'histoire, ce qui confirme l'effet d'entraînement de la structure narrative. Une réflexion sur l'âge des destinataires émerge : pour certains, la vidéo paraît « jeune » et adaptée à de grands adolescents ou jeunes adultes, ce qui, paradoxalement, contraste avec les critiques des plus jeunes sur son côté scolaire et daté (exemple 20). Cela suggère un décalage entre certaines représentations des goûts des jeunes et leurs préférences effectives.

Exemple 20 : il y a un côté très jeune en fait, du coup très accessible [...] ça me fait penser aux livres mon fils à ça, les livres où tu es le héros [...] donc transposé à de grands ados, de jeunes adultes [...] Peut-être que ça toucherait moins du coup une catégorie enfin vous voyez, je pense à mes parents par exemple. Peut-être qu'ils seraient moins [...] enclins à aller cliquer.

Enfin, les discussions du troisième groupe apportent un élément nouveau sur l'engagement. Certains participants mentionnent non seulement une réflexion sur leurs pratiques, mais aussi un passage à l'action, par exemple la recherche de bibliothèques d'objets dans leur région.

Exemple 21 : j'ai même été voir s'il y en avait de mon côté dans ma région.

Dans ces cas, le dispositif communicationnel, la vidéo, montre sa capacité factitive, en suscitant parfois des programmes d'action.

En conclusion, la vidéo provoque dans les focus groups des réactions contrastées. Certains jeunes adultes trouvent des défauts dans la forme et l'humour, tandis que les étudiants plus âgés sont plus réceptifs : des styles de préférences apparaissent, où l'âge semble être une variable importante dans la constitution modale du récepteur-destinateur juge. La critique sur la longueur excessive et sur le type d'interactivité est récurrente, mais la vidéo parvient tout de même à éveiller un intérêt pour les bibliothèques d'objets. Les réactions différentes entre différentes tranches d'âge montrent bien le manque de définition précise du public destinataire, une limite importante de ce projet : une nouvelle version de la vidéo devrait sans doute être articulée en plusieurs variantes, plus adaptées chacune à un type de public, en prévoyant mieux les structures de préférence concernant la temporalité, l'univers graphique, le dispositif interactif.

Un regard réflexif et critique : la vidéo comme « pression douce » apolitique

En nous appuyant sur l'analyse de la réception de la vidéo, nous adoptons à présent un regard réflexif et critique qui dépasse le « paradigme de l'impact » (Collin 2016), focalisé sur les seules fonctionnalités et visées opérationnelles. Il s'agit de porter un « regard rapproché, qui dénaturalise l'évidence des formes, autorise une prise de recul politique » (Jeanneret, 2019 : 128). Nous sortons ainsi d'un point de vue strictement stratégique, facilement suspect en termes de manipulation, pour interroger – en mobilisant aussi des catégories sémiotiques – le rôle de la vidéo et de son univers de sens face à la crise écologique et aux enjeux de pouvoir et de justice qui traversent la société.

Du point de vue des théories des « relations publiques », le processus de conception de la vidéo est critiquable. Elle a été produite sans collaboration avec les publics ou leurs représentants, dans une

logique largement unidirectionnelle. En reprenant les modèles de Grunig (voir Catellani et al. 2021), la vidéo se rapproche du modèle « one-way », opposé à la communication bidirectionnelle asymétrique ou symétrique, souvent associé au risque de manipulation, même bien intentionnée. On peut aussi considérer que la vidéo répond peu aux exigences d'un acte communicatif authentique au sens d'Habermas (2007) et relève plutôt, dans le modèle interactionnel de Landowski (2005), du registre de la manipulation que de l'ajustement.

Nous choisissons toutefois de centrer la relecture critique sur les travaux de l'école d'Essex, qui a travaillé sur une vision de la société comme lieu de tension entre un ordre hégémonique particulier, qui tente de se montrer comme naturel et inévitable, et la mise en visibilité de la nature contingente de cet ordre par d'autres voix présentes dans la société, via des mécanismes de politisation. La société est donc traversée de façon intrinsèque par des enjeux de pouvoir, et les mécanismes de politisation et dépolitisation participent de cette dynamique. En reprenant les catégories de Mouffe (2010), telles que reprises par Maesele & Raeijmaekers (2020) dans leur analyse des discours médiatiques, on peut donc observer le positionnement de cette vidéo par rapport à la polarité politisation-dépolitisation :

Depoliticization concerns not only the concealment of those particular politico-ideological values, perspectives and choices that underlie a social order and shape its politics, but also—and more importantly—the misrecognition of the fact that any social order is always the provisional product and expression of a particular configuration of power relations (Maesele & Raeijmaekers 2020 : 1596).

Dans cette perspective, notre vidéo apparaît comme une textualité peu politisante, voire dépolitisante, en ce qu'elle ne questionne pas l'ordre social à la base de la crise écologique. Occupée à justifier de manière axiologiquement syncrétique un écogeste, elle relève plutôt d'une solution mimétique, discrète, proche de la factitivité par « pression douce » (Thirard et al. 2024).

Nous parlons de solution mimétique car il s'agit de jouer sur la structure de valeurs existante sans chercher à la transformer en profondeur, mais en y ajoutant une composante écologique. Il n'est pas question de « conversion » écologique ni de remise en cause du système capitaliste et consumériste, mais d'accepter un contrat narratif d'usage qui maintient les programmes de vie quotidiens, en introduisant un calcul stratégique d'intérêts et d'opportunités au sein du système. La vidéo propose ainsi une solution axiologique de compromis, euphorisée par sa construction discursive rhétorique et esthétique. Elle illustre une stratégie axiologique non utopique mais mimétique, qui re-sémantise l'écologisme comme non sacrificiel et « smart », en intégrant la protection de l'environnement dans un univers axiologique et puis discursif familier et peu questionné, selon une logique de conciliation (« win-win ») proche de certains discours de responsabilité sociale des entreprises (Catellani 2012).

Cette stratégie résonne avec les résultats d'une analyse de supports de communication d'associations environnementalistes françaises (Samofalova et al. à paraître), qui met en évidence deux univers axiologiques et narratifs idéaux-typiques : d'une part, des publications de « lutte », centrées sur la dénonciation d'adversaires et l'appel à se mobiliser, en proposant donc un univers narratif peuplé d'anti-sujets et d'anti-programmes ; d'autre part, des publications de type « recette », valorisant le savoir-agir quotidien, les comportements responsables, notamment dans la sphère de la consommation

et de la cuisine. Le premier univers est polémique et conflictuel, le second multiplie les justifications, adopte un syncrétisme axiologique et propose un programme d'action sans véritable opposant, hormis les difficultés pratiques. Dans cette optique, notre vidéo s'inscrit clairement dans le registre « recette » : un destinataire vertueux offre au sujet un enseignement pour mieux agir au quotidien, sous forme de modalités actualisantes (savoir et pouvoir faire), en intégrant les valeurs biosphériques et altruistes dans un ensemble axiologique syncrétique.

Le carré sémiotique (figure 5), permet de synthétiser les différentes solutions offertes à l'action de protection de l'environnement.

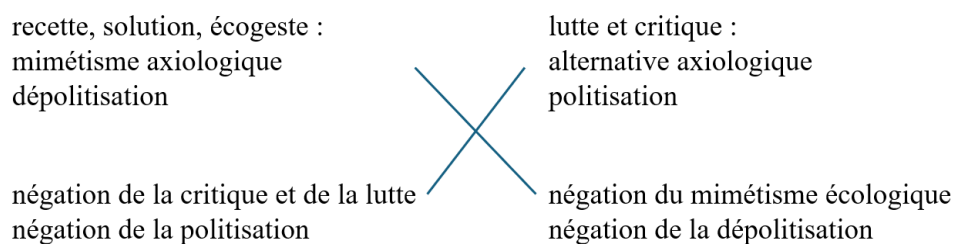


Figure 5. Le carré sémiotique des formes de discours en faveur de l'environnement

Le carré évoque de nouveau partiellement celui des formes de valorisation de Floch (1990) : le pôle « pratique » de Floch se rapproche ici de l'écogeste, tandis que le pôle « utopique » correspond davantage à la lutte et à la critique.

Le pôle de la critique et de la lutte renvoie aux discours de déconstruction de l'ordre social injuste et d'appel à l'action. On peut ici penser aux campagnes des ONG et mouvements sociaux, comme Greenpeace et Extinction Rebellion, qui désignent clairement des antagonistes (industries fossiles, etc.) et construisent la position narrative et thématique du citoyen actif, participant et résistant. À l'opposé, la dépolitisation désigne l'absence de politisation, remplacée par un recentrement sur la situation individuelle et les écogestes : cela apparaît dans les discours de certains « éco-influenceurs », ou dans le discours d'associations et administrations tournées vers la sensibilisation aux pratiques quotidiennes écologiques.

Les deux « subcontraires » (négation de la lutte et négation du mimétisme) sur la figure 4 indiquent d'autres positions possibles. La négation de la lutte correspondrait à des discours minimisant l'importance ou l'utilité de la conflictualité, préparant l'acceptation de solutions pratiques et consensuelles. On peut penser ici à certains discours politiques qui critiquent l'écologisme, ou encore aux discours qui dénoncent un supposé « écoterrorisme ». La négation du mimétisme correspondrait à la critique de l'écogeste et du discours de recette, dénoncés comme simplistes, réducteurs ou idéologiques, et potentiellement dépolitisants : on retrouve ici des discours d'acteurs comme les ONG et certains penseurs et experts.

Les parcours narratifs et discursifs de politisation se situent plutôt du côté de la lutte et de la critique, tandis que la dépolitisation s'ancre du côté du mimétisme, même si la critique de certaines formes de politisation peut garder un rôle partiellement politisant. L'opposition n'est pas forcément entre « bien » et « mal », et il ne faut pas immédiatement appliquer un schéma axiologique éthique au carré sémiotique ainsi défini : l'appel à la lutte peut dégénérer dans des formes d'identification d'un bouc émissaire, ou autres solutions violentes et injustes, tandis que la proposition de recettes concrètes

apparaît comme nécessaire pour incarner la transition écologique. La politisation n'est donc pas en soi toujours une garantie de justice et d'affirmation du bien commun, mais son absence crée les conditions pour une reproduction des systèmes de domination et d'injustice.

Ce regard critique, voire méta-critique, contribue à mieux comprendre les discours qui circulent sur la transition écologique. Le carré proposé, issu de l'observation réflexive de cette communication vidéo, offre une structuration provisoire mais heuristique d'un univers discursif en forte effervescence face aux défis de la crise écologique. Cette structuration sémiotique permet sans doute de mieux positionner les cas concrets, en identifiant plus précisément les relations entre positions et aussi les possibilités pas encore explorés dans des discours et dans des contextes sociaux concrets.

Conclusions : entre recette et lutte, le chemin de la transition

Cette recherche a permis de faire avancer la réflexion sur un projet vidéo expérimental dédié aux bibliothèques d'objets, en faveur de la transition écologique, construit à partir d'un cahier des charges proposé par une coopérative, avec des choix axiologiques et esthétiques précis, et a permis aussi de prendre ce projet comme « prétexte » pour proposer des réflexions sur les discours concernant la transition écologique, où la sémiotique participe à augmenter l'intelligibilité des articulations de sens. Après avoir présenté les intentions des concepteurs et certains aspects de la forme sémiotique de la vidéo, nous avons analysé les résultats du questionnaire et des focus groups. Ceux-ci montrent que la forme narrative interactive est globalement bien accueillie, tandis que certains choix esthétiques figuratifs et temporels sont critiqués par une part importante des répondants. Une des limites majeures du projet réside dans le flou entourant la définition des publics visés. Un regard ultérieur plus (auto)critique a enfin mis en évidence le caractère dépolitisé et potentiellement idéologique du discours de la vidéo, ce qui a ouvert la voie à une réflexion plus large sur les discours en faveur de l'environnement et sur l'opposition entre discours de lutte et discours de recette.

Ce regard critique conduit-il à rejeter le discours de recette, avec son axiologie syncrétique et mimétique, comme forme de dépolitisation néfaste, simple « opium écologique des peuples » au sens péjoratif de l'idéologie, ou peut-on au contraire lui reconnaître une utilité propre, à côté de la lutte politique, une fois ces limites mises au jour par la critique ? Nous défendons l'idée que les recettes et les écogestes, lorsqu'ils sont pensés de manière réflexive et « désabsolutisés », conservent une place indispensable, en complément de la critique et de l'appel à la lutte, afin de permettre l'incarnation concrète de la protection de l'environnement dans les pratiques quotidiennes. Lutte et recette peuvent coexister comme deux faisceaux de parcours narratifs possibles qui constituent une même dynamique de transition.

Il est toutefois important de prendre note de cette condition dépolitisante du projet vidéo analysé et l'urgence d'opérer aussi sur le plan de la lutte. L'idéal est sans doute une forme de fertilisation croisée entre les deux positions, la recherche d'un terme complexe : l'affirmation de la critique et de la lutte permettrait de libérer le discours de la recette, du « pratique » et de l'écogeste de sa naïveté idéologique et de son potentiel manipulateur, et vice-versa, la recette peut permettre d'incarner la lutte dans des aspects concrets de la vie quotidienne.

On observe d'ailleurs qu'une prise de conscience de la nature peu ou pas politisante de la vidéo, et au contraire de la complexité de l'univers social et politique qui entoure les thèmes de la vidéo, fait

surface dans certaines réponses collectées dans notre enquête par questionnaire, même si nous avons directement provoqué la réaction sur ce point avec la question 11 sur l'utilité de la vidéo pour la protection de l'environnement, ce qui rend ces réponses non-spontanées. On se rappellera l'exemple 6, qui montre une compréhension claire de la nature mimétique. Cette conscience s'exprime aussi dans l'exemple 22, qui témoigne d'une prise de recul critique par rapport aux écogestes, mais avec une note pessimiste et qui semble témoigner de la « conscience malheureuse » rappelée *infra* :

Exemple 22 : Cela me préoccupe fortement. J'essaie d'adapter certains comportements et de conscientiser autour de moi. Malheureusement, ce sont les grands décideurs et les patrons de grandes multinationales qui doivent agir et freiner la cadence. On en revient à ce gros problème de recherche constante de croissance économique et de quête de productivité toujours plus grande. A notre niveau, face à cela, nous ne sommes qu'un petit maillon d'influence pour le sauvetage de la planète.

Nous voyons ici un possible effet de l'acharnement critique : la « conscience malheureuse » peut déboucher sur la démoralisation face à l'ampleur des changements à accomplir, et sur la perte de *self-efficacy*, ce sentiment d'efficacité personnelle pourtant essentiel pour maintenir l'engagement pro-environnemental (Bandura 1977). Comme déjà rappelé, le manque de confiance peut constituer une « crise modale » capable d'entraver les programmes narratifs pro-environnement. Ce danger de crise modale doit être pris en compte, tout comme celui d'une croyance naïve dans la puissance des écogestes lorsque le discours se limite à la recette sans questionner le système. Un discours de savoir-faire pratique, construit à la lumière de la critique qui constituerait une sorte de « méta-savoir », et donc une « literacy critique » capable de situer correctement l'action environnementale individuelle dans son articulation avec l'action collective « politique », peut constituer une réponse partielle aux découragements liés à la lutte écologique, et contribuer à empêcher la crise modale.

En conclusion, ni la lutte ni la recherche de solutions pratiques ne peuvent revendiquer le monopole de l'action pour l'environnement et pour le futur de l'humanité. Les deux dimensions apparaissent comme potentiellement complémentaires et capables de se renforcer mutuellement pour constituer le parcours narratif de la transition. L'approche sémiotique, combinée à l'étude des réceptions et à un regard critique, contribue ici à augmenter l'intelligibilité de l'univers sémantique de la transition écologique.

Bibliographie

- ALDRIN, Philippe & HUBÉ, Nicolas
2017 *Introduction à la communication politique*, Louvain-la-Neuve, De Boeck supérieur.
- ALLGAIER, Joachim
2019 "Science and Environmental Communication on YouTube: Strategically distorted communications in online videos on climate change and climate engineering", *Frontiers in Communication*, n° 4, p. 1-15.
- BANDURA, Albert
1977 "Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change", *Psychology Review*, n° 2, p. 191-215.
- BORDRON, Jean-François
2010 « Rhétorique et économie des images », *Protée*, 38, 1, p. 27-39.
2011 *L'iconicité et ses images*, Paris, PUF.
- BOUMAN, Thijs, VAN DER WERFF, Ellen, PERLAVICIUTE, Goda & STEG, Linda
2021 "Environmental values and identities at the personal and group level", *Current Opinion in Behavioral Sciences*, n° 42, p. 47-53.

- CATELLANI, Andrea
2022 “Semiotic analysis of environmental communication campaigns”, in Gonçalves Gisela et Oliveira Evandro (éds.). *The Routledge handbook of nonprofit communication*, Routledge, p. 224-234.
- CATELLANI, Andrea
2012 « La justification et la présentation des démarches de responsabilité sociétale dans la communication corporate : notes d’analyse textuelle d’une nouvelle rhétorique épideictique », in *Etudes de communication*, n° 37, p. 159-176.
- CATELLANI, Andrea
2009 « La communication environnementale interne d’entreprise aujourd’hui », *Communication et organisation* [En ligne], n° 36.
- CATELLANI, Andrea, COUGNON, Louise-Amélie, GUIMOND, Serge, NUGIER, Armelle, STREITH, Michel, GJERSTAD, Øyvind, FLØTTUM, Kjersti, SAMOFALOVA, Yuliya & HARRINGTON, Rose
2024 *Overcoming obstacles and disincentives to climate change mitigation: A cross-cutting approach by human and social sciences. Final Report*. Brussels, Belgian Science Policy Office.
- CATELLANI, Andrea, SAUVAJOL-RIALLAND, Caroline, ALLARD-HUVER, François
2022 *Les relations publiques*, Malakoff, Dunod.
- CHWIALKOWSKA, Agnieszka & FLICINSKA-TURKIEWICZ, Joanna
2021 “Overcoming perceived sacrifice as a barrier to the adoption of green non-purchase behaviours”, *International Journal of Consumer Studies*, n° 2, p. 205-220.
- COLLIN, Simon
2016 « Le numérique en éducation : au-delà de l’impact », *Diversité*, n° 185, p. 137-141.
- COMBY, Jean-Baptiste
2024 *Écolos, mais pas trop... Les classes sociales face à l’enjeu environnemental*, Paris, Raisons d’agir.
- COUGNON, Louise-Amélie & JACQUES, Jerry
2025 “Participative videos concerning climate change: The interplay between media experience, perceived effectiveness knowledge, attitudes, and behavioral intentions changes” in Andrea Catellani, Louise-Amélie Cougnon, Øyvind Gjerstad, et Armelle Nugier (éds.). *An Interdisciplinary Approach to Climate Change Perspectives from the Social Sciences and Humanities*, Routledge, p. 173-194.
- ECO, Umberto
1979 *Lector in fabula. Le rôle du lecteur ou la coopération interprétative dans les textes narratifs*, Paris, Éditions Grasset.
- FLOCH, Jean-Michel
1990 *Sémiotique, marketing et communication*, Paris, PUF.
- FLØTTUM, Kjersti
2018 “Linguistic analysis in climate change communication” in Matthew C. Nisbet, Shirley S. Ho, Ezra Markowitz, Saffron O’Neill, Mike S. Schäfer et Jagdish Thaker (éds.), *The Oxford encyclopedia of climate change communication*, Oxford, Oxford University Press, p. 21-38.
- GIROUD, Jean-Claude
2004 « Qu’est-ce que parler en parabole ? ». En ligne : [Parler-en-parabole.pdf](#) Consulté le 4 décembre 2025.
- GREEN, Melanie & APPEL, Markus
“Chapter One - Narrative transportation: How stories shape how we see ourselves and the world”, dans Bertram Gawronski, *Advances in Experimental Social Psychology*, Academic Press, Volume 70, 2024, p. 1-82.
- HABERMAS, Jurgen
2007 (édition originale 1981) *Théorie de l’agir communicationnel*, tome 1, *Rationalité de l’agir et rationalisation de la société*, Paris, Fayard.
- HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich
1993 *Phénoménologie de l’esprit*, Paris, Gallimard.
- HOANG, Anh Ngoc, MELLOTT, Sandra & PRODHOMME, Magali
2022 « Le numérique à l’épreuve de l’écologie : La fabrique de la “sobriété numérique” comme nouvelle norme ? », *Interfaces Numériques*, n° 1, p. 1-24.

JEANNERET, Yves

2019 « Recourir à la démarche sémio-communicationnelle dans l'analyse des médias », in Lafon Benoît (dir.), *Médias et médiatisation. Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, p. 105-135.

LANDOWSKI, Eric

2005 « Les interactions risquées », *Actes sémiotiques*, n° 101-103, p. 7-100.

MAESEELE, Pieter & RAEIJMAEKERS, Daniëlle

2020 “Nothing on the news but the establishment blues? Toward a framework of depoliticization and agonistic media pluralism”, *Journalism*, n° 11, p. 1593-1610.

MOLNAR, Olivia

2023 *Dossier vidéo interactive*, document de recherche.

MOUFFE, Chantal

2010 « Politique et agonisme », *Rue Descartes*, n° 67(1), p. 18-24.

SAEMMER Alexandra, TRÉHONDART Nolwenn & COQUELIN Lucile

2022 *Sur quoi se fondent nos interprétations ? Introduction à la sémiotique sociale appliquée aux images d'actualité, séries télé et sites web de médias*, Villeurbanne, Presses de l'Enssib.

SAMOFALOVA Yuliya, CATELLANI Andrea & COUGNON, Louise-Amélie

À paraître, « Manger moins de viande et plus de légumes : Analyse des discours en ligne des ONG et mouvements environnementalistes français sur leurs actions climatiques autour de la consommation de viande et des commentaires des internautes », in Anne Gagnebien, François Allard-Huver (Dir.), *Vent debout !*, Bruxelles, iSTE éditions.

SOROKA, Stuart N

2002 “Issue attributes and agenda-setting by media, the public, and policymakers in Canada”, *International Journal of Public Opinion Research*, n° 3 p. 264-285.

STOKNES, Per Espen

2015 *What we think about when we try not to think about global warming*, White River Junction, Vermont, Chelsea Green Publishing.

THIRARD, Hugo, RENARD, Damien & CATELLANI Andrea

2024 « La pression douce du faire-faire des plateformes : le cas de Meta Business Suite », *Communication & management*, n° 1, p. 57-74.

VAN DORSSELAER, Isa

2022 *Tous chauds pour le climat ! 10 conseils pour mobiliser votre public*. Rapport des Webinaires Connect for Climate financés par la Fondation Roi Baudouin. Disponible sur : https://media.kbs-frb.be/fr/media/9269/2022_PUB_3836_ChautClimat Consulté le 24 octobre 2024.

VERFUERTH Caroline, DEMSKI, Christina, WHITMARSH, Lorraine, BRAUNHOLTZ-SPEIGHT, Tim, CHERRY, Catherine, DAVID, Jess, GRAHAM, Hilary, HOLOHAN, Claire, JORDAN, Andy, LATTE, Briony, LORENZONI, Irene, MCLACHLAN, Carly, MINAS, Angela Mae, MAGUIRE, Duncan, MANDER, Sarah, POORTINGA, Wouter, POWELL, David, THORMAN, Dan, TREGASKIS, Olga, WALSH, Christopher, WATSON, Katie, WESTLAKE, Steve, WILSON, Mark, WOOD, Ruth & ZANIN, Bella

2024 *Catalysts of change: People at the heart of climate transformations. Key messages from five years of social science research on climate change*, London, Centre for Climate Change and Social Transformations.

ZILBERBERG, Claude

2012 *La structure tensive : suivi de Note sur la structure des paradigmes et de Sur la dualité de la poétique*. Nouvelle édition [en ligne]. Presses universitaires de Liège : <<http://books.openedition.org/pulg/2140>>

Annexes

Annexe 1. Liste des questions de l'enquête par questionnaire

1. Notez librement ce qui vous vient à l'esprit après avoir regardé cette vidéo et les documents annexes.
2. Quelles sont les émotions (s'il y en a) que vous avez éprouvées en regardant la vidéo, et après ?
3. Comment résumeriez-vous ce qui est raconté dans la vidéo, en quelques mots ?
4. Quel est selon vous l'objectif de cette vidéo ?
5. Quels effets a eu cette vidéo sur vous, en quelques mots ?
6. Quels sont les aspects positifs et négatifs, les points forts et les points faibles de cette vidéo, en quelques mots ?
7. Votre âge
8. Votre pays de résidence
9. Votre situation professionnelle (étudiant, salarié...)
10. Par rapport aux enjeux de l'environnement et du changement climatique, comment décririez-vous votre attitude ?
11. Est-ce que cette vidéo vous semble utile pour la cause de la protection de l'environnement ?
12. N'hésitez pas à ajouter tout autre élément qui vous semble utile, merci !

Pour citer cet article : Yuliya Samofalova, Louise-Amélie Cougnon, Andrea Catellani. « Communiquer sur la transition climatique : notes sémiotiques et critiques sur un projet vidéo dédié aux « bibliothèques d'objets » », Actes Sémiotiques [En ligne]. 2026, n° 134. Disponible sur : <https://doi.org/10.25965/as.9356> Document créé le 03/02/2026

ISSN : 2270-4957