

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

*« Bonjour Monsieur/Madame/+ Tout-le-Monde,
avez-vous une minute pour un VOX POP ? »*

RECHERCHE(-CRÉATION) MÉDIATIQUE PAR L'ÉCRITURE
SUR ET PAR LA PRATIQUE DU VOX POP

THÈSE
PRÉSENTÉE
COMME EXIGENCE PARTIELLE DU
DOCTORAT EN COMMUNICATION

PAR
CYNTHIA NOURY

JUIN 2023

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	ii
DÉDICACE	iv
TABLE DES MATIÈRES	v
TABLE DES CODES TYPOGRAPHIQUES ET DES VOIX	vii
LISTE DES FIGURES	viii
RÉSUMÉ	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUIRE	1
□ CARTE GLOBALE DE LA THÈSE.....	6
(STAND)POINT DE DÉPART	7
SECTION I – PROBLÉMATIQUE & MÉTHODOLOGIE	13
□ CARTE DE LA SECTION I	14
1.1 UNE CRÉATURE MOUVANTE À DEUX TÊTES	16
1.2 UNE (EN)QUÊTE PORTÉE PAR L'ÉCRITURE	23
1.3 DES FRAGMENTS D'UNE RECHERCHE-CRÉATION MÉDIATIQUE	55
SECTION II – COMPRENDRE LE VOX POP	77
□ CARTE DE LA SECTION II	78
2.1 REPÉRAGE – Points de vue sur le vox pop.....	79
□ LES TRAJETS EXPLORATOIRES À TRAVERS LE VOX POP	99
2.2 TRAJET ÉTYMOLOGIQUE – La voix du peuple est-elle la voix de Dieu ?.....	101
2.3 TRAJET REPRÉSENTATIONNEL – Le vox pop reflète-t-il le public et son opinion ?	121
2.4 TRAJET MÉDIATIQUE – Comment opère le dispositif médiatique du vox pop ?.....	255
2.5 EMBRANCHEMENTS – Quelles directions empruntent les vox pop dans la pratique ?.....	309
□ LES EMBRANCHEMENTS AU CŒUR DE LA PRATIQUE DU VOX POP.....	311
□ CARTE DU TERRAIN DU VOX POP EXPLORÉ JUSQU'ICI	448
2.6 EN GUISE DE (NON)CONCLUSION À CETTE (EN)QUÊTE	449

SECTION III – EXPÉRIMENTER	457
□ CARTE DE LA SECTION III.....	458
3.1 OUVRIR LES POSSIBLES DE LA PRATIQUE DU VOX POP	459
3.2 FRAGMENTS ÉCRITS DE MA PRATIQUE D’ENTREVUE DE RUE.....	461
3.3 UNE ENTREVUE SUR MA PRATIQUE D’ENTREVUE DE RUE.....	462
3.4 LES DÉTOURNEMENTS DU DISPOSITIF MÉDIATIQUE DU VOX POP.....	577
3.5 EN GUISE DE (NON)CONCLUSION À MES EXPÉRIMENTATIONS	579
CONCLURE	580
□ CARTE DES TRAJETS PARCOURUS DANS LA THÈSE	581
CLORE LES TRAJETS POUR MIEUX OUVRIR LES POSSIBLES	582
DOCUMENTATION ET COORDONNÉES	586
UN VOX POP (CO-RESPONSABLE) DONT VOUS ÊTES LA PERSONNE HÉROÏNE	587
(STAND)POINT D’ARRIVÉE (TRANSITOIRE).....	598
ANNEXE A – LE DISPOSITIF MÉDIATIQUE DU VOX POP.....	600
ANNEXE B – RÉFLEXION POUR UNE APPROCHE CO-RESPONSABLE DU VOX POP	601
ANNEXE C – TABLE DES MATIÈRES DÉTAILLÉE	606
RÉFÉRENCES	615

RÉSUMÉ

Au premier abord, il pourra peut-être sembler étonnant de consacrer une thèse doctorale au « vox pop », un format médiatique répandu, mais largement sous-estimé consistant dans sa forme la plus simple à rassembler quelques courtes interventions de membres du public sur une thématique commune. **Se pourrait-il cependant que le vox pop joue un rôle médiatique et collectif plus important que ce qu'il laisse initialement entrevoir ?** C'est ce que suggère cette recherche qui est la seule, à ma connaissance, à proposer une perspective historique poussée sur le contexte d'émergence potentiel du vox pop ainsi que sur ses pratiques contemporaines, le tout appuyé par un large corpus de références théoriques et d'exemples. En plus de soulever de nombreux enjeux relationnels, représentationnels et économiques reliés au vox pop, cette exploration doctorale unique en son genre propose une première conceptualisation théorique flexible de cette pratique médiatique plus complexe qu'il n'y paraît. Elle suggère également des pistes concrètes afin de favoriser une pratique co-responsable du vox pop bénéficiant collectivement à ses créateur·trice·s, ses participant·e·s et ses auditoires.

Cette exploration à travers le terrain foisonnant du vox pop est également bonifiée par une décennie d'expérimentations personnelles et de réflexions sur et par la pratique de l'entrevue de rue. Les parcours de recherche(-création) médiatique tracés dans les pages qui suivront ont aussi la particularité de se déployer à travers une écriture post qualitative créative, vivante et située, ce qui fait de cette thèse une lecture — j'ose du moins le suggérer ! — des plus surprenante et réjouissante. Ultimement, cette réflexion porte sur notre rapport personnel/collectif à un format censé représenter symboliquement la voix du public dans les médias, c'est-à-dire « notre » voix. Elle nous invite en ce sens à (re)considérer le vox pop en tant que pratique à part entière pouvant contribuer au vivre-ensemble.

En somme, si vous aimez les vox pop, cette thèse est pour vous. S'ils vous laissent indifférent·e·s ou que vous les détestez, elle l'est encore plus.

Et vous, Monsieur/Madame/+ Tout-le-Monde,
que pensez-vous des vox pop ?

Mots clés : Vox pop, micro-trottoir, entrevue de rue, interview, *Vox populi*, *vox Dei*, voix du peuple/public, journalisme, sondage d'opinion, recherche post qualitative, recherche par l'écriture, recherche-création médiatique, dispositif médiatique, pratique co-responsable du vox pop

ABSTRACT

At first glance, it may seem surprising to devote a doctoral thesis to “vox pops,” a widespread but largely underappreciated media format that consists, in its simplest form, of gathering a few short interventions from members of the public on a common theme. **Could vox pops nonetheless play a more important media and collective role than they suggest from the outset?** This research points to just such a possibility. Moreover, it is the only one, to my knowledge, to offer a thorough historical perspective on the potential emergence of vox pop as well as its contemporary practices, all supported by a large body of theoretical references and examples. In addition to raising numerous relational, representational and economic issues related to vox pop, this doctoral exploration offers a novel theoretical conceptualization of this practice, which turns out to be much more complex than commonly perceived. It also proposes tangible pathways to foster a co-responsible practice of vox pop to the collective benefit of its creators, participants and audiences.

This exploration of the vast vox pop landscape is complemented by a decade of personal experimentation and reflection on, and through the practice of, on-the-street interviewing. The media research(-creation) paths traced in the following pages also have the particularity of unfolding through a post qualitative writing style that is creative, lively and situated, resulting in a surprising and, dare I suggest, enjoyable read. Ultimately, this work serves as a reflection on our personal/collective relationship to a format that is supposed to symbolically represent the voice of the public in the media, that is, “our” voice. It ultimately invites us to (re)consider vox pop as a practice in its own right that can contribute to our collective well-being.

In short, regardless of your opinion of vox pop—love, indifference, or hate—this thesis is for you.

And you, Mr./Mrs./+ Average Person,
what do you think of vox pops?

Keywords: Vox pop, street interview, man-in-the-street interview, man-on-the-street interview, *Vox populi*, *vox Dei*, voice of the people/public, journalism, opinion polling, post qualitative research, writing as research, media research-creation, media device, co-responsible vox pop practice

ANNEXE C – TABLE DES MATIÈRES DÉTAILLÉE

REMERCIEMENTS	ii
DÉDICACE	iv
TABLE DES MATIÈRES	v
TABLE DES CODES TYPOGRAPHIQUES ET DES VOIX	vii
LISTE DES FIGURES	viii
RÉSUMÉ	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUIRE	1
□ CARTE GLOBALE DE LA THÈSE	6
(STAND)POINT DE DÉPART	7
SECTION I – PROBLÉMATIQUE & MÉTHODOLOGIE	13
□ CARTE DE LA SECTION I	14
1.1 UNE CRÉATURE MOUVANTE À DEUX TÊTES	16
PROBLÉMATISATION	16
QUESTIONS DE RECHERCHE(-CRÉATION)	18
1.2 UNE (EN)QUÊTE PORTÉE PAR L'ÉCRITURE	23
L'(EN)QUÊTE ET SES STRATÉGIES	23
Collecte des données	24
Visionnement des contenus	26
Limites de la collecte	26
LA RECHERCHE PAR L'ÉCRITURE	28
L'écriture comme recherche	28
Une réflexion dans l'écriture	29
Ma démarche d'écriture	30
Critique de l'écriture positiviste	33
Influence postmoderne	34
Influence poststructuraliste	35
Crise de la représentation	36
Vox pop et représentation	39
Exposer les modes de production de la connaissance	39
Une écriture située et subjective	42
Une écriture réflexive	42
Une écriture processuelle et sensible aux enjeux représentationnels	43
Une écriture performative	44
Une écriture polyvocale	45

Une écriture sensible aux enjeux éthiques et de pouvoir.....	47
Une écriture postdisciplinaire	47
Une écriture post qualitative	48
Une recherche sans fin.....	50
NOTES SUR LA PRÉSENTATION DU TEXTE ET DES EXTRAITS	52
Codes typographiques.....	52
Citations	53
Croquis.....	54
Décharge	54
1.3 DES FRAGMENTS D’UNE RECHERCHE-CRÉATION MÉDIATIQUE.....	55
LA RECHERCHE-CRÉATION (TOUT COURT).....	58
Mise en contexte	58
Foisonnement d’approches	58
Élargissement des connaissances.....	59
Parallèles avec l’écriture comme recherche	60
LA RECHERCHE-CRÉATION MÉDIATIQUE.....	60
Mise en contexte	60
Spécificités médiatiques	61
Apport pour ma démarche	63
LA RECHERCHE-CRÉATION COMME PRATIQUE.....	64
Les pratiques selon Schatzki.....	64
Le vox pop/entrevue de rue comme pratique	66
La recherche-création comme pratique	70
Apport pour ma démarche	73
UNE RECHERCHE(-CRÉATION) MÉDIATIQUE PAR L’ÉCRITURE	75
SECTION II — COMPRENDRE LE VOX POP	77
□ CARTE DE LA SECTION II.....	78
2.1 REPÉRAGE – Points de vue sur le vox pop.	79
2.1.1 POURQUOI NOUS INTÉRESSER AU VOX POP ?.....	79
2.1.2 LE VOX POP SELON.....	84
Son cliché	84
Les dictionnaires	85
Les gens dans la rue	92
Il Extrait — Vox pop ²	93
Il Exemple — La route des 20.....	96
Moi, ici, maintenant	97
□ LES TRAJETS EXPLORATOIRES À TRAVERS LE VOX POP.....	99
2.2 TRAJET ÉTYMOLOGIQUE – La voix du peuple est-elle la voix de Dieu ?	101

2.2.1 L'ADAGE VOX POPULI, VOX DEI.....	101
2.2.2 LA VOIX DU PEUPLE.....	102
Et la voix de Dieu	102
Et la voix du roi	105
Pour le peuple	106
Et de l'opinion publique	110
À travers le vox pop.....	112
Exemple — Vox Pop 1932–1948	113
2.3 TRAJET REPRÉSENTATIONNEL – Le vox pop reflète-t-il le public et son opinion ?.....	121
2.3.1 L'INTERVIEW JOURNALISTIQUE.....	121
L'émergence du journalisme	121
L'émergence de l'interview journalistique	124
Les journalistes et leurs sources	127
Les journalistes et le/leur public	128
2.3.2 LA SÉRIE D'INTERVIEWS	132
L'émergence des enquêtes et des séries d'interviews	132
Exemple — Enquêtes d'interviews 1892-1895	134
La scénographie des interviews et la sérialité	135
Exemple — Reportage photographique 1932	138
L'effacement des médiations humaines par les technologies.....	139
Exemple — Chronique d'un été 1960.....	140
Exemple — Enquête : Labour and the Poor 1849	143
La diversification des voix d'interview	148
2.3.3 LE SONDAGE D'OPINION.....	150
L'émergence du sondage d'opinion	150
» La recherche marketing	152
» La recherche en sciences sociales.....	153
» Les sondages d'opinion	154
La recherche de crédibilité des sondages	156
La portée politique des sondages	156
L'appétit des médias et du public pour les sondages.....	157
L'évolution du sondage d'opinion.....	158
Les sondeurs et le « American Average ».....	160
Exemple — Code Québec	163
L'entrevue au service de collecte des données et ses biais.....	165
Exemple — L'expérience d'échantillonnage canadienne de Cantril.....	167
Les sondeurs et le « Man in the street »	169
La démocratisation de l'opinion et la société de l'entrevue	170

L'opinion publique et ses critiques	172
Le vox pop selon Myers	174
Exemple — The Onion : American Voices	179
Les sondeurs et le/leur public	181
2.3.4 PAS DE RECUL : ET LE VOX POP DANS TOUT ÇA ?	184
2.3.5 LE VOX POP JOURNALISTIQUE	188
Le vox pop journalistique selon	189
» D ^{re} Beckers et la littérature issue de la recherche	189
» Des journalistes	191
Exemple — Le micro-trottoir universel	196
» Les normes de pratique journalistiques	197
Exemple — La boussole électorale de Vox Pop Labs	198
Les recherches sur le vox pop journalistique et	203
» Sa fréquence d'utilisation	203
» Ses motifs d'utilisation	207
Exemple — Greg Packer : THE man-on-the-street	211
» Ses biais	212
» Ses effets potentiels	218
Exemple — Mark Dice : You Tuber Conservateur	222
Le vox pop journalistique et le/son public	225
Le vox pop journalistique hors des sentiers battus	234
Exemple — Anywhere but Westminster	235
Exemple — Dossier société : Êtes-vous racistes ?	238
Exemple — Liz Plank : 2016ish	239
Exemple — Henry McKean : Le roi irlandais du vox pop	242
Exemple — RAD	246
Exemple — Channel 5 with Andrew Callaghan	250

2.4 TRAJET MÉDIATIQUE – Comment opère le dispositif médiatique du vox pop ?	255
2.4.1 LES CARACTÉRISTIQUES FORMELLES DES VOX POP	257
Les caractéristiques du vox pop selon la littérature.....	257
Les caractéristiques ± formelles principales du vox pop.....	259
La nécessité de dépasser une vision du vox pop comme format	263
2.4.2 DÉPLOYER LA PRATIQUE DU VOX POP.....	265
Mise en contexte	265
Une incursion au cœur de la pratique du vox pop	267
» Le projet.....	267
» La situation d’entrevue	268
» Les technologies et procédés de production médiatiques.....	270
» La diffusion et la réception	272
» Le contexte élargi	273
Récapitulatif.....	273
2.4.3 LES MÉDIAS ET LA REPRÉSENTATION DU(DES) PUBLIC(S).....	275
Les médias, la médiation et la médiatisation.....	275
Le(s) public(s) à travers le vox pop	280
» Le vox pop comme cadre.....	281
» Le vox pop comme coupe agentielle	286
Le travail d’entrevue et le vox pop comme marchandise médiatique	291
La boucle de représentation médiatique symbolique du vox pop	296
2.4.5 LE VOX POP COMME DISPOSITIF MÉDIATIQUE	298
Le dispositif média	298
Le détournement du dispositif média	299
Schématisation du vox pop comme dispositif média	301
Ce qu’il faut retenir du vox pop comme dispositif médiatique	306
2.5 EMBRANCHEMENTS – Quelles directions empruntent les vox pop dans la pratique ?	309
Mise en contexte	309
Le découpage des embranchements	310
□ LES EMBRANCHEMENTS AU CŒUR DE LA PRATIQUE DU VOX POP	311
Les idéaux-types et les inclassables.....	312
Un pas de recul sur ma démarche	313
2.5.1 HUMOUR ET DIVERTISSEMENT.....	316
Mise en contexte	316
Exemples issus de la pratique	318
Exemple — Les vox pop de Guy Nantel	318
Exemple — Marie s’infiltré	325
Exemple — Kassem G — California On.....	329

Il Exemple — Autres exemples.....	335
Survol — Les contenus parodiques	338
Quelques parallèles avec le dispositif médiatique du vox pop	340
» Le projet.....	340
» La situation d’entrevue	340
» Les contenus complémentaires	340
» Le montage	340
» La (post)production	340
» Les contenus produits	341
» La diffusion et l’auditoire	341
» Les caractéristiques du vox pop.....	341
» Les questionnements soulevés.....	342
2.5.2 ART ET DOCUMENTAIRE.....	343
Mise en contexte	343
Exemples issus de la pratique	344
Il Exemple — Humans of New York	344
Il Exemple — Thoroya Maronesy	355
Il Exemple — Comizi d’Amore	358
Il Exemple — Autres exemples.....	359
Survol — Autres démarches apparentées	361
Survol — Les vox pop d’archives	363
Quelques parallèles avec le dispositif médiatique du vox pop	368
» Le projet.....	368
» La situation d’entrevue	368
» Le montage	369
» Les contenus complémentaires	369
» La (post)production	369
» Les contenus produits	370
» La diffusion et l’auditoire	370
» Les caractéristiques du vox pop.....	370
» Les questionnements soulevés.....	371
2.5.3 (AUTO)PROMOTIONNELLE	373
Mise en contexte	373
Survol — Les contenus publicitaires.....	374
Il Exemple — A&W	374
Survol — Les contenus de marque	376
Il Exemple — URBANIA	378
Il Exemple — Speakers Corner	381

Survol — Les contenus d’influence	383
Exemple — Rhan Rizwan	387
Survol — Les contenus de relations publiques	392
Quelques parallèles avec le dispositif médiatique du vox pop	393
» Le projet	393
» La situation d’entrevue	393
» Le montage	394
» Les contenus complémentaires	394
» La (post)production	394
» Les contenus produits	395
» La diffusion et l’auditoire	395
» Les caractéristiques du vox pop	397
» Les questionnements soulevés	398
2.5.4 ÉDUCATION ET ENGAGEMENT SOCIAL	400
Mise en contexte	400
Survol — Les contenus informatifs et éducationnels	401
Exemple — L’indice McSween	401
Survol — Les contenus de sensibilisation, de discussion ou militants	405
Exemple — PAINT	405
Exemple — StereoTypes	407
Exemple — Philippe Desrosiers + Petites vies + Faut se parler	408
Survol — Les contenus axés sur l’engagement social et la citoyenneté	423
Exemple — Télématon	423
Exemple — Synaptic Crowd — Vox Pop Experiments	424
Exemple — Paul Shore + T Lance + The Street Speaks	426
Quelques parallèles avec le dispositif médiatique du vox pop	443
» Le projet	443
» La situation d’entrevue	443
» Les contenus complémentaires	444
» Le montage	444
» La (post)production	444
» Les contenus produits	445
» La diffusion et l’auditoire	445
» Les caractéristiques du vox pop	445
» Les questionnements soulevés	447
□ CARTE DU TERRAIN DU VOX POP EXPLORÉ JUSQU’ICI	448

2.6 EN GUISE DE (NON)CONCLUSION À CETTE (EN)QUÊTE	449
Mise en contexte	449
Une promesse illusoire	450
Les détournements du vox pop	451
La voix du public... et celle des créateur·trice·s.....	452
Le vox pop comme marchandise médiatique	453
Pour une pratique responsable du vox pop	454
SECTION III — EXPÉRIMENTER	457
□ CARTE DE LA SECTION III	458
3.1 OUVRIR LES POSSIBLES DE LA PRATIQUE DU VOX POP	459
3.2 FRAGMENTS ÉCRITS DE MA PRATIQUE D'ENTREVUE DE RUE	461
3.3 UNE ENTREVUE SUR MA PRATIQUE D'ENTREVUE DE RUE	462
Mise en contexte	462
3.3.1 LES PREMIERS SOUVENIRS DE VOX POP	465
3.3.2 DES VOX POP JOURNALISTIQUES... ANODINS ET BANALS !	466
3.3.3 UN PASSAGE EN IRLANDE	470
3.3.4 UNE MAÎTRISE PORTÉE PAR LES RENCONTRE(S)	473
Un intérêt pour la rencontre au cœur de l'entrevue de rue	473
Une démarche de recherche-crédation	475
Il Exemple — Rencontre(s).....	477
» Présentation des éléments clés.....	477
» Influences théoriques et artistiques.....	479
» Les défis, découvertes et apprentissages	484
» Une pratique et ses responsabilités	488
3.3.4 LES (IM)POSTURES DOCTORALES	490
Se perdre pour mieux (re)trouver ses trajets de recherche	490
Des revirements inattendus entre (im)postures, pandémie et crachat	495
Il Exemple — le fil	500
» Présentation des éléments clés.....	501
» Concept et déroulement	501
» Vox pop vs Micro-trottoir vs Entrevue de rue.....	507
» Les défis, découvertes et apprentissages	507
» Le renversement de l'expérience et la Rencontre avec un grand R.....	519
Il Exemple — Vivrel&lEnsemble.....	524
» Présentation des éléments clés.....	524
» L'entrevue au service du vivre-ensemble	529
» Un projet davantage participatif	529
» Une diffusion de proximité du broadcasting au microcasting	532

» Les défis, découvertes et apprentissages	535
» La portée communautaire et ses possibles.....	537
Exemple — distant_à::gether	539
» Présentation des éléments clés.....	539
» Divaguer pour mieux ouvrir/envisager les possibles.....	543
3.3.5 UN PAS DE RECUL SUR MA PRATIQUE D’ENTREVUE DE RUE	545
La préparation.....	546
L’approche dans la rue	547
L’échange	548
Le style d’entrevue	551
L’engagement personnel.....	553
Le travail d’entrevue.....	554
L’équipement, le montage (parfois) et la mise en ligne	555
La responsabilité.....	562
Les personnes que je rencontre.....	566
Les surprises et (l’impossible) vox pop idéal	569
La(les) chose(s) à retenir	570
Le pourquoi, le « Why? ».....	571
Le a(de)venir.....	574
3.4 LES DÉTOURNEMENTS DU DISPOSITIF MÉDIATIQUE DU VOX POP	577
3.5 EN GUISE DE (NON)CONCLUSION À MES EXPÉRIMENTATIONS.....	579
CONCLURE	580
□ CARTE DES TRAJETS PARCOURUS DANS LA THÈSE.....	581
CLORE LES TRAJETS POUR MIEUX OUVRIR LES POSSIBLES	582
DOCUMENTATION ET COORDONNÉES.....	586
UN VOX POP (CO-RESPONSABLE) DONT VOUS ÊTES LA PERSONNE HÉROÏNE	587
(STAND)POINT D’ARRIVÉE (TRANSITOIRE)	598
ANNEXE A – LE DISPOSITIF MÉDIATIQUE DU VOX POP	600
ANNEXE B – LISTE RÉFLEXIVE POUR UNE APPROCHE CO-RESPONSABLE DU VOX POP.....	601
ANNEXE C – TABLE DES MATIÈRES DÉTAILLÉE	606
RÉFÉRENCES	615
Bibliographie	615
Médiagraphie	630
Dictionnaires.....	659