

Fabrication critique et web 2.0

Les géographies matérielles de followthethings.com

*Critical making with web2.0: on the material geographies in/of
followthethings.com*

Ian COOK et al

Traducteur : Valentine Leys



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/gc/3314>

DOI : [10.4000/gc.3314](https://doi.org/10.4000/gc.3314)

ISSN : 2267-6759

Éditeur

L'Harmattan

Édition imprimée

Date de publication : 1 octobre 2014

Pagination : 23-48

ISBN : 978-2-343-07132-9

ISSN : 1165-0354

Référence électronique

Ian COOK et al, « Fabrication critique et web 2.0 », *Géographie et cultures* [En ligne], 91-92 | 2014, mis en ligne le 28 octobre 2015, consulté le 27 novembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/gc/3314> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/gc.3314>

Ce document a été généré automatiquement le 27 novembre 2020.

Fabrication critique et web 2.0

Les géographies matérielles de followthethings.com

*Critical making with web2.0: on the material geographies in/of
followthethings.com*

Ian COOK et al

Traduction : Valentine Leys

*En plus de toutes les personnes mentionnées directement et indirectement dans ce texte, je
souhaite remercier Camille Schmoll, Tara Woodyer et Eeva Kemppainen pour leur aide et leurs
orientations.*

Introduction

Figure 1 – Page d'accueil de followthethings.com

followthethings.com
another kind of shopping

'Like IMDB for everything'
Mobile Service, July 2013

Your shopping bag

Browse our departments: Grocery | Fashion | Electrical | Health & Beauty | Sport | Gifts | Money | Security | Auto

WHAT'S IN YOUR BASKET?
shop now

Tweets

Jeff Ballinger @press4change 20h
.@lawatmargins @usas @followthethings via #HelenaWaldmann: Kathak depicts Bangladesh garment workers' story [shares/1b2Ujd 1/2](https://www.facebook.com/shares/1b2Ujd1/2)
Retweeted by followthethings.com

Jeff Ballinger @press4change 20h
.@followthethings @lawatmargins
Tweet to @followthethings

Who makes the things that we buy?
Few of us know. They seem untouched by human hands. Occasionally there's a news story, a documentary film, or an artwork showing the hidden ingredients in our coffee, t-shirts, or iPads. They often 'expose' unpleasant working conditions to encourage more 'ethical' consumer or corporate behaviour. followthethings.com is this work's 'online store'. Here you can find out who has followed what, why and how; the techniques used to 'grab' its audiences; the discussions and impacts that this has provoked; and how to follow things yourself.

We have shoppers in over 180 countries worldwide
26,093 Visitors
22 Mar 2011 - 12 Nov 2014
Click to see

Check our online shopping channels

Shipping - FAQ - Legals - Contacts - Follow It Yourself - Friends - Peer Review - Classroom

Capture d'écran du 17 janvier 2015

- 1 Le site followthethings.com est conçu pour évoquer par son aspect, son ergonomie et sa navigation les sites de vente en ligne familiers aux internautes. Ce site rassemble une sélection d'articles de recherche, de films, d'œuvres d'art et de textes engagés qui invitent les acheteurs à adopter un regard critique vis-à-vis de ceux qui fabriquent les choses qu'ils achètent. Le site a pour objectif de susciter une réflexion active et vivante autour du commerce (in)équitable, mais aussi d'encourager et d'informer de nouveaux travaux de recherche dans le champ de la consommation responsable. Toutefois, les géographies matérielles du site ne peuvent être réduites à celles que retracent ses articles. En effet, à ces géographies s'ajoutent et s'entremêlent celles qui touchent à la construction même du site : un site dont le développement utilise et participe de l'écologie du web 2.0, et qui a été créé au moyen d'un MacBook Apple assemblé en Chine et acheté au Royaume-Uni. Nous retracerons dans cet article la création du site, pour comprendre en quoi une réflexion sur cette démarche peut éclairer la pensée actuelle sur les nouvelles pratiques de « fabrication critique » et la « consommation critique ».
- 2 Nous partirons de l'affirmation de Cook et Woodyer (2012) selon laquelle « nous devons développer des formes de pensée critique capables de susciter des visions, d'inspirer des sentiments, de prendre vie, de nous sauter à la gorge, [...] des formes qui ne constituent pas simplement un discours sur la matérialité vivante, mais qui sont elles-mêmes matière vive ». Ailleurs, Tim Ingold (2007) s'interroge : « Est-ce que nous n'en apprendrions pas plus sur la composition matérielle du monde habité si nous prenions à bras-le-corps la matière même que nous cherchons à comprendre : en sciant une bûche, en fendant une pierre ou en prenant les rames d'une barque ? Cette forme d'implication – le fait de travailler dans la pratique avec la matière – ne peut-elle pas

engendrer un processus de découverte bien plus puissant qu'une approche limitée à l'analyse abstraite de choses déjà fabriquées ? » (p. 2-3). Nous répondons à cette question par l'affirmative : cette démarche est en effet possible, et c'est justement ce nous avons fait en créant un site internet et en y publiant des contenus. Nous avons travaillé dans la pratique avec une matière faite de claviers, de disques durs, d'écrans, de routeurs Wi-Fi, d'appareils photo numériques, de câbles à fibre optique, de serveurs, de logiciels, de réseaux, d'heures de travail, d'idées, d'émotions, de conversations, d'essais, de connaissances, d'étudiants, de stagiaires et de collègues, en suivant une méthodologie de recherche traditionnelle mais aussi en puisant dans une éthique du « do-it-yourself » héritée de la littérature militante et du hackerisme. Nous affirmons de surcroît que cette démarche a en effet engendré « un processus de découverte bien plus puissant » des géographies matérielles du web 2.0. La « sorte de flux » à l'œuvre dans cette démarche de « fabrication critique » n'a été que peu documentée par la recherche académique (Ratto, Wylie, Jalbert, 2014). C'est ce que nous nous efforcerons de faire dans cet article.

Whose Hair Is It Anyway? (« A qui sont ces cheveux ? »)

Figure 2 – Extensions capillaires et autres produits figurant sur le site followthethings



- 3 Lors de l'été 2008, je tombe à la télévision sur la fin d'un documentaire intitulé *Jamelia : whose hair is it anyway ?* (« *Jamelia : à qui sont ces cheveux ?* »). La chanteuse britannique est filmée en Inde où, portant avec elle une mèche d'extensions capillaires qu'elle a utilisées lors d'un spectacle à la télévision, elle part à la recherche de la personne à laquelle ont appartenu ces cheveux. Au terme de ce récit surprenant, plein de rebondissements inattendus, la chanteuse finit par rencontrer à Madras une femme qui s'est fait raser la tête pour présenter ses cheveux en offrande en remerciement de la guérison de sa fille. Le temple où elle a laissé ses cheveux les a ensuite vendus à un marchand, et a utilisé une partie de l'argent pour nourrir des personnes dans le besoin. Je décide de trouver une copie du documentaire pour le montrer aux étudiants de mon module « Géographies de la culture matérielle ». La manière dont l'enquête de *Jamelia* a été filmée et montée illustre à la perfection selon moi un argument central de notre bibliographie sur la provenance des objets de consommation (« *follow the thing* ») :

« Dès lors que l'on se lance dans un projet de recherche multi-située, on se trouve vite impliqué personnellement, emmêlé dans toutes sortes de liens contradictoires. Pour résoudre ces contradictions – même si l'on ne peut dissiper une certaine ambivalence – il vaut mieux, plutôt que de se réfugier derrière le rôle du savant anthropologue détaché, chercher à devenir une sorte d'ethnographe-activiste :

renégocier son identité sur chacun des sites où l'on se trouve, à mesure que l'on découvre une fraction du système-monde » (Marcus, 1995, p. 113).

- 4 Tout au long du documentaire on voit Jamelia parler au téléphone avec sa fille, lui demander si elle va bien et lui dire à quel point elle lui manque. Le film se conclut sur la rencontre de la chanteuse avec l'inconnue qui, à l'autre bout de la planète, a sacrifié sa superbe chevelure pour sa fille. Les relations mère-fille jouent un rôle central dans le film : étonnantes, positives, éminemment touchantes et fort vecteur d'empathie. Jamelia déclare à la fin du documentaire qu'elle « se sent honorée d'avoir porté des cheveux qui ont été tellement aimés »¹. Je décide de partager cette trouvaille avec mes collègues géographes à travers le monde. J'envoie un message sur le *Critical Geography Forum* (CGF) en décrivant le film que j'ai vu et en suggérant : « Si d'autres connaissent/ utilisent des films (ou autres ressources) qui comme celui-ci suivent le parcours d'un objet [...], je voudrais tenter de les recenser et de créer une sorte de liste consultable en ligne, qui pourrait être enrichie par les visiteurs du site »².

La multiplication des recherches sur la provenance des objets

- 5 Il y a vingt-cinq ans, très peu de recherches portaient sur « la vie sociale des choses ». Les géographies matérielles des biens marchands étaient peu étudiées. Un chercheur qui aurait souhaité entreprendre une étude de ce type n'avait accès qu'à de rares travaux de référence. De même, un enseignant qui aurait voulu évoquer ces questions ne disposait que peu de matière. Aujourd'hui au contraire, nous avons l'embarras du choix. Il existe une idée répandue selon laquelle le capitalisme global est à l'abri de toute critique populaire approfondie parce que l'accès des consommateurs aux marchandises se fait par des voies abstraites et fétichisées (Jhally, 1987). Et pourtant, on voit aujourd'hui proliférer des publications savantes ou généralistes qui cherchent, pour citer les mots d'Arjun Appadurai (1986), à « suivre les choses elles-mêmes [...] [pour éclairer] leur contexte humain et social » (p. 5). Un corpus grandissant d'articles de presse généraliste, de livres grand public, de documentaires, de campagnes d'ONG, d'œuvres d'art et de publications académiques dénoncent les bas salaires et les mauvaises conditions de travail des travailleurs qui produisent les articles de consommation courante les plus connus. Commerçants et consommateurs sont considérés dans ces textes comme des acteurs à part entière, qu'ils soient ou non conscients de leur implication (Foster, 2007 ; Farquharson, Waters, 2010).
- 6 Les travaux visant à « suivre les choses » cherchent à impliquer leur lecteur, en mettant en scène un récit qui suit le modèle de l'enquête policière. Ils visent à émouvoir et à susciter la réflexion, à injecter de l'empathie dans les rapports marchands, à initier et à nourrir un débat sur le commerce (in)équitable, et à encourager le changement (Cook *et al*, 2006 ; Cook, Evans, Griffiths, Morris, Wrathmell, 2007 ; Foster, 2008). Ils invitent les consommateurs, les entreprises, les gouvernements et les agences internationales de réglementation à assumer leur part de responsabilité dans les rapports d'exploitation historiquement cachés sur lesquels repose le capitalisme mondial (Freidberg, 2004 ; Hughes, 2005). Ces travaux remplissent une fonction pédagogique essentielle pour les éducateurs et pour les enseignants des universités et des écoles, en leur fournissant des points d'entrée concrets pour aider leurs élèves à comprendre des débats académiques abstraits portant sur des questions comme le fétichisme de la marchandise, la

mondialisation, le néolibéralisme, le commerce équitable, les géographies juridiques, les rapports nature-société, la politique de la connaissance ou encore sur les théories de l'incarnation, de la connectivité, de la matérialité, de la relationnalité et de l'affect (Cook *et al*, 2006, *op. cit.* ; Gough, 2004 ; Evans, Cook, Griffiths, 2008). De plus, les aspects politiques, esthétiques, pratiques et pédagogiques de ces travaux, tout comme leurs usages et leurs effets, ont inmanquablement été commentés en ligne et sur papier par leurs créateurs, leurs collaborateurs, leurs commentateurs et leurs détracteurs. C'est ainsi que ces travaux ont pu à leur tour inspirer, informer et faciliter l'émergence de nouveaux travaux sur la circulation des objets, produits par des « fabricateurs » variés parmi lesquels on compte aussi des étudiants et des lycéens (Barnes, 2006 ; Graham, 2010).

Un étrange univers fait de clics

- 7 Le site internet « followthethings » se trouve initialement à l'adresse followthethings.wordpress.com : il s'agit d'une simple liste, présentée sur une plateforme de blog gratuite et facile d'utilisation. La liste recense des travaux que j'ai trouvés et utilisés dans mon enseignement, et d'autres dont j'ai entendu parler au fil des années. D'emblée, il s'agit d'un travail de conservation : une tentative de recenser, de qualifier et de réunir en un même lieu différents exemples d'études et de campagnes portant sur la provenance des biens de consommation. Je relève également les discussions qui ont eu lieu en ligne autour de chaque exemple, que ce soit sur des sites de journaux réservés aux abonnés ou dans des revues académiques, ainsi que des informations sur l'impact de ces travaux sur le public, les ouvriers et les entreprises. En cliquant sur les liens de la page d'accueil, les visiteurs peuvent consulter la page consacrée à chaque étude. Les conclusions de l'étude y sont présentées sous la forme d'une série de citations, dont chacune référence la source d'origine avec un lien permettant au lecteur de vérifier lui-même la référence (figure 3). Chaque page débute par une série de données dont la présentation s'inspire d'IMDb³ : année de production, type de document, nom des producteurs et de la société de production, date de publication. Lorsqu'il s'agit d'un film, une copie intégrale ou une bande-annonce est intégrée à la page.

Figure 3 – Capture d'écran montrant un extrait de la « discussion » sur la page « *Whose hair is it anyway* »

I liked how it was presented and showed a more 'real' side of Jamelia. I particularly liked the clip of her talking on the telephone to [her daughter] Téja and the clip when she shed a tear after watching that little child get his head shaved off unwillingly. Oh, and I also liked how Jamelia went out of her way to track down the lady who's hair Jamelia wore on the National Lottery. It was very informative and somewhat emotional, too. I'm a 21 year old male, so the documentary wasn't really aimed at me at all, but with that said, I did leave having a lot more understanding & respect for women's hair (Amethyst21 in [Off_Da_Enz et al 2008 link](#)).

Everyone featured seemed happy to give their hair, but I guess there is a flipside to it too that wasn't shown in the program! The english schoolgirls though, who said they didn't really care if the hair came from dead people - ewww! I'd rather I knew it came from someone alive 😊 (ellaonfire) / ... [Jamelia] was on Richard and Judy saying that the for some reason she wasn't allowed to go into the darker side of the business because of a backlash from the industry, I can't remember what she said but she seemed to make the point of the programme void (caligulasmate) (Source [ellaonfire et al 2008 link](#)).

Cook, 2011a⁴

- 8 Les citations de la figure 3 sont présentées et découpées de manière à ce que la page se lise comme une transcription détaillée d'une discussion autour du livre ou du film en question⁵. L'idée est de créer pour le visiteur-consommateur un espace d'imagination et de conversation : d'apporter, sous une forme participative et non didactique, à la manière d'une sculpture sociale, des ressources et des outils qui donnent à penser pendant et après la lecture (Beuys, Schwarze, 1972 ; Cook *et al*, 2000). Il s'agit d'un site dont l'« ouverture repose sur une collaboration *théorique, mentale*, du [lecteur], qui doit interpréter librement un fait esthétique *déjà organisé* et doué d'une structure donnée (même si cette structure doit permettre une infinité d'interprétations) » (Eco, 1965, p. 30). L'un des livres répertoriés sur le site⁶ a été décrit par une lectrice comme un voyage à travers « un étrange univers fait de déclics, où chaque pièce a sa place dans le puzzle et où chacun a son rôle à jouer »⁷ : je souhaite que le site followthethings propose des voyages du même type.

Une nouvelle écologie de l'information

- 9 L'arrivée du web 2.0 a fait entrer les travaux sur la provenance des choses dans une nouvelle phase florissante (Clarke, 2008). L'internet n'est plus seulement un lieu où des travaux finis sont livrés à un public relativement passif (Lovink, Niesyto, 2009). L'écologie des nouveaux médias créée par le web 2.0 apporte au contraire des « opportunit[é]s sans précédent de créer des réseaux indépendants pour la production et la diffusion de la recherche » (Dovey, 2008, p. 243). On voit apparaître toutes sortes d'outils gratuits : wikis, réseaux sociaux, blogs, lecteurs média, applications utilisant les tags et agrégateurs de contenus. Par ailleurs, les ordinateurs sont devenus plus abordables, les appareils numériques se sont généralisés et l'accès à l'internet s'est diffusé dans le monde entier. Ces facteurs marquent le début d'une nouvelle ère dans l'utilisation de l'internet, caractérisée par « la création de contenus, le partage et la collaboration » (Gauntlett, 2011, p. 8). L'éthique du *hacker* « prône la décentralisation de l'autorité et l'idée selon laquelle l'informatique peut être mise au service du bien ». Partant du principe que « toute information doit être libre et gratuite », cette éthique

se diffuse au moyen de logiciels gratuits en accès libre et de licences Creative Commons⁸. Dans le même temps, des organisations commerciales comme Google et Facebook proposent et développent des architectures destinées à faciliter les interactions de masse, en offrant des services en ligne « gratuits » qui génèrent des revenus grâce à la commercialisation des contenus publiés par leurs usagers⁹.

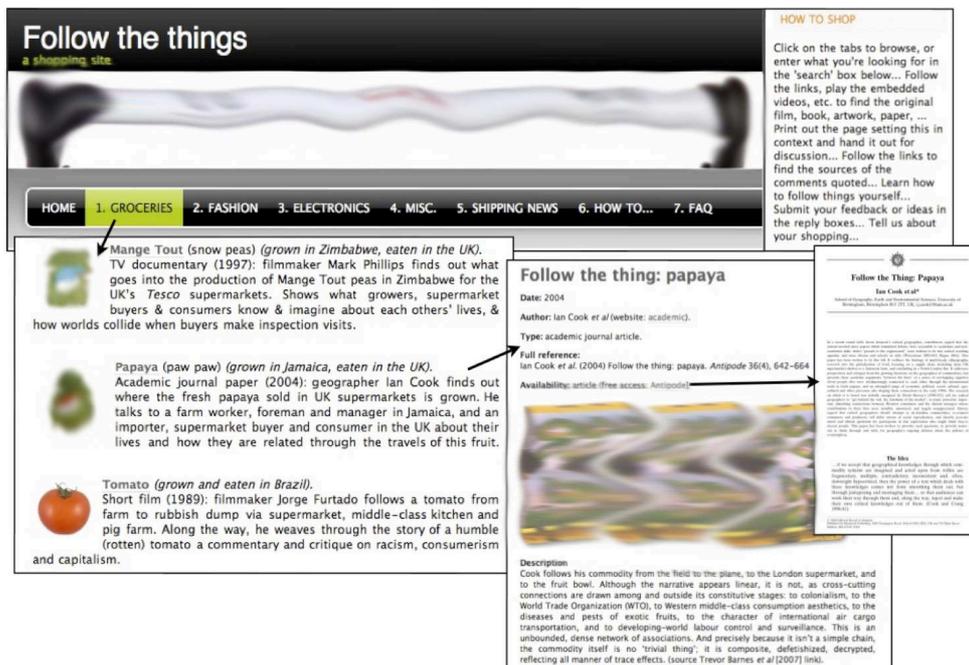
- 10 Les mouvements sociaux, citoyens et artistiques ont profité de l'émergence de cette nouvelle écologie médiatique pour « faire entendre leurs voix sans médiation » et affronter des multinationales toujours plus vulnérables à la création de scandales en ligne (Kneip, 2009, p. 174). Les défenseurs du commerce équitable mobilisent les plateformes et logiciels libres tout comme les sites commerciaux. Ils s'inscrivent en cela dans une tradition qui consiste à « adopter la consommation comme une plateforme permettant le lancement d'actions politiques et culturelles progressistes » (Banet-Weiser, Mukherjee, 2012, p. 6). Selon Veronika Kneip, les activistes utilisent l'internet de trois manières : premièrement, pour construire des sites qui « présentent des informations sous une forme stratégiquement structurée, [qui] exprime la contestation sous les modalités de l'expertise » (*ibid.*, p. 192) ; deuxièmement, pour organiser l'action citoyenne au moyen de sites internet et de réseaux sociaux, qui leur permettent de présenter des objectifs de campagne qui sont ensuite mis en œuvre par des bénévoles ; et troisièmement, pour faire émerger et rassembler, au moyen de plateformes collaboratives comme les wikis, des idées et des exemples de « micro-activisme autogéré » (*ibid.*, p. 176). L'émergence de logiciels et de plateformes offre aux militants de nouveaux outils pour « jouer avec la matière, sélectionner des objets, tester des combinaisons d'éléments, les disposer autrement, en supprimer certains, et plus généralement manipuler leur objet jusqu'à ce qu'il soit plus à même de véhiculer du sens d'une manière satisfaisante » (Gauntlett, *op. cit.*, p. 4).

Le double sens du mot « shopping »

- 11 Reprenons les choses depuis le début, au moment où followthethings.wordpress.com n'est accessible que si l'on connaît l'URL du site. Son graphisme est alors très rudimentaire. Je ne sais pas encore vraiment qui seront les visiteurs du site et ce qu'ils viendront y chercher, ni comment concevoir le site pour le rendre plus attrayant et facile d'utilisation. Je décide donc d'écrire aux auteurs, réalisateurs ou activistes qui ont produit les exemples présentés sur le site, ainsi qu'à des universitaires et à des enseignants de ma connaissance qui seraient susceptibles de l'utiliser. Je leur demande de se mettre dans la peau d'un usager et de me donner leurs retours sur la conception et les contenus du site. Ils me répondent que les textes doivent être allégés, et que la présentation et la navigation du site sont à revoir. Je me mets donc à parcourir tous les sites des principaux supermarchés et magasins de bricolage britanniques, comme sainsburys.co.uk, tesco.com, asda.com ou diy.com. Je cherche à comprendre leur conception visuelle, la manière dont les produits sont présentés et le parcours qu'il faut faire à travers leurs pages pour parvenir à un achat. Je m'efforce ensuite de reproduire ces caractéristiques autant que possible, en utilisant le gestionnaire de contenu et les modèles de blogs disponibles sur WordPress (figure 3). Je choisis par exemple un fond blanc avec des titres en orange et des textes en noir. Je crée des pages « Department » (« Boutique ») où figure une photo et une brève description de chaque « produit », sur lequel on peut cliquer pour arriver à la page consacrée à l'exemple correspondant.

12 C'est alors que je m'aperçois que je suis en train de faire de followthethings.wordpress.com un site de « shopping », dans les deux sens du terme. En effet, en anglais, ce mot signifie à la fois « rechercher ou examiner des biens offerts à la vente » et « divulguer des informations sur quelqu'un », « dénoncer une personne, la livrer aux autorités »¹⁰. La conception du site est également influencée par les exemples qui s'y trouvent rassemblés, et en particulier par la tactique du détournement fréquemment utilisé par les activistes culturels : une forme de critique qui fonctionne « non pas en niant et en contestant la rhétorique dominante, mais en repliant sur elles-mêmes des formes culturelles existantes d'une manière ludique et provocatrice », en une sorte de « jiu-jitsu rhétorique » (Sandlin, Callahan, 2009, p. 98). En jouant sur le double sens en anglais du mot « shopping », et en l'associant à des principes de design empruntés à l'activisme culturel, on permet au visiteur du site de se mettre dans la peau d'un « shopper » dans les deux sens du terme (celui qui fait ses courses, et celui qui dénonce un coupable). La première impression doit être idéalement celle de visiter une boutique en ligne comme les autres. Cependant, après avoir parcouru le site, l'expérience du visiteur doit se transformer en une confrontation brutale et surprenante, créant de l'empathie avec les histoires souvent choquantes qui se cachent derrière les produits en rayon.

Figure 4 – Captures d'écran illustrant l'architecture du site WordPress



Navigation depuis la page d'accueil via une page « Department » (« Boutique ») jusqu'à une page « Exemple » avec le lien vers l'original de l'exemple en question¹¹

D'autres exemples de sites et d'applications

13 followthethings.wordpress.com n'est pas le seul site à utiliser le web 2.0 pour présenter des travaux de recherche et des actions sur la provenance des choses. La conception même du site exige que nous allions voir comment fonctionnent ses homologues. C'est ainsi que nous examinons différents projets collaboratifs qui utilisent des wikis pour

créer de nouveaux récits retraçant la provenance des produits de consommation. Par exemple, *howstuffismade.org* (2004-) est « une encyclopédie visuelle d'essais photographiques produits par des étudiants en ingénierie ou en design qui documente la manière dont les choses sont fabriquées, examinant à la fois les conditions de travail des ouvriers qui les produisent et l'impact de ces processus sur l'environnement »¹² ; ou encore *wikichains.com* (2009-2010, 2014-)¹³ est « un site internet qui cherche à encourager la consommation responsable et la transparence dans les filières de production », en permettant aux étudiants et à tout consommateur disposant d'informations de retracer de manière collaborative différentes filières de production (Graham, Haarstad, 2011). Nous découvrons également des projets qui utilisent les médias locaux, la vidéo, la cartographie numérique et/ou des fichiers son pour rendre les filières de production plus « visibles ». *milkproject.net* (2004-5) utilise par exemple la technologie du GPS pour retracer le voyage effectué par le lait depuis les vaches lettones jusqu'aux fromagers hollandais, et illustre ce parcours au moyen d'animations créées à partir de données GPS, de photos et d'extraits d'interviews¹⁴ ; enfin, *sourcemap.org* (2009-) est un « projet libre et open-source », « mené par des bénévoles », qui permet à ses « utilisateurs [de] produire des cartes retraçant les filières de production, mais aussi de comprendre l'éventuelle toxicité, l'empreinte carbone et le potentiel de recyclage de différents matériaux. L'utilisateur peut ensuite intégrer ces informations à un site Internet ou imprimer un code QR permettant de faire le lien entre un produit et une carte indiquant sa provenance »¹⁵.

- 14 Nous rencontrons aussi des projets qui détournent les fonctionnalités des smartphones et l'omniprésence de cet outil au profit du commerce équitable. Ainsi, *Phone Story* (2011) est un jeu gratuit pour smartphone qui permet au joueur de « suivre le parcours de son téléphone, depuis les mines de coltan du Congo jusqu'aux décharges électroniques du Pakistan, à travers quatre mini-jeux détonants »¹⁶. *Boycott* (2013-) est une application gratuite dont l'utilisateur peut, en scannant le code-barre d'un produit, découvrir qui est à la tête de la société qui le produit et choisir de « participer à des campagnes de boycott menées par les consommateurs contre des pratiques commerciales qui iraient à l'encontre de leurs principes », ou au contraire d'acheter les produits proposés par les sociétés dont les principes leur semblent plus compatibles avec les leurs¹⁷. Tous ces exemples ont été intégrés au site *followthethings* : *Milk Project* et *Phone Story* sont présentés comme des exemples¹⁸, tandis que *How Stuff Works*, *Wikichains*, *Sourcemap* et *Boycott* ont été ajoutés dans la page « pour suivre vous-même ».

Figure 5 – Captures d'écrans tirées de deux pages où figurent l'auteur, la date et le lieu de création de chacune¹⁹

Recherche participative : la contribution des étudiants

Compiled by Kate Adley, Richard Keeble, Pippa Russell, Noora Stenholm, William Strang and Tuuli Valo, edited by Eleanor Bird and Ian Cook (last updated March 2013). Page created for followthethings.com as part of the 'Geographies of Material Culture' module, University of Exeter.

Compiled by Anita Badejo, Josephine Korijn and Asya Rahlin, edited by Jack Parkin and Ian Cook (last updated September 2012) Page created for followthethings.com as part of the 'Anthropologies of global connection' course, Brown University.

- 15 Pendant l'été 2009, mon ami et ex-collègue américain Keith Brown est de passage à Exeter. Lorsqu'il me demande sur quoi je travaille, je lui montre le site sur WordPress.

Je lui dis qu'il reste encore de nombreux exemples que je n'ai pas eu le temps de rechercher. Il m'explique qu'il va cette année enseigner un nouveau module de premier cycle à Brown University intitulé « Anthropologie des connections mondiales ». Quelques semaines plus tard, il m'invite à intervenir dans son cours et me demande d'imaginer pour ses étudiants des travaux pratiques pour lesquels ils devront travailler en groupe pour trouver de nouveaux exemples à publier sur le site. C'est ainsi que le site commence à faire usage de la recherche participative. Je remodèle ensuite mon module de premier cycle « Géographie de la culture matérielle » à Exeter pour en faire autant. Cette approche est inspirée en partie par notre échange d'idées sur les manières d'associer à notre démarche des pratiques pédagogiques créatives, en groupes ou ouvertes au public, afin de sensibiliser les étudiants à la question du commerce (in)équitable (Angus, Cook, Evans, 2001 ; Gough, *op. cit.*, Evans *et al.*, *op. cit.*). Notre démarche repose sur un constat : les étudiants ont tendance à s'engager avec plus de passion pour cette cause lorsqu'on leur donne pour mission de chercher ensemble des informations, et qu'ils savent que les résultats de leurs recherches vont être présentés au public. Nous décidons alors d'appliquer ce principe à la publication en ligne.

- 16 Nous commençons à accumuler toute une pile de brouillons de pages. Keith emploie quelques jeunes diplômés de son module comme assistants de recherche. Ceux-ci sont chargés de relire et de corriger les textes avant publication, mais aussi de produire des articles originaux, inspirés par ces recherches sur la provenance des produits. Nous continuons ensuite d'employer des jeunes diplômés de notre module pour nous assister dans le développement du site à Brown, et l'année suivante à Exeter. Ces postes sont financés grâce à des fonds existants (Brown) ou nouveaux (Exeter). Les financements de l'université d'Exeter ont pour objet de lancer des projets internationaux de recherche collaborative associant les personnels de nos universités respectives. Grâce à ces opportunités le site est en mesure d'employer de la main d'œuvre depuis l'année universitaire 2009-2010, tout comme *howstuffworks.org* et *wikichains.org* : des étudiants de premier cycle dont les travaux pratiques du premier trimestre sont publiés sur le site ; des assistants de recherche salariés et/ou des stagiaires travaillant pendant les vacances d'été ; et enfin, nous – ou principalement moi-même, qui travaille toute l'année comme coordinateur et ultime correcteur de chaque page du site. C'est pour cette raison que tant de noms de chercheurs, compileurs, auteurs et correcteurs sont listés sur chaque page. C'est ainsi que *followthethings.com* devient un projet de recherche participative international et collaboratif (figure 5).

Créer un rapport émotif avec le public

- 17 De plus en plus de travaux sur la provenance des choses – qu'ils relèvent ou non à la recherche académique – présentent leurs conclusions sous une forme engageante et dépourvue de didactisme. À la différence des méthodes « traditionnelles » d'activisme, qui « cherchent [...] à rallier le public à une cause en le bombardant de faits [...], de diatribes enflammées [...], de monologues unilatéraux [...] et de propagande » (Verson, 2007, p. 175), ce paradigme d'activisme culturel « passe par la réappropriation créative, la création et la mise en scène de la culture, avec une bonne dose d'humour et de créativité », (Sandlin, Milam, 2008, p. 338). Pour ce faire, ce courant retravaille les savoirs et les contenus qui constituent la culture consumériste en utilisant des techniques empruntées au cinéma, à l'art et à l'activisme : par exemple le récit à la

première personne, l'exposition, la juxtaposition et le montage, la parodie, le détournement, les interventions sur les lieux de vente et la fabrication critique (Cook, Woodyer, *op. cit.*). Le but est de laisser au public « la sensation agréable d'avoir été charmé par une rencontre directe et inédite, [mais aussi] l'impression troublante (*unheimlich*) d'avoir été soustrait ou arraché à sa disposition senso-psycho-intellectuelle habituelle » (Bennett, 2001, p. 5).

- 18 Cette prolifération de nouveaux travaux est le fruit d'un mélange dynamique associant campagnes pour le commerce équitable, événements, réseaux sociaux, publications, méthodes de recherche, moyens de diffusion et modalités d'action citoyenne, auxquels s'ajoute un engagement affectif du public. Cette diversité est typique des projets universitaires et militants qui ont émergé grâce au web 2.0 et à sa faculté de créer de nouvelles connections. Ces actions sont encouragées par des manuels et des kits d'activisme comme *Do It Yourself*²⁰ ou *Beautiful Trouble*²¹, qui sont disponibles gratuitement en ligne. Ces ouvrages, comme d'autres textes de la même veine, affirment que les universitaires comme les militants doivent, pour développer des projets de « fabrication », créer une collaboration active entre des équipes de travailleurs aux compétences, aux contacts et aux expériences variés, animés par un engagement commun (Dovey, *op. cit.* ; Fuller, 2008 ; Novink, Niesyto, *op. cit.*). Ils soulignent également que, pour parvenir à leurs fins, ces projets doivent trouver les ressources et l'expertise nécessaires pour être à la fois *crédibles* (grâce à leur ancrage dans des travaux de recherche universitaire approfondis, critiques et engagés) et *attractifs* (grâce à leur ancrage dans l'activisme culturel créatif, collaboratif et multimédia du web 2.0) (Kneip, *op. cit.*). Cette pratique créative collaborative est itérative et perpétuellement inachevée. Elle est faite d'une agrégation de lectures savantes ou non, de conversations, d'expérimentations, de jeu, de critique, de reformulation et de trouvailles dues au hasard (Bleakley, 2004 ; Darts, 2004). Elle est en besoin perpétuel d'éléments qui attirent et retiennent l'attention.

L'après-WordPress

Figure 6



À gauche, le diagramme de Trevor Barnes illustrant la complexité des réseaux de circulation des biens marchands. À droite, le logo de followthethings.com qui reprend, avec la permission de Barnes, les flèches du diagramme

- 19 À ce stade, le site [followthethings](http://followthethings.com) n'est toujours pas prêt à être publié. Pour commencer, nous n'avons pas résolu les questions de propriété intellectuelle concernant les photographies de produits. Puisque le site WordPress ne peut pas, pour le moment, être trouvé avec un moteur de recherche, j'ai simplement « emprunté » des photos sur les sites commerciaux que j'ai visités pour tenter de les mettre en page en utilisant le système de gestion de contenu de WordPress. J'y suis parvenu, mais avec un succès relativement limité : pour que les images restent en place, j'ai dû insérer des séries de points blancs invisibles qui apparaissent ensuite sur papier dès que l'on

imprime une page. Par ailleurs, le site WordPress ne ressemble pas suffisamment à un « vrai » site de vente en ligne. Le travail des Yes Men et leur pratique de la « correction d'identité » m'ont convaincu de l'importance de créer des faux sites qui reproduisent méticuleusement leur modèle (Owen, 2011). Mais malgré des heures passées à faire des essais, je suis obligé de me rendre à l'évidence : je ne parviendrai pas à créer un site convaincant en utilisant les modèles de pages et le gestionnaire de contenus de WordPress.

- 20 Par chance, en février 2011, j'achète un MacBook Pro pour mon usage personnel. Parmi les logiciels gratuits de l'ordinateur se trouve iWeb, un programme de conception de sites web. J'apprends donc à l'utiliser en développant ce qui deviendra followthethings.com. Je comprends comment reproduire l'architecture des pages du site WordPress, je transfère tous ses contenus sur le nouveau site, et je commence à faire des essais de graphisme en utilisant la fonction « drag and drop » et les widgets. À mesure que le nouveau site prend forme, je me rends compte que je peux lui donner l'apparence exacte d'un site de vente en ligne. Il ne lui manque plus qu'un logo accrocheur. En effet, toutes les boutiques en ligne en ont un, placé toujours au même endroit en haut de chaque page, alors que WordPress ne permettait que d'apposer un petit paragraphe d'en-tête (figure 4). Le nouveau logo m'est inspiré par l'achat du nom de domaine followthethings.com, et par deux présentations sans rapport entre elles. En 2009, j'ai présenté le site followthethings.com à une conférence internationale pluridisciplinaire à Nicosia en Italie. Certains membres du public m'ont suggéré que le site devait avoir une portée géographique plus large, et donc un logo reconnaissable par les acheteurs en ligne du monde entier. Le design ne peut pas s'inspirer de celui des supermarchés en ligne que j'ai visités, parce que faire ses courses de nourriture sur internet est un phénomène typiquement britannique. J'ai ensuite trouvé le texte d'un cours de Trevor Barnes, dans lequel celui-ci explique « les filières des biens marchands et la consommation » à ses étudiants de premier cycle à Vancouver²². L'un de ses diagrammes m'a paru particulièrement évocateur. Avec l'aide du bureau de dessin géographique de l'université d'Exeter, je transforme donc ce diagramme pour en faire le nouveau logo de followthethings.com (figure 6).

La fabrication critique

- 21 Beaucoup d'universitaires et d'activistes s'accordent à dire qu'il ne suffit plus de former les chercheurs à devenir des esprits « détachés, critiques et pleins de discernement, capables de traverser le voile de la compréhension ordinaire et de mettre à jour les causes profondes et les enjeux qui gouvernent le monde des phénomènes » (Gibson-Graham, 2008, p. 618). Ceux-ci ont aussi besoin d'une formation qui leur apprenne « les [...] pratiques qui permettent de formuler et d'appliquer un discours critique, au moyen d'artefacts physiques ou de pratiques matérielles-techniques » (Ratto *et al.*, 2014, p. 86). Dans les études consacrées à la provenance des choses, les projets de « fabrication critique » ont donné lieu à des discours critiques qui dénoncent et détournent les injustices du capitalisme de « libre échange » tout en proposant des alternatives. Ainsi, l'*iPhone 4cf* (2010) est un smartphone utilisant des matières premières garanties « sans conflit » qui est présenté sur un faux site internet – www.apple-cf.com.yeslab.org/. Les consommateurs sont encouragés à télécharger, à imprimer et à apporter à leur magasin Apple un formulaire leur permettant de faire remplacer gratuitement leur iPhone par

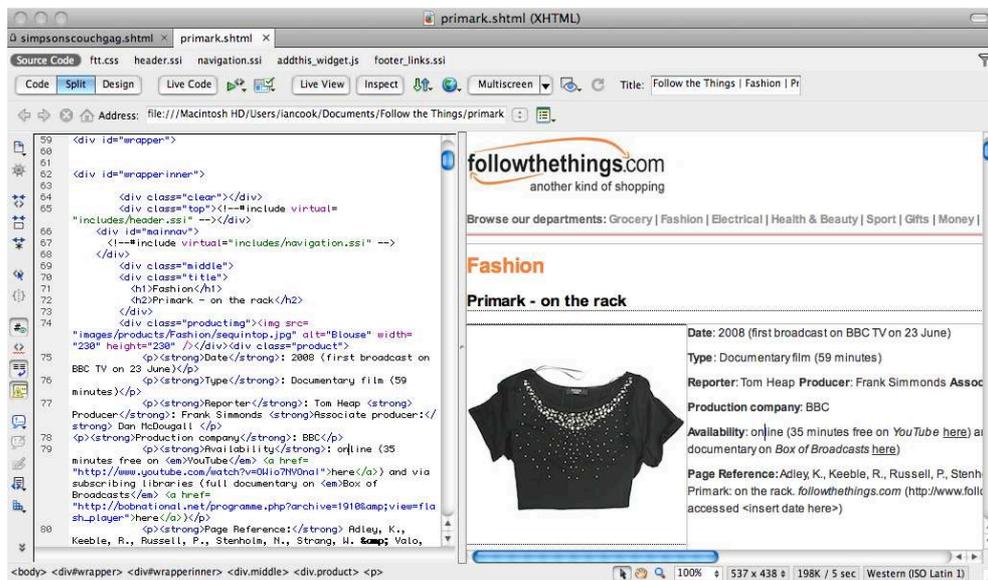
une version « cf » fictive²³. *Phone Story* (2011) est un jeu pour smartphone. Pour passer au niveau supérieur, « tandis qu'un narrateur explique que la plupart des appareils électroniques utilisent du coltan – un minerai extrait dans les zones de conflit au Congo, qui favorise les guerres et le travail des enfants –, le joueur doit utiliser son écran tactile pour guider des soldats armés qui aboient des ordres à des enfants mineurs épuisés afin qu'ils atteignent à temps leur objectif »²⁴. Enfin, dans le « monde réel », le *Fairphone* (2013) est un téléphone conçu et commercialisé pour « créer une économie du smartphone plus équitable, en produisant un téléphone » dont « les matières premières proviennent de mines situées dans des zones sans conflits, [...] dont les fabricants paient un salaire décent à leurs travailleurs, et [...] [dont] le système d'exploitation open source [...] peut être librement modifié »²⁵. Dans chacun de ces exemples, la démarche de fabrication critique utilise « l'appareil même qui est l'objet de la critique comme véhicule du discours critique »²⁶.

- 22 Les pratiques de fabrication critique ont été décrites comme « une sorte de flux » (Ratto *et al.*, *op. cit.*, p. 89), à l'intérieur duquel « le rôle de l'artiste [...] n'est pas de donner forme à une idée déjà conçue [...] mais d'accompagner et d'alimenter les forces et le flux de la matière qui font exister l'œuvre » (Ingold, 2010, p. 98). Le flux se prolonge ensuite : l'œuvre « invite le spectateur à rejoindre l'artiste et à devenir son compagnon de route, à regarder avec l'œuvre à mesure que celle-ci se déploie dans le monde » (*ibid.*). Dans les études portant sur la fabrication critique cependant, le détail des « méthodes à adopter, des ressources à utiliser et des manières de communiquer et d'enseigner [...] reste sous-étudié » (Ratto *et al.*, *op. cit.*, p. 89).

Le lancement du nouveau site

- 23 Plus tard en 2011, je termine la version iWeb du site et je la montre à Ed Creed, le développeur de l'université avec qui j'ai déjà travaillé sur différents projets administratifs. Il me dit que le site est « propre », à la différence de nombreux sites universitaires qu'il trouve trop « chargés ». Il héberge le site sur le serveur de l'université sous la protection d'un mot de passe. Cependant, lorsque je me connecte au site pour le montrer au public lors d'un séminaire à Nottingham, il se produit quelque chose de très embarrassant. J'ai déjà testé le site sur Safari et Google Chrome, mais l'ordinateur de la salle où se déroule le séminaire n'utilise qu'Internet Explorer. Sur ce navigateur, tous les différents éléments de la page d'accueil se trouvent mélangés. Ed m'explique que ce problème est dû au fait que les sites développés sur iWeb sont pleins de codes html superflus, et que tous les navigateurs ne peuvent pas les afficher tels qu'ils ont été conçus. Il propose très aimablement de convertir tout le site en utilisant Dreamweaver, le logiciel le plus commun dans le secteur, afin que celui-ci conserve la même apparence quel que soit le navigateur utilisé. Ed me montre ensuite comment ajouter facilement de nouvelles pages au site en utilisant ce logiciel plus complexe (figure 7). Il suggère de continuer à faire héberger le site sur le serveur de l'université une fois qu'il sera en ligne, et me recommande d'en parler avec l'équipe juridique de l'université.

Figure 7 – Capture d'écran montrant les deux volets code et design sur Dreamweaver pour le développement de la page followthethings.com²⁷



- 24 L'équipe juridique me fournit la plupart des informations dont j'ai besoin, mais je décide de consulter également des spécialistes externes : je veux faire examiner le site, qui est encore protégé par un mot de passe, par un expert en droit de l'internet. Je suis surpris d'apprendre que je n'ai pas de souci à me faire en ce qui concerne le logo du site. Je découvre cependant que je n'ai le droit d'insérer des vidéos trouvées sur YouTube ou sur un autre site que si j'ai obtenu au préalable l'autorisation des détenteurs de leurs droits. Je dois ensuite négocier le contenu du texte à inclure sur les pages « Mentions légales » du site²⁸, et décider en particulier de la formulation exacte d'une politique de suppression des contenus pour le cas où des plaintes nous seraient envoyées au sujet d'une page. Il me faut également établir un contrat de licence avec l'université pour la création du site, afin de pouvoir contracter une assurance qui nous couvre en cas de plainte ou de demande de dédommagements, devant un tribunal ou à l'amiable. Je dois enfin remplir une *check-list* qui sera cataloguée avec une copie papier de chaque page, afin de vérifier que toutes les permissions ont été obtenues en ce qui concerne les droits d'auteur. C'est alors que j'entrepris d'acheter les objets utilisés comme exemples sur le site : une mèche d'extensions capillaires, des menottes, un livre Disney sur Halloween (figure 2), etc. Je photographie les objets, puis je détourne leur arrière-plan et j'ajoute les images aux pages du site. Sur la *check-list* associée à ces photos, je précise que je suis le détenteur des droits de propriété intellectuelle.

Les géographies matérielles de followthethings.com

- 25 Cet article sur l'activisme à l'heure du web 2.0 pourrait être semblable à la majorité de la recherche sur les nouveaux médias, qui ne s'intéresse à l'économie de l'attention et aux rapports entre homme et ordinateur que dans la mesure où il s'agit des concepteurs et des utilisateurs des sites web, applications, jeux et autres contenus numériques (Kingsley, 2014; Perlow, 2011; Taffel, 2012). De fait, j'ai passé d'innombrables heures assis devant mon MacBook Apple à rechercher des informations, envoyer des emails, insérer des liens, retoucher des images sur

Photoshop, dessiner, incruster, couper et coller. Toutefois, j'ai aussi utilisé mon ordinateur pour mettre en évidence sur followthethings.com les liens qu'entretiennent l'achat et l'utilisation de ce même ordinateur avec l'extraction de minerais dans des zones de conflit en République Démocratique du Congo²⁹, ou avec les conditions de travail dans les usines d'assemblage électronique de Shenzhen en Chine³⁰. [followthethings](http://followthethings.com) n'est pas simplement un site internet qui identifie, sélectionne et publie des travaux consacrés aux géographies matérielles des objets de tous les jours. Tout comme *Phone Story*, le site est lui-même un exemple de ces travaux : un travail qui se donne pour objet et pour instrument les géographies matérielles de l'ordinateur portable avec lequel j'écris et du web 2.0.

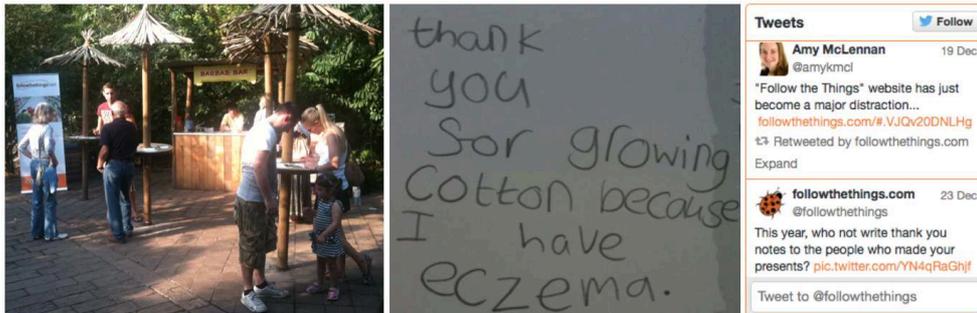
- 26 Ces géographies se composent des filières de production des appareils d'enregistrement, de communication et d'affichage numériques, des disques durs, des routeurs, des câbles et des serveurs, mais aussi des ouvriers qui les ont produits ; des matériaux dont ils sont composés : « silicone, zinc, cuivre, étain, plastiques, lanthanides, tantalum, or, acétone, acide hydrochlorique, benzène, arsenic, saphir et argent » (Taffel, *op. cit.*, p. 6), mais aussi des travailleurs des mines, carrières et forages qui extraient ces produits des « profondeurs de la terre » et qui les transforment³¹ ; des sources d'énergie qui les alimentent, mais aussi des personnes qui extraient et convertissent ces sources en énergie ; sans oublier le rôle constitutif que jouent tous ces éléments dans les réseaux mondialisés du capitalisme contemporain. Sy Taffel illustre ce propos de manière saisissante en suivant dans le moindre détail la manière dont une « simple » vidéo YouTube est produite, téléchargée et visionnée³². Ailleurs, dans un documentaire plus médiatisé, Greenpeace International a récemment suivi le téléchargement de contenus numériques sur le « cloud », jusqu'à remonter aux mines de charbon qui alimentent en énergie les serveurs d'Amazon et de Microsoft³³. Channel 4 a également diffusé un documentaire télévisé qui suivait la production de fausses mentions « j'aime » sur Facebook ou de faux visionnages sur YouTube, jusqu'à remonter aux travailleurs exploités par des « fermes à clics » au Bangladesh³⁴. Il faudra ajouter à followthethings.com un lien « télécharger sur le cloud » ainsi qu'un bouton « Like » de Facebook pour intégrer ces nouvelles géographies au site. Nous espérons ainsi pousser plus loin encore « [notre propre] reconceptualisation en tant qu'éléments immanents d'un système qui se prolonge au-delà de nos personnes » (Taffel, *op. cit.*, p. 20).

Animer le site

- 27 Pendant l'été 2011, je travaille avec cinq stagiaires pour préparer le site en vue de son lancement³⁵. En décembre 2010, nous avons remarqué la manière dont les réseaux sociaux étaient utilisés pour communiquer et organiser les activités des étudiants à l'université d'Exeter et dans tout le Royaume-Uni (Burton, 2010), et nous décidons d'utiliser ces outils pour organiser et faire connaître le travail de followthethings.com. Nous créons donc un compte twitter, une page Facebook et un blog. Nous ajoutons un widget sur la page d'accueil du site pour montrer les derniers tweets de [@followthethings](https://twitter.com/followthethings), ainsi que des vignettes Facebook et WordPress qui redirigent les visiteurs vers la page Facebook et le blog. En octobre 2011 a lieu le lancement officiel du site dans le « biome tropical humide » d'Eden Project en Cornouailles. Nous demandons aux invités d'imaginer ce qu'ils diraient à la personne qui a fabriqué un objet qui leur

est cher, et de l'écrire sur une carte postale. La plupart d'entre eux souhaitent simplement dire : « merci » (figure 8)³⁶.

Figure 8 – Soirée de lancement à Eden Project, et fil d'actualité twitter intégré à la page d'accueil de followthethings.com



- 28 Beaucoup de choses se sont passées depuis ce jour. Jusqu'à présent, 76 000 « acheteurs » en provenance de 191 pays ont visité le site, pour un total de 240 000 pages vues³⁷ ; la page Facebook du site comptabilise 317 « likes » et son compte twitter 1 600 abonnés. Le score Klout du site, qui mesure son impact sur les réseaux sociaux, est de 48 (le score maximal est de 55, ce qui place le site dans les « 20 % d'utilisateurs de réseaux sociaux les plus influents »)³⁸. Nous avons fait confectionner et distribué près de 5 000 sacs à provisions réutilisables portant le logo followthethings.com. Nous avons utilisé le site pour former des professeurs de géographie à l'étude de la provenance des choses. Nous avons créé des fiches pédagogiques téléchargeables. Nous avons effectué de nombreuses présentations sur le site. Nous avons identifié de nouveaux exemples à rechercher pour les étudiants, et employé d'autres jeunes diplômés comme stagiaires. Nous avons développé un nouveau projet collaboratif utilisant des reconstitutions en Lego. Nous avons fait examiner le site par des pairs afin qu'il soit reconnu comme une revue académique à part entière. Le site a été largement commenté, en ligne mais aussi dans des publications savantes ou généralistes, ainsi que lors d'une table ronde à la conférence 2013 de la Royal Geographical Association (avec l'Institute of British Geography). Bien d'autres choses encore nous sont arrivées... followthethings.com est aujourd'hui un projet en développement permanent, perpétuellement inachevé et inachevable, qui se nourrit de l'écologie des nouveaux media du web 2.0 dans laquelle il vit. Le site a besoin d'être constamment « alimenté » au moyen de mises à jour sur les réseaux sociaux, d'accéder à de nouveaux réseaux en ligne et hors ligne, et d'être enrichi régulièrement de nouvelles pages et de nouvelles photos, afin d'entretenir et si possible d'accroître sa visibilité et son influence. Le site est encore dans sa phase de « lune de miel », et il cherche encore ses repères. Cet article est une première tentative d'expliquer sa nature et ses objectifs, mais aussi de définir les acteurs qui ont apporté ou pourraient apporter leur contribution à la prise de conscience, à l'activisme, à l'action citoyenne, au développement de nouvelles politiques et à la consommation responsable. Le site reste ouvert.

BIBLIOGRAPHIE

- ANGUS Tim, COOK Ian, EVANS Jim A, 2001, « Manifesto for cyborg pedagogy? », *International Research in Geographical and Environmental Education*, vol. 10, n° 2, p. 195-201.
- APPADURAI Arjun, 1986 « Introduction: commodities and the politics of value », in A. Appadurai (dir.), *The social life of things*, Cambridge, Cambridge University Press.
- BANET-WEISER Sarah, MUKHERJEE Roopali, 2012, « Introduction: commodity activism in neoliberal times », in S. Banet-Weiser, R. Mukherjee (dir.), *Commodity activism*, New York, New York University Press, p. 1-17.
- BARNES, Trevor, 2006, « Situating economic geography teaching », *Journal of Geography in Higher Education*, 2006, vol. 30, n° 3, p. 405-409.
- BENNETT Jane, 2001, *The enchantment of modern life: attachments, crossings, ethics*. Princeton, Princeton University Press.
- BEUYS Joseph, SCHWARZE Dirk, 1972, « Report on a day's proceedings at the bureau for direct democracy », in C. Bishop (dir.), *Participation*, Londres, Whitechapel Gallery, p. 120-124.
- BLEAKLEY Alan, 2004, « "Your creativity or mine?": a typology of creativities in higher education and the value of pluralistic research », *Teaching in Higher Education*, vol. 9, n° 4, p. 463-475.
- BURTON Kerry *et al.*, 2013, « "This feels like the start of something": storying the 2010 Exeter Occupation », *ACME*, vol. 12, n° 3, p. 471-491, <http://www.acme-journal.org/vol12/Burtonetal2013.pdf>, consulté le 13 septembre 2013.
- CLARKE Nick, 2008, « From ethical consumerism to political consumption », *Geography Compass*, vol. 2, n° 6, p. 1870-1884.
- COOK Ian *et al.*, 2000, « Social sculpture and connective aesthetics: Shelley Sacks' "Exchange values" », *Ecumene*, vol. 7, n° 3, p. 337-343.
- COOK Ian *et al.*, 2006, « Geographies of food: following », *Progress in Human Geography*, vol. 30, n° 5, p. 655-666.
- COOK Ian, EVANS James, GRIFFITHS Helen, MORRIS Rebecca, WRATHMELL Sarah, 2007, « "It's more than just what it is": defetishising commodities, expanding fields, mobilising change... », *Geoforum*, vol. 38, n° 6, p. 1113-1126.
- COOK Ian, WOODYER Tara, 2012, « Lives of things », in E. Sheppard (dir.), *Wiley-Blackwell companion to economic geography*, Oxford, Wiley-Blackwell, p. 226-241.
- DARTS David, 2004, « Visual culture jam: art, pedagogy and creative resistance », *Studies in Art Education*, vol. 45, n° 4, p. 313-327.
- DOVEY Jonathan, 2008, « Dinosaurs and butterflies: media practice research in new media ecologies », *Journal of Media Practice*, vol. 9, n° 3, p. 243-256.
- ECO Umberto, 1965, *L'œuvre ouverte*, traduction de Chantal Roux de Bézieux, coll. « Points », Paris, Éditions du Seuil.
- EVANS James, COOK Ian, GRIFFITHS Helen, 2008, « Creativity, group pedagogy and social action: a departure from Gough », *Educational Philosophy & Theory*, vol. 40, n° 2, p. 330-345.

- FARQUHARSON Alex, WATERS Jim (dir.), 2010, *Uneven geographies*, Nottingham, Nottingham Contemporary.
- FOSTER Robert, 2007, « Tracking globalization: commodities and values in motion », in C. Tilley, W. Keane, S. Kuechler, P. Spyer (dir.), *Handbook of material culture*, Londres, Sage, p. 285-302.
- FOSTER Robert, 2008, « Show and tell: teaching critical fetishism with a bottle of Coke », *Anthropology News*, avril, vol. 49, n° 4, p. 38.
- FREIDBERG Suzanne, 2004, « The ethical complex of corporate food power », *Society & Space*, vol. 22, n° 4, p. 513-531.
- FULLER Matthew, 2008, « Art methodologies in media ecology », in S. O'Sullivan, S. Zepke (dir.), *Deleuze, Guattari and the production of the new*, Londres, Continuum, p. 45-57.
- GAUNTLETT David, 2011, *Making is connecting*, Cambridge, Polity Press.
- GIBSON-GRAHAM J. K., 2008, « Diverse economies: performative practices for “other worlds” », *Progress in Human Geography*, vol. 32, p. 613-632.
- GOUGH Noel, 2004, « RhizomANTically becoming cyborg: performing posthuman pedagogies », *Educational Philosophy & Theory*, vol. 36, n° 3, p. 253-265.
- GRAHAM Mark, 2010, « Web 2.0 and critical globalisation studies », *Radical Teacher*, vol. 87, p. 70-71.
- GRAHAM Mark, HAARSTAD Håvard, 2011, « Transparency and development: ethical consumption through web2.0 and the internet of things », *Information Technologies & International Development*, vol. 7, n° 1, p. 1-18.
- HUGHES Alexandra, 2005, « Responsible retailers? Ethical trade and the strategic re-regulation of cross-continental supply chains », in N. Fold, B. Pritchard (dir.), *Cross-Continental Food Chains*, London, Routledge, p. 141-154.
- INGOLD Tim, 2010, « The textility of making », *Cambridge Journal of Economics*, vol. 34, p. 91-102.
- INGOLD Tim, 2007, « Materials against materiality » *Archaeological Dialogues*, vol 14, n° 1, p. 1-16.
- JHALLY Sut, 1987, *The codes of advertising: fetishism & the political economy of meaning in consumer society*, Londres, Pinter.
- KINSLEY Samuel, 2014, « The matter of “virtual” geographies », *Progress in Human Geography*, vol. 38, n° 3, p. 364-384.
- KNEIP Veronika, 2009, « Political struggles within the market sphere: the internet as a “weapon” », in S. Baringhorst, V. Kneip, J. Niesyto (dir.), *Political campaigning on the web*, Bielefeld, Transcript Verlag, p. 173-198.
- LOVINK Geert, NIESYTO Joanna, 2009, « A plea for more experiments and creativity in political laboratories », in S. Baringhorst, V. Kneip, J. Niesyto, (dir.), *Political campaigning on the web*, Bielefeld, Transcript Verlag, p. 257-272.
- MARCUS Georges E., 1995, « Ethnography in/of the world system: the emergence of multi-sited ethnography », *Annual Review of Anthropology*, vol. 24, p. 95-117.
- OWEN Louise, 2011, « “Identity correction”: the Yes Men and acts of discursive leverage », *Performance Research*, vol. 16, n° 2, p. 22-36.
- PERLOW Seth, 2011, « On production for digital culture: iPhone Girl, electronics assembly, and the material forms of aspiration », *Convergence*, vol. 17, n° 3, p. 245-269.

RATTO Matt, WYLIE Sara, JALBERT Kirk, 2014, « Introduction to the Special forum on critical making as research program », *The Information Society*, vol. 30, p. 85-95.

SANDLIN Jennifer, CALLAHAN Jamie, 2009, « Deviance, dissonance, and détournement: culture jammers' use of emotion in consumer resistance » *Journal of Consumer Culture*, vol. 9, n° 1, p. 79-115.

SANDLIN Jennifer, MILAM, Jennifer, 2008, « "Mixing pop culture and politics": culture jamming and anti-consumption activism as critical public pedagogy », *Curriculum Inquiry*, vol. 38, n° 3, p. 323-350.

TAFFEL Sy, 2012, « Escaping attention: digital media, hardware, materiality and ecological cost », *Culture Machine*, vol. 13, p. 1-28.

VERSON Jennifer, 2007, « Why we need cultural activism », in Trapese Collective (dir.), *Do it yourself: a handbook for changing our world*, Londres, Pluto, p. 171-186.

NOTES

1. Cook Ian, « Jamelia: whose hair is it anyway? », *followthethings.com*, 2011 [www.followthethings.com/jameliawhosehair.shtml consulté le 3 septembre 2013].

2. Cook Ian, « 'Follow the thing' hair extension documentary available on BBC iPlayer », *Critical Geography Forum*, 28 juillet 2008, [https://www.jiscmail.ac.uk/cgi-bin/webadmin?A2=crit-geog-forum;61bc1bfc.0807 consulté le 3 septembre 2013].

3. IMDb (Internet Movie Database, <http://www.imdb.com>) est une base de données décrite par Wikipédia comme « l'une des destinations de divertissement en ligne les plus fréquentées » (Anon, 2013, Internet Movie Database. *wikipedia.org*, dernière modification le 11 septembre (http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_Movie_Database consulté le 13 septembre 2013)). Le site a débuté en 1990 à partir d'un article posté sur Usenet par Col Needham, un programmeur britannique cinéophile (Schofield J., 2007, « Hooray for the internet movie database, » *The Guardian* 26 novembre [<http://www.theguardian.com/technology/2007/nov/23/internet.comment> consulté le 3 septembre 2013]).

4. « J'ai apprécié la manière dont c'était présenté, ça montrait un côté plus « vrai » de Jamelia. J'ai surtout apprécié le clip où elle parle au téléphone à [sa fille] Téja, et le clip où elle verse une larme après avoir vu une petite fille se faire raser la tête contre son gré. Et aussi, j'ai apprécié tous les efforts que fait Jamelia pour retrouver la femme dont Jamelia a porté les cheveux à l'émission de la Loterie. C'était très instructif et émouvant. Je suis un homme de 21 ans donc le documentaire ne s'adressait pas vraiment à moi, mais après l'avoir vu j'avais beaucoup plus de compréhension et de respect pour les cheveux des femmes » (Amethyst21 in *Off_Da_Enz et al* 2008).

« Tous les gens qu'on voyait avaient l'air heureux de donner leurs cheveux, mais je pense qu'il y avait aussi un côté négatif à tout ça, et ça n'était pas montré dans l'émission ! Mais quand même, les lycéennes anglaises qui disaient que ça ne les dérangeait pas si les cheveux venaient d'un cadavre – beurk !!! J'aimerais mieux savoir qu'ils viennent d'une personne vivante : / (ellaonfire) / ... [Jamelia] était invitée à l'émission de Richard et Judy, elle disait qu'elle n'avait pas eu le droit d'enquêter sur les côtés négatifs du trafic parce qu'elle avait peur que ça lui retombe dessus dans l'industrie du disque, je ne sais plus ce qu'elle a dit exactement mais ça veut dire que le documentaire ne sert pas à grand-chose (caligulasmate) » (source : ellaonfire *et al.* 2008).

5. Voir Ashmore Malcolm, *The reflexive thesis: wrighting sociology of scientific knowledge*, Chicago, University of Chicago Press, 1989.

6. Hager Cohen Leah, *Glass, paper, beans*, New York, Doubleday, 1997.

7. Schinto Jeanne, chronique du livre de Leah Hager Cohen (1997) *Glass, paper, beans*, *New York Times*, 2 septembre 1997.
8. Milberry Kate, Anderson Steve, « Open sourcing our way to an online commons: contesting corporate impermeability in the New Media Ecology », *Journal of communications inquiry*, 2009, vol. 33, n° 4, p. 396.
9. *Ibid.*
10. Anonyme, entrée pour le mot « shop » sur dictionary.com [Erreur ! Référence de lien hypertexte non valide. consulté le 17 juillet 2011].
11. NB : Certaines photos ont été floutées à causes des problèmes de propriété intellectuelle évoqués plus bas.
12. Tuters Marc, Varnelis Kazys, « Beyond locative media: giving shape to the internet of things », *Leonardo*, 2006, vol. 39, n° 4, p. 362.
13. Wikichains a été désactivé après avoir « aussitôt subi de nombreuses attaques de spam et de hackers ». Une version révisée du site devait être lancée début 2014 (Graham M., communications personnelles, 4 septembre 2013).
14. Karin E., Whitehouse-Lewis A., entrée « Milk » sur followthethings.com, 2011 [www.followthethings.com/milk.shtml consulté le 3 septembre 2013].
15. Anonyme, *About Sourcemap: our vision* [blog.sourcemap.org/information/about/ consulté le 3 septembre 2013]; Bonanni Leo, Hockenberry Matthew, Underwood Reed, Sayan Bianca, Deshpande Smita, Zwarg David, Ishii Hiroshi, Sourcemap, *MIT Tangible Media Group*, 2009 [http://tangible.media.mit.edu/project/sourcemap consulté le 3 septembre 2013].
16. Meyer David, « Apple bars smartphone-criticising game from App Store », *zdnet.com*, 15 septembre 2011 [http://www.zdnet.com/apple-bars-smartphone-criticising-game-from-app-store-4010024354/ consulté le 1er novembre 2012].
17. O'Connor Clare, « Watch Forbes test 'Buycott' app on anti-GMO and Koch products in supermarket aisle », *Forbes*, 11 juin 2013 [http://www.forbes.com/sites/clareoconnor/2013/06/11/watch-forbes-test-buycott-app-on-anti-gmo-and-koch-products-in-supermarket-aisle/ consulté le 3 septembre 2013].
18. Voir Karin et Whitehouse-Lewis, *op. cit.*; Kemppainen Eeva *et al.*, *Phone Story*, followthethings.com, 2012 [http://followthethings.com/phonestory.shtml consulté le 3 septembre 2013].
19. Informations compilées par Kate Adley, Richard Keeble, Pippa Russell, Noora Stenholm, William Strang et Tuuli Valo, et révisées par Eleanor Bird et Ian Cook (dernière mise à jour : mars 2013). Page créée pour followthethings.com dans le cadre du module « Géographies de la culture matérielle », Université d'Exeter (Adley K., Keeble R., Russell P., Stenholm N., Strang W., Valo T., 2013, « Primark : on the rack » [http://www.followthethings.com/primark.shtml, consulté le 12 janvier 2015]).
- Informations compilées par Anita Badejo, Josephine Korijn et Asya Rahlin et révisées par Jack Parkin et Ian Cook (dernière mise à jour : septembre 2012). Page créée pour followthethings.com dans le cadre du cours « Anthropologies des connections mondiales », Brown University [www.followthethings.com/sweetnessandpower.shtml, consulté le 12 janvier 2015].
20. Trapese Collective, *Do it yourself: a handbook for changing our world*, Londres, Pluto, 2007 [http://trapese.clearerchannel.org/resources.php, consulté le 3 septembre 2013].
21. Boyd Andrew (dir.), *Beautiful trouble: a toolbox for revolution*, New York, O/R, 2012 [http://beautifultrouble.org, consulté le 3 septembre 2013].
22. Le cours peut être téléchargé sur : http://www.followthethings.com/documents/ftt_trevor_barnes_lecture_slides.pdf
23. Parkin Jack, « B'eau Pal Water », followthethings.com, 2013 [www.followthethings.com/beaupal.shtml consulté le 3 septembre 2013].
24. Alexander *in* Kemppainen *et al.*, 2012, *op. cit.*

25. Salek Sebastian, « Fairphone, the world's first 'ethical smartphone', launches in London », *The Independent*, 20 septembre 2013 [<http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/fairphone-the-worlds-first-ethical-smartphone-launches-in-london-8829444.html>, consulté le 15 janvier 2015].
26. O'Dwyer in Kemppainen et al., *op. cit.*
27. Adley et al., *op. cit.*
28. Voir <http://www.followthethings.com/legals.shtml>
29. McQuenn, Steve (réal.), *Gravesend*, 2007, cité par Bolland T., Brouard A., Cozon, A., Hornsby, J., Park, P., Richarson, L., entrée « Gravesend » sur *followthethings.com* [www.followthethings.com/gravesend.shtml consulté le 12 janvier 2015].
30. Cullen W., Jackson A., Kilsby-Steele D., Kirby S., Ribbons B., Surr T. (à paraître), « The agony and the ecstasy of Steve Jobs », *followthethings.com*.
31. Parikka Jussi, The geology of media, *The Atlantic*, 11 octobre 2013 [Erreur ! Référence de lien hypertexte non valide. consulté le 2 janvier 2015].
32. Voir aussi Kinsley *op. cit.*, sur l'envoi d'un SMS.
33. Lamonica Martin, « Greenpeace's clean cloud push: hey, they've got a point », *CENT*, 20 avril 2012 [<http://www.cnet.com/uk/news/greenpeaces-clean-cloud-push-hey-theyve-got-a-point/>, consulté le 12 janvier 2015].
34. Arthur Charles, « How low-paid workers at 'click farms' create appearance of online popularity », *The Guardian*, 2 août 2013 [<http://www.theguardian.com/technology/2013/aug/02/click-farms-appearance-online-popularity>, consulté le 12 janvier 2015].
35. Toutes les personnes qui ont travaillé sur le site en tant que stagiaires, assistants de recherche et étudiants pendant la période estivale sont listées sur la page « foire aux questions » <http://www.followthethings.com/faq.shtml>.
36. Cook Ian, « What would you say to the person who made your shirt? », *Eden Project blog*, n° 9, octobre 2011 [<http://www.edenproject.com/blog/index.php/2011/10/what-would-you-say-to-the-person-who-made-your-shirt/>, consulté le 13 septembre 2013].
37. Google Analytics data, 21 janvier 2015.
38. Cette citation est tirée de l'application Klout installée sur mon iPhone (capture d'écran du 26 avril 2014).

RÉSUMÉS

Des lecteurs reprochent actuellement aux études portant sur les nouveaux médias de n'accorder que peu d'intérêt aux injustices sociales et environnementales liées aux infrastructures techniques du web 2.0. Pourtant, dans le même temps, des chercheurs qui s'intéressent aux questions de justice sociale et environnementale font usage du web 2.0 pour conduire leurs expérimentations, et utilisent les wikis, les blogs, twitter et les réseaux sociaux pour développer et diffuser leurs recherches. C'est de la collision de ces deux courants qu'est né *followthethings.com* : un site internet qui livre une critique des injustices liées aux objets de tous les jours, tout en étant lui-même construit et tenu à jour au moyen d'objets de tous les jours – pour l'essentiel, un ordinateur portable, ses logiciels et les infrastructures techniques du web 2.0. En nous appuyant sur un corpus de textes récents autour du thème de la fabrication critique,

nous examinerons ce que la fabrication de ce site peut nous apprendre sur les géographies du web 2.0 et la consommation militante.

Recent reviews of new media scholarship have criticised it for paying little attention to the social and environmental (in)justices in its technical infrastructure. At the same time, scholars of social and environmental (in)justice are experimenting with web2.0, using wikis, blogs, twitter and other social media to conduct and disseminate their research. These strands have collided in the making of a website called followthethings.com which simultaneously critiques the injustices embedded in everyday things, whilst also being made and maintained using everyday things, most notably a laptop, its software and the technical infrastructure of web2.0. Drawing on an emerging literature on critical making, this paper explains what has been learned about the material geographies of web2.0 and commodity activism through this making process.

INDEX

Mots-clés : fabrication critique, web 2.0, géographie matérielle, commerce équitable, consommation militante

Keywords : critical making, web2.0, material geographies, trade justice, commodity activism

AUTEURS

IAN COOK ET AL

Département de géographie

Université d'Exeter

i.j.cook@ex.ac.uk