

NICHOLAS FELTRON: LE SELF-TRACKING, “DE NOUVELLES FORMES DE COMMUNICATION CONDENSÉES”

LE 15 OCTOBRE 2010 STÉPHANIE VIDAL

Adeptes reconnus du self-tracking, Nicholas Feltron revient dans une interview sur cette démarche : pourquoi conserver et visualiser ses données personnelles avec tant de précision ?

Vous travaillez actuellement à l'élaboration d'un livre sur les moyens de production artistique. Considérez-vous qu'aujourd'hui, l'information et les données font partie de ces moyens ?

L'information est quelque chose qui se répand partout. Avant, les données étaient le pré-carré des scientifiques et des comptables. Maintenant de plus en plus de gens y ont accès et en produisent à leur tour. Ils ont pu découvrir ou même créer des outils leur permettant d'analyser et de comprendre les données, d'en faire quelque chose. Je répondrais donc qu'en art ou dans tout autre domaine, l'information est un média qui est aussi devenu du contenu.

On ressent un vif intérêt pour les infographies et les visualisations en tous genres. Pensez-vous qu'il s'agisse d'un engouement passager ou plutôt d'une tendance lourde ?

C'est assurément une tendance lourde. On perçoit un attrait grandissant pour les visualisations de données. Elles permettent de se rendre compte des nombreuses complexités qui font le monde qui nous entoure. Je me réjouis que l'on s'y intéresse de plus en plus et que l'on tende vers la simplicité. Pourtant, et je le déplore, la majorité des visualisations produites et diffusées attirent l'œil et le détournent des bons travaux de la discipline.

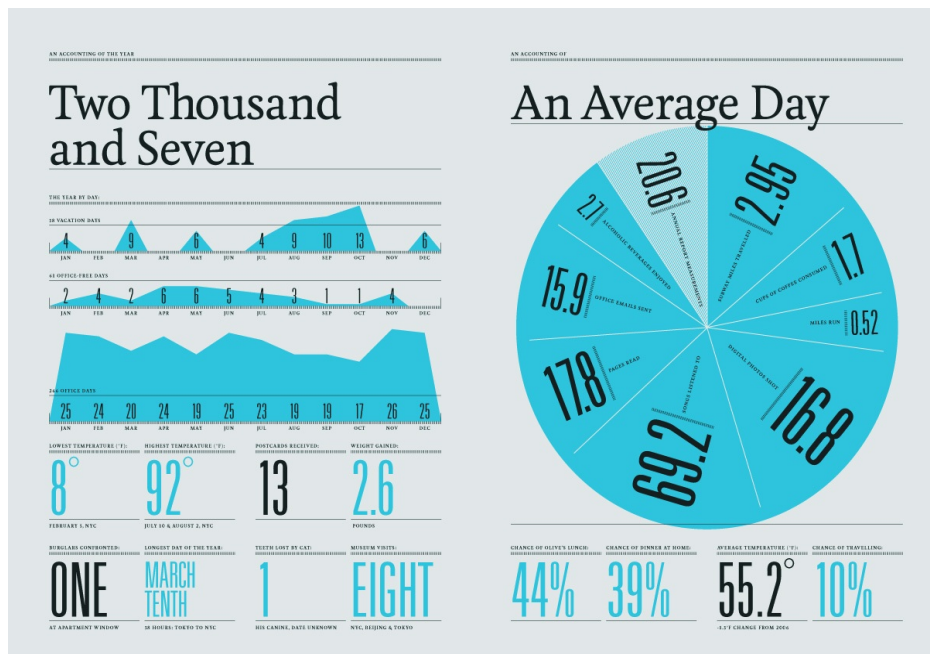
Elles sont généralement réalisées dans un style cartoon et ce sont elles qui sont mises en avant alors qu'il y a tant d'informations pertinentes et de belles histoires à communiquer ! Je préfère quand les histoires vont plus en profondeur plutôt que quand elles se cantonnent à montrer la complexité et les connections. et que l'on peut en extraire de véritables enseignements.

Vous êtes devenu célèbre grâce à vos Annual Reports. Ce n'est pas votre premier projet graphique mais c'est celui qui a su rencontrer une large audience. Aucun d'entre eux ne se ressemble, qu'est-ce qui vous pousse à modifier les paramètres que vous sélectionnez et les formes que vous leur donnez ?

L'information est dirigée par la curiosité. Je vis chaque année comme une quête. Je traque au fil des jours les données qui constitueront mon Annual Report. Je me demande comment, à travers elles, je vais raconter de nouvelles histoires et comment je vais trouver de nouvelles manières d'appréhender cet enregistrement permanent de ma vie. Je sauvegarde donc l'ensemble de ces données pour les mettre en forme l'année suivante. Il m'arrive même d'avoir deux années de données conservées dans des bases que je n'ai pas encore explorées.

Plus j'y pense et plus je crois que la curiosité y est pour beaucoup dans cette aventure. Je

me demande à quoi une année va ressembler à travers la focale que j'aurais choisie, c'est-à-dire comment je l'ai ressentie et comment elle a été perçue par mon entourage. Je suis curieux de voir les traits qu'elle va prendre une fois que j'aurai résumé ses divers aspects en nombres ! Je regarde l'ensemble de mes transports par exemple et je compte le nombre de kilomètres que j'ai parcouru en avion durant ces 365 jours. Cette année je m'intéresse attentivement au temps que je passe dans différents lieux, et avec qui je m'y rends. J'ai aussi deux ou trois autres idées mais vous verrez cela bien assez tôt ! J'ai besoin que cette recherche reste fraîche et excitante. Il faut que l'Annual Report reste un projet neuf chaque année. C'est aussi mon laboratoire visuel. Je peux y essayer de nouvelles formes et de nouvelles manières d'explorer les données, sans qu'un client me dise que cela lui déplaît ou que l'aventure ne l'intéresse pas. C'est très libérateur et productif pour ma pratique.



Vous avez commencé à réaliser l'Annual Report comme un projet graphique et personnel. Est-ce que c'est toujours le cas ou bien est-ce qu'il tend à devenir une nécessité, vous permettant de mieux vous connaître et de mémoriser l'ensemble de vos faits et gestes ?

L'Annual Report est toujours un projet personnel. Pourtant je crois qu'il s'y ajoute quelque chose d'autre. Quelque chose qui serait peut-être, allez disons-le, une sorte d'addiction. Maintenant je dois le faire. J'ai découvert tous ces flux invisibles de données qui circulent autour de moi et il est désormais trop tard pour que je les laisse ne pas être collectés ou visualisés graphiquement.

Vous dites que les chiffres sont pauvres en enseignements vous concernant et que vous ne les utilisez pas pour influencer votre comportement et quand bien même vous le voudriez ou le pourriez. Pensez-vous que des gens ont véritablement des choses à découvrir sur eux-même en collectant et en visualisant leurs données ?

Absolument, le simple fait de collecter des données est déjà suffisant pour modifier le comportement d'un individu. Je crois que quand l'on commence à scruter quelque chose on y devient véritablement attentif et que l'on est déjà en train de changer. Si demain vous vous mettez à enregistrer le nombre de cafés que vous buvez vous serez plus conscients de votre consommation et de votre comportement. J'admets ne pas regarder pas mes chiffres pour influencer sur mon comportement car j'ai toujours considéré l'Annual Report comme une sorte d'agenda personnel ou de journal intime où j'essaie de conserver les événements sans tendre à modifier leur cours. Les motivations qui poussent à se traquer et les paramètres traqués varient en fonctions des individus. Ils peuvent décider de changer leurs agissements ou bien simplement de les regarder, d'enquêter sur leurs habitudes et de les mémoriser. Je fais plutôt partie de ceux-là.

Êtes-vous particulièrement sensibles aux petites choses du quotidien ? Celles qui sont en sourdine et pourtant porteuses de sens, celles qui peuvent s'effacer de la mémoire par leur fragilité en dépit de leur accumulation ?

J'aime les motifs et les collections. J'admire l'obsession, la rigueur et l'organisation. Je pense que c'est tout cela que l'on retrouve dans mon travail et dans celui des artistes que j'admire comme par exemple Sophie Calle, Mark Dion ou encore Candy Jernigan.



Vous avez cofondé la plateforme Daytum grâce à laquelle tout un chacun peut enregistrer et visualiser les données qu'il souhaite. L'avez vous créée car vous sentiez qu'il y avait une demande et un véritable besoin ?

J'ai été très surpris de voir le nombre de personnes qui ont été enthousiasmées par mon projet. J'ai peu à peu remarqué qu'il y avait des gens qui reprenaient ma démarche. En fin d'année, je reçois souvent des mails d'inconnus qui m'envoient leur propre Annual Report. J'avoue ne pas savoir ce qui les motive. Peut-être est-ce l'aspect collection ou le côté design de la chose, peut-être même les deux. Or, il est difficile de collecter des données quand on ne possède pas les outils appropriés et les méthodologies efficaces. Lorsque la collecte des données a été menée à bien, l'étape suivante – celle de leur représentation – est un tout autre challenge. J'ai donc créé cet outil en reprenant le concept et les procédures de l'Annual Report afin de les rendre accessibles à tous.

Y a-t-il des paramètres qui sont majoritairement traqués par les membres inscrits sur Daytum ?

Oui et les tendances sont très simples à repérer. Les gens commencent le self-tracking à partir de paramètres simples, comme par exemple leur consommation de boisson ou de nourriture, les séries télévisuelles ou les films qu'ils regardent. Ces choses sont à la fois discrètes et omniprésentes, inscrites dans une temporalité et vouées à l'oubli dans la répétition. Il est aussi très intéressant de voir comment certains membres s'emparent de cet outil pour l'étendre à des usages auxquels nous ne nous attendions pas. Je pense par exemple à un jeune homme qui se sert de Daytum pour raconter l'histoire de son canapé. Il comptabilise le nombre de personnes qui y passent la nuit, qui s'assoient dessus, et aussi les tâches et restes de nourriture qu'on peut trouver dessus. J'aime beaucoup ce genre d'initiatives qui sont bien plus expressives et créatives.

À votre avis, qu'est-ce qui pousse des personnes qui ne sont pas designers à se traquer ?

C'est la question à un million de dollars. Je pense que de multiples raisons peuvent nous conduire à cette pratique pourtant je ne saurais vous dire laquelle est propre à chaque individu. Le jogging est moyen efficace pour créer des histoires dans une forme autant pudique qu'expressive. La liste n'est pas exhaustive mais je crois que certains le font par

curiosité, d'autres l'envisagent comme un moyen de se raconter, d'autres ressentent une véritable satisfaction quand ils parviennent à connaître leurs chiffres, d'autres encore pour changer leurs comportements, regarder a posteriori leurs activités, ou mesurer leur productivité et leurs accomplissements.

Vous dites que l'on peut mesurer sa productivité et ses accomplissements, le self-tracking pourrait-il être un moyen aussi libérateur qu'aliénant ?

Je ne pense pas que cette méthode doit être appliquée pour mesurer la productivité ou les accomplissements des gens. Par contre, quand une personne narre une histoire statistique sur son canapé ou qu'émergent des avis communs à propos d'un film, je crois que l'on se retrouve confronté à de nouvelles formes de communication condensées.

Que pensez-vous que cette nouvelle forme de communication peut nous apporter ?

Je crois que cette méthode permet de renforcer la communication non seulement entre les individus mais aussi entre eux et les plantes et les objets inanimés. Par exemple, sans se baser sur des structures grammaticales ou syntaxiques, une plante peut vous exprimer clairement qu'elle a soif grâce à des capteurs implantés dans le sol. De la même façon, sans écrire des paragraphes sur mon week-end, je peux vous raconter toutes les choses que j'ai faites (à savoir où j'étais, qui j'ai vu, ce que j'ai bu ou mangé) en quelques updates condensées. Ces updates peuvent aussi être associées entre elles pour raconter des histoires bien plus vastes, se modifiant au fil du temps. Et puis, n'y a-t-il pas, peut-être, quelque chose qui ment entre l'image et le mot ?

J'aimerais vous retourner la question ! D'ailleurs, la visualisation de données est-elle une réponse ou plutôt un tout nouveau set de questions ?

J'espère qu'elle est les deux. Je la perçois comme une approche qui peut nous mener à de meilleures réponses et à de meilleures questions.

À CONSULTER

Le site de Nicholas Feltron

Daytum, plateforme accessible à toute personne souhaitant enregistrer et visualiser des données

Images : traces de pas CC Flickr **ankengine**, Annual Report 2007 copyright Nicholas Feltron ; bouteilles d'eau CC Flickr **Klearchos Kapoutsis**

1 ping

Une interview de Nicholas Feltron sur Owni sur le projet annual report | Self Tracking France le 17 septembre 2011 - 3:19

[...] Une interview de Nicholas Feltron (Annual Report) sur la nécessité de conserver ses données personnelles, c'est très intéressant et c'est sur Owni. [...]