

***Bibliothèque
et Archives
nationales***

Québec



Le présent fichier est une publication en ligne reçue en dépôt légal, convertie en format PDF et archivée par Bibliothèque et Archives nationales du Québec. L'information contenue dans le fichier peut donc être périmée et certains liens externes peuvent être inactifs.

Version visionnée sur le site Internet d'origine le 7 octobre 2014.

Section du dépôt légal





COMMposite... Quel titre!

Comment nommer une revue électronique qui entend se consacrer à un domaine difficile à circonscrire, à définir, à construire ? Quel nom donner à une revue qui publie des textes susceptibles d'intéresser tant les anthropologues que les économistes, les ethnologues, les linguistes, les littéraires, les philosophes, les politologues, les psychologues, les sociologues ... ? Quel nom employer de façon à ce que les moteurs de recherche et autres aides à la navigation sur l'Internet puissent faciliter notre repérage dans le cyberspace ?... Et puis, comment faire pour trouver un nom qui fasse consensus au sein de notre comité fondateur, composé de six personnes ayant chacune des formations très différentes les unes des autres ? C'est finalement dans le Petit Robert que nous avons découvert "composite" et sa définition (par extension) qui nous a semblé convenir parfaitement: "Formé d'éléments différents, souvent disparates. (...) Matériau composite, formé de plusieurs constituants (...) pour obtenir des propriétés mécaniques particulières".

En effet, la "différence" et la "disparité" caractérisent non seulement notre parcours mais aussi la recherche en communication où n'existe encore ni paradigme fondateur ni même dénomination commune (sciences de la communication / des communications / communication / sciences de l'information et de la communication ...). Autant de qualificatifs qui, selon les approches, font référence à une discipline, à un objet de recherche au confluent de plusieurs disciplines, à une inter-discipline, voire à une méta-discipline. Néanmoins, quelles que soient les réponses proposées, la communication nous semble bel et bien posséder, comme un composite, "des propriétés particulières". Il nous a suffi d'ajouter un second "m" au terme composite pour que ne subsiste cette fois aucun doute sur la spécificité communicationnelle du nouvel espace de recherche que nous souhaitons ouvrir.

Voici donc le premier numéro de COMMposite, une revue de recherche en communication conçue et réalisée par des étudiantes et des étudiants, diffusée sur l'hypertexte (World Wide Web) de l'Internet. COMMposite est née du désir que nous avons d'offrir un tremplin et une première expérience de publication aux jeunes chercheuses et chercheurs (dont nous faisons partie), bénéficiant d'un public potentiel bien plus considérable que celui de n'importe quelle revue papier et ce, à des coûts bien moindres. De plus, l'équipe de COMMposite souhaite explorer les autres "virtualités" du format électronique, soit l'interactivité de son lectorat (il est possible de communiquer avec l'équipe et avec les signataires des articles, rubriques et chroniques en cliquant sur leur nom) et l'accès immédiat à des références via les hyperliens (à cliquer eux aussi). Un archivage par thème, par numéro et par auteur sera également réalisé et accessible lorsque plusieurs numéros seront parus.

À titre de revue de recherche, nous pensons que COMMposite est susceptible d'apporter de petites pierres à l'édification de la connaissance, que ce soit grâce aux articles, aux chroniques (avec des

commentaires sur des sites de recherche en communication et des critiques de livres parus récemment) ou aux rubriques mises à jour régulièrement (parutions, colloques, conférences). L'équipe de COMMposite cherche également à témoigner de la présence francophone dans le cyberspace en privilégiant les textes écrits en français.

Certains articles ont pour objectif de s'interroger sur des questions d'ordre théorique, méthodologique, voire philosophique. D'ailleurs, comment pourrait-il en être autrement dans une revue qui se rattache à une discipline qui n'en est peut-être pas une ? Du moins, à une discipline dont la quête épistémologique est évidemment loin d'être arrivée à son terme.

Dans cette optique, le premier titre - gardons l'espace d'un instant une présentation linéaire - signé par Guillaume Latzko-Toth porte sur le statut des sciences de la communication. Signe des temps et des préoccupations très actuelles, Martine Gingras soulève les problèmes de la confidentialité dans le cadre de la numérisation accrue de la société dont l'Internet est la figure la plus visible.

Pour sa part, Maryse Rivard nous livre ses réflexions sur INET'96, la conférence annuelle de l'Internet Society tenue à Montréal en juin dernier. Cette "révolution", si souvent mentionnée dans les discours politiques, entrepreneuriaux ou scientifiques ne prend pas les mêmes formes selon les contextes politiques, économiques, sociaux et culturels. À titre d'illustration, Éric George s'est penché sur la déréglementation des télécommunications au Japon, seul pays non-occidental parmi les principales puissances économiques de la planète. Conformisme ou déviance par rapport au modèle dominant ? Cette question revient également dans un tout autre registre, lorsque Mario Beaulac analyse le contenu sémantique de la série télévisée les "Simpson". Cette famille, et notamment le fils Bart, constitue-t-elle vraiment une forme de dénonciation d'une certaine Amérique ?

Toujours au sujet de la télévision, Florence Millerand aborde les études consacrées à la réception et nous propose de découvrir ou de mieux connaître David Morley, chercheur britannique s'inscrivant au sein du courant des Cultural Studies et dont les travaux sur la réception en contexte familial sont considérés parmi les plus pertinents. Enfin, France Aubin nous livre les résultats d'une analyse de discours effectuée sur une dizaine de productions en éducation aux médias révélant le même processus de délégitimation des publics, sans égard au producteur.

Dans ce premier numéro, la prépondérance des textes sur les médias et les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) reflète sans doute les intérêts du comité composé de chercheuses et de chercheurs qui sont aussi toutes et tous des internautes assidu-es. Nous travaillons dès à présent sur le deuxième numéro de la revue et espérons bien diversifier le contenu de celle-ci, notamment vers la communication organisationnelle et vers la communication interculturelle et internationale.

Il ne tient qu'à vous de contribuer à ce que COMMposite constitue vraiment un "nouvel espace de recherche en communication". Si vous étudiez en communication, faites-nous part de vos informations, de vos remarques et communiquez-nous vos textes à des fins de publication. Par ailleurs, si nous réservons l'écriture des articles et des différentes rubriques aux étudiantes et aux étudiants, c'est à tout le monde, sans discrimination, que nous proposons de réagir et de commenter notre jeune revue électronique. Cette revue est donc la vôtre, non seulement en tant que lectrices et lecteurs mais également en tant que collaboratrices et collaborateurs potentiels. Il en ressortira vraisemblablement un ensemble d'approches, de questionnements, de méthodes très ... composite mais qui contribueront à enrichir les sciences de la communication.

▲ L'équipe de rédaction



Copyright © [COMMposite v97.1](#) - 1997 - Tous droits réservés.



(v97.1)

l'antichambre

fragments

sédiments

[Résumé](#)[Sommaire](#)[BIO](#)

De la difficulté d'étudier la communication

par [Guillaume Latzko-Toth](#)

Étudiant à la maîtrise en communication - Université du Québec à Montréal
Copyright © Guillaume Latzko-Toth - 1997 - Tous droits réservés.

Copyright © [COMPOSITE v97.1](#) - 1997 - Tous droits réservés.

▲ Résumé

Les chercheurs et chercheuses qui se consacrent à la communication sont confrontés à de nombreuses difficultés épistémologiques susceptibles de les plonger dans le désarroi. Tout d'abord, par sa dénomination même, cette science se confond avec son objet. Mais ce n'est que symptomatique de la réticence des spécialistes à se distancier de l'acte de communiquer. En effet, toute épistémologie ne comporte-t-elle pas une forte dose de communication ? Par ailleurs, des obstacles et paradoxes linguistiques viennent entraver la formalisation d'un champ d'étude qui englobe logiquement tout formalisme. L'idée est tributaire d'une langue pour se formuler, et toutes les langues n'expriment pas aussi efficacement certains concepts. Face à ces multiples paradoxes, le salut de notre discipline réside peut-être dans l'acceptation et l'assimilation de la contradiction, autrement dit, de la complexité. Ainsi, l'irréductible polysémie des mots nous amène à introduire la notion de concept *dual*, ou continuum sémique organisé entre deux pôles contraires.

[Abstract](#) | [Resumen](#)

Descripteurs : épistémologie, complexité, concept, dualité, contradiction, paradoxe, formalisme, communicologie.

▲ Sommaire

[Introduction](#)[Comment une science devint schizophrène](#)[Parler le même langage : mission impossible ?](#)[Penser les contraires : pour le développement d'une pensée complexe](#)[Concepts duaux et théories... exponentielles!](#)[Conclusion](#)[Références](#)

Une vérité superficielle est un énoncé dont l'opposé est faux;
une vérité profonde est un énoncé dont l'opposé est aussi une vérité profonde.

Niels Bohr [\(1\)](#)

Notre monde, que nous faisons émerger dans notre coexistence avec d'autres,
aura toujours précisément ce mélange de régularité et de fugacité, cette
combinaison de terrains fermes et mouvants si typique de l'expérience
humaine lorsque nous la regardons de près.

Humberto Maturana et Francisco Varela [\(2\)](#)

▲ Introduction

La science est un ensemble d'énoncés en circulation (Schiele, 1984, p. 92), en renégociation constante entre des êtres humains. Un savoir *commun*, ou collectif, demeure intangible et ne peut entretenir l'impression de sa réalité que parce que les sujets connaissant *communiquent*. C'est dire à quel point la pratique scientifique est essentiellement un acte de communication. Or il n'est pas d'objet, de phénomène, d'activité affectant l'homme de près ou de loin, qui ne finisse par intéresser la science, qu'elle se dise "exacte" ou "humaine", "dure" ou "molle" -- nous reviendrons d'ailleurs sur cette notion de *consistance*. Situé au carrefour de toutes les activités humaines, le phénomène communicationnel s'est donc naturellement constitué en objet d'étude scientifique. Et par là même ont commencé à surgir des paradoxes de circularité. En effet, une partie du processus épistémologique se confond avec le processus étudié par la théorie qu'il engendre.

▲ Comment une science devint schizophrène

Le nom que se donne un être nous renseigne souvent beaucoup sur lui. Il en va de même d'une discipline scientifique. L'étude de la communication s'appelle tout simplement *la communication* [\(3\)](#). Cette confusion lexicale entre l'étude et son objet est loin d'être innocente et reflète une confusion (au sens habituel) parmi les chercheurs, due à des difficultés épistémologiques profondes encore largement irrésolues. La première étant l'impossibilité ou le refus, c'est selon, de se distancier de l'objet, autrement dit, d'*objectiver* l'acte de communiquer. En effet, il existe au moins un autre prétendant au trône du nom de la science concernée, le néologisme *communicologie*, qui désigne clairement un discours *sur* la communication, en quelque sorte un discours sur le discours. Mais il ne parvient pas à s'imposer. Quelques chercheurs (que je ne citerai pas!) ont adopté sur leur carte de visite le générique *communicologue*, mais la discipline dans son entier le rejette, en raison d'une contradiction fondamentale en son sein, d'un risque de schisme qu'elle sent qu'il ne faut pas consommer si elle ne veut pas perdre son principe vital. Or comme l'écrivent Maturana et Varela (1994, p. 240):

Un conflit est toujours une négation mutuelle. Il ne peut jamais se résoudre dans le domaine où il se développe si les protagonistes restent cramponnés à leurs certitudes. Il ne

pourra être dépassé qu'en élaborant un autre domaine où la coexistence est possible.

Et que fait-on lorsqu'on ne peut trouver de niveau plus global -- quoi de plus global que *la* communication ? On doit alors apprendre à penser la contradiction, à l'intégrer, à l'assimiler structurellement, au sens physiologique. Car cela signifie, comme le martèle Morin (1982), que la contradiction, loin d'être une pathologie dont il faudra guérir notre pensée, participe de la richesse, de la fécondité, de la force de la théorie.

Mais quelle est au fond la nature de cette aporie qui taraude la communication en tant que science ? Les critères de scientificité, d'abord. Les méthodes, ensuite. La diversité et l'inconciliabilité des paradigmes, enfin. Il en résulte, pour la discipline, une crise d'identité qui va jusqu'à la schizophrénie: en effet, on entend souvent parler *des* sciences de la communication: linguistique, psychologie, psychosociologie, cognition. La communication ne serait qu'une virtualité floue flottant dans un espace inter-disciplinaire. Chacune des sciences citées ci-dessus peut édifier sa clôture en développant son propre formalisme, ce qui permet d'évacuer le douloureux problème d'une formalisation générale et unifiée de *la* communication. Si la linguistique est parvenu à un degré exceptionnel, pour une science humaine, de formalisation, c'est qu'elle a délibérément évacué le *contexte* culturel de son analyse (Hall, 1979, p. 88). Mais l'on attend d'une science complète de la communication qu'elle embrasse *tous* les niveaux du phénomène, qui en compte une infinité. Comme dirait Paul Watzlawick (1979), elle se retrouve à court de *types logiques*, autrement dit, par définition, la communication ne peut pas métacommuniquer sur elle-même et c'est là la cause de sa schizophrénie!

▲ Parler le même langage : mission impossible ?

Tout formalisme a pour fonction première: la distanciation dans l'optique d'une opérationnalisation manipulatoire. La philosophie des sciences nous montre que sans formalisme, sans langue de spécialité assurant la bi-univocité des énoncés, point de salut pour une science (Schiele, 1984). La chimie a été l'une des premières à effectuer sa conversion, ou *coupure épistémologique*, et toutes les autres sciences de la nature ont suivi. Ce serait maintenant au tour des dernières récalcitrantes, les sciences dites "de l'homme", d'effectuer la leur. Mais la communication est confrontée à l'énormité de son corpus d'analyse, puisque en définitive, tous les artefacts culturels, et en particulier le langage verbal, sont impliqués dans la communication. En pratique cela signifie qu'une science complète de la communication devrait au moins rendre compte de chaque mot de chaque idiome humain. Ce qui implique que le lexique du *super-métalangage* de la communication soit plus vaste que n'importe quelle langue commune. Ce qui nous apparaît absurde et remet en question l'entreprise même de formalisation. Bien sûr, on pourra objecter qu'un formalisme aussi concis que l'alphabet permet d'écrire tous les mots de toutes les langues. Mais il y a une différence radicale entre écrire et *décrire*, entre *synthétiser* et *analyser*. Le simple peut engendrer le complexe, mais il ne peut pas le *comprendre*, ainsi que nous l'enseigne la théorie des systèmes. Autrement dit, un formalisme susceptible d'expliquer tous les éléments de la communication serait aussi complexe que l'alphabet est simple.

Par ailleurs, nous nous souvenons que la science elle-même n'existe pas: seuls existent les hommes et les femmes qui la pensent. Puisque nous avons évoqué la diversité des langues, nous devons relever une difficulté très négligée par les communicologues eux-mêmes: ces derniers s'expriment dans *une* certaine langue, souvent leur langue maternelle. Dans ce domaine, le mythe de la langue scientifique -- l'anglais, pour ne pas le nommer -- fait long feu. Depuis Edward Sapir, on sait que la pensée n'est pas dissociable de la langue dans laquelle elle s'est formulée. Par conséquent, on ne compte pas les termes intraduisibles "importés" d'une langue à l'autre, ce qui est une manière d'étendre la langue pour les besoins de formalisation. L'allemand, l'anglais et le français s'échangent ainsi quantité de mots. La raison majeure en est simple: pour reprendre la brillante analogie avec l'oeil employée par Maturana et

Varela (1994, p. 236), chaque système de communication produit nécessairement une "tache aveugle" qui nous interdit de cerner *par lui* son fonctionnement. D'où la nécessité de forger de nouveaux concepts puis de les nommer.

Dans l'optique idéale de construire un formalisme communicationnel indépendant des idiomes, mais néanmoins homogène à chacun -- ce qui supposerait par la suite des protocoles de traduction officiels --, il serait souhaitable que chaque langue s'étende à *l'intérieur d'elle-même*. A cet égard, la langue française est particulièrement mal préparée. Car elle se prête mal à la sécrétion de "mots-valises" (ou acronymes) par fusion de plusieurs mots existants. On peut former un substantif par accolement de deux autres substantifs (courts de préférence, car le français est allergique aux mots longs) reliés par un trait d'union, et c'est tout. A part des exceptions comme *progiciel*, *inforoute* et tout récemment *courriel* (4), on cherche en vain l'équivalent en français de l'efflorescence de mots anglais comme *infomercial*, *edutainment*, ou tout simplement *bit* ou *pixel*. En pratique, on est obligé de puiser dans les racines grecques et latines. Ce qui fait que pour comprendre un néologisme, il faut s'enquérir de son étymologie antique. Il n'est pas anodin que l'étymologie du mot "étymologie" soit: *le vrai langage*. Le français octroie l'apanage de la vérité à des langues mortes depuis des lustres et de surcroît préscientifiques. Tout se passe comme si nous cherchions à exprimer avec les mots du passé et des morts un phénomène intensément présent et vivant.

La plupart des langues romanes sont confrontées à ce problème. Au contraire, les langues germaniques (anglais, allemand) font preuve d'une grande plasticité favorisant une fécondité intrinsèque (ou hermaphrodite!) qui leur permet d'étendre leur vocabulaire à l'infini *sans sortir d'elles-mêmes*. Cela représente donc un avantage certain pour le projet d'une science complète de la communication. Nous nous posons alors une angoissante question: faut-il renoncer à étudier la communication en français ?

Non; la solution est simple, et sa portée dépasse le particularisme francophone: faisons fi de la belle homogénéité phonétique/-émique des langues, et incorporons, empruntons sans vergogne des mots aux autres langues vivantes -- c'est-à-dire *vécues*. D'ailleurs il serait fou de croire que l'on puisse appréhender un phénomène multi- et inter-culturel -- en l'occurrence, la communication -- sans quitter notre îlot culturel. Alexis de Tocqueville en faisait même une condition de la démocratie :

J'aimerais mieux qu'on hérissât la langue de mots chinois, tartares ou hurons, que de rendre incertain le sens des mots français (5).

Car le consensus social sur la signification des mots est, selon Tocqueville, la clé de voûte d'une communication saine et efficace. Cela rejoint tout à fait les préoccupations des communicologues soucieux de s'entendre sur la signification des énoncés théoriques de leur discipline. Plus généralement, l'absence de toute équivoque sur les concepts référés par les mots du langage scientifique est l'essence même du formalisme, du moins selon le paradigme physico-mathématique et sa vision de la rigueur scientifique, à laquelle renvoie le qualificatif de "science dure".

▲ Penser les contraires : pour le développement d'une pensée complexe

La notion de *consistance*, appliquée à une science, reflète en fait celle de ses *concepts*. Le principal reproche adressé aux sciences humaines concerne la "mollesse", autrement dit le manque de circonscription de leurs concepts fondamentaux. Plus précisément, les mots qui désignent ces concepts sont affligés d'une *polysémie* qui rend les concepts eux-mêmes protéiformes. Prenons le mot "communication"; en fonction des auteurs, il signifie partage (communion), et par extension *mise en relation*, tandis que chez d'autres, il signifie transmission d'information (Winkin, 1981, p. 14). La situation est encore pire avec le mot "culture", pour lequel il existe autant de définitions que d'auteurs.

Il en va de même pour le mot "média". É Finalement, la communauté des chercheurs en communication se divise en une multitude d'"écoles", ou groupes de chercheurs qui s'entendent sur une signification particulière à affecter aux mots du tronc commun.

Sur le plan méthodologique, cela se traduit de la manière suivante. Tout article traitant de communication doit commencer par définir de manière non-équivoque le contenu conceptuel qu'il attribue aux mots qu'il va employer; autrement dit, l'auteur doit commencer par *définir ses concepts*. Le reste de l'article est constitué d'une série d'énoncés mettant en relation ces concepts provisoirement "durcis", en s'appuyant sur une *documentation*, c'est-à-dire en se réclamant d'autres auteurs de la discipline (voire d'autres disciplines).

Nous allons maintenant tâcher de démontrer que cette méthodologie repose sur le paradigme positiviste, ce qui la place en contradiction flagrante avec le paradigme constructiviste pourtant si largement défendu par les théories qu'elle a contribué à enfanter. Supposons qu'un auteur A entreprenne la rédaction d'un article. Il va rechercher des références bibliographiques, c'est-à-dire d'autres articles conçus selon une démarche analogue. Par exemple, il va s'appuyer sur un auteur B, dont il est censé comprendre les énoncés grâce à la définition claire et sans ambiguïté des concepts impliqués qu'en a faite B. Ici surgit la première aberration positiviste: on présuppose en effet qu'il suffit de définir clairement les mots employés dans un énoncé pour que quiconque en le lisant saisisse exactement la pensée de son auteur au moment où ce dernier l'a écrit. En réalité, A ne reprend pas la théorie de B; il utilise *ce qu'il a compris* de la théorie de B. Mais plus encore, A reformule selon son entendement la *traduction* par écrit de la pensée de B. Autrement dit, d'un auteur à l'autre, la pensée subit une double médiation, ou *diégèse*. En conséquence, quand A cite B dans son article, il croit lui rendre justice intellectuelle, alors qu'en réalité il le trahit.

En outre, ce qui précède nous montre qu'il est vain de vouloir expurger les concepts de toute ambiguïté. Nous pouvons alors y voir l'indice que la définition classique du concept de concept -- un monolithe sémantique -- est inadaptée à la science de la communication. Prenons le concept de média. Au départ, il s'agit d'un adjectif latin qui signifie "situé au milieu", "intermédiaire". Il n'y a pas de définition moins équivoque, et pourtant, nous pouvons percevoir un intermédiaire de deux façons, ou plutôt avec deux *valeurs* radicalement opposées. En effet, un intermédiaire est à la fois un *lien* et un *obstacle*. De fait, si l'on devait créer un mot franco-français pour contenir le concept de *média*, cela serait probablement: une *étendue-entre*. La mer en offrirait une bonne métaphore: pour les Anglais, la Manche est un *channel*, un canal, donc une voie de communication qui rapproche les hommes. Mais inversement, l'Atlantique est un océan qui sépare les nations. D'un côté, le média est un canal, un prolongement, de l'autre, une interface, un mur. Mais comme le fait remarquer Morin (1982, p. 299):

c'est le phénomène lui-même qui nous présente ses deux versants contradictoires, antinomiques. Et il est beaucoup plus logique de les reconnaître que de nier les données empiriques qui conduisent à l'antinomie.

▲ Concepts duaux et théories... exponentielles!

Le concept de média serait ainsi fondamentalement *dual*. Ainsi, nous émettons l'hypothèse que les polysémies ne sont ni des hasards, ni le symptôme d'une carence de mots plus adéquats; elles sont *signifiantes*. En particulier, nous observons dans plusieurs cas une structuration du champ sémantique en *dipôle*. La constitution d'un pôle s'effectue par des *équivalences*, qui elles-mêmes s'appuient sur des structures fondamentales de l'esprit humain: les *valeurs*. Voici quelques exemples de ce que nous proposons d'appeler "concepts duaux":

(Le symbole "=" signifie "équivalent à")

MÉDIA

Pôle "+": conjonction = relier = rapprocher

Pôle "-": disjonction = isoler = séparer

JEU

Pôle "+": liberté = spontanéité = gratuité = partenaire

Pôle "-": contrainte = règles = enjeu = adversaire

PRAGMATIQUE

Pôle "antérieur": action = cause = début

Pôle "postérieur": effet = conséquence = fin

PARADIGME

Pôle "général": modèle = type

Pôle "particulier": image = variante

Et l'on pourrait multiplier les exemples; même le concept de concept est dual, puisqu'il est à la fois signifiant (mot) et signifié (idée). Avec son "principe de complexité", Edgar Morin (1982, p. 20) souhaite que le scientifique nouveau reconnaisse "l'inéliminabilité de la contradiction, de l'incertitude, de l'irrationnalisable" inhérents à certains concepts, au lieu de les amputer de la moitié de leur être, comme la physique l'a fait naguère avec la lumière, longtemps considérée comme ou bien corpusculaire, ou bien ondulatoire. De même, il nous faudra bien accepter le double visage de la communication: informationnel (Shannon) et interactionnel (école de Palo Alto). Car comme le dit encore Morin (id., p. 299):

rencontrer la contradiction, c'est rencontrer le réel là où il excède les possibilités de la logique humaine.

Toutefois, nous ne partageons pas le pessimisme de Morin quant aux possibilités de la logique humaine, car elle a depuis longtemps assimilé le *complexe*. Une valeur complexe en mathématique et en logique formelle est un combinat qui unit ce que la nature oppose. Le nombre imaginaire i est tel que le produit de i par lui-même est à la fois un carré (donc positif par nature) et négatif. Il en va de même de la valeur booléenne imaginaire j , à la fois vraie et fausse, introduite par Nicolas Rescher dans sa logique "imaginaire" où la contradiction a pleinement droit de cité [\(6\)](#).

Une théorie comporterait donc deux sortes de concepts: les concepts simples et les concepts duaux. Une conséquence fascinante de la notion de concept dual est qu'il autorise une double lecture de chaque énoncé qui le contient et ce, même si le contexte a tendance à tirer le concept vers l'un ou l'autre de ses pôles. Finalement, une théorie devient un ensemble de théories parallèles, toutes contenues dans le même énoncé. On peut même donner un ordre de grandeur du nombre N de théories parallèles:

$N = 2^{\text{exp}(\text{nombre de concepts duaux})}$ où "exp" signifie "élevé à la puissance"

Le nombre de théories parallèles croît géométriquement avec le nombre de concepts duaux utilisés! L'apparition de la fonction exponentielle n'est vraisemblablement pas un hasard. En effet, par pur jeu

de l'esprit, nous pouvons considérer non sans raison que la communication est la science qui solutionne l'équation: épistémologie = théorie. Or la théorie dérive du procès épistémologique. Et la théorie des équations différentielles nous dit que la seule fonction qui soit sa propre dérivée est l'exponentielle. Les fonctions numériques sont des relations entre des nombres; les théories scientifiques, des relations entre des concepts. Donc, en transposant, on obtient qu'une théorie communicationnelle est fonction exponentielle de ses concepts!

▲ Conclusion

Nous sommes bien conscients que ces jongleries fantaisistes ne présentent aucunement la rigueur d'un raisonnement. Notre but était d'illustrer l'ampleur des implications de la prise en compte de ses propres avancées par l'étude de la communication. Cette science encore dans l'enfance est un système hautement *autopoïétique*, qui ne peut éviter de s'étudier lui-même. Comme l'a indiqué Jean Piaget, cité par Jean-Louis Le Moigne (1995, p. 176):

le fait nouveau, et de conséquences incalculables pour l'avenir, est que la réflexion épistémologique surgit de plus en plus à l'intérieur même des sciences.

Nous avons vu qu'il en résulte dans un premier temps une série de paradoxes apparemment inextricables. Néanmoins, dès lors que nous les avons ressentis, nous ne pouvons plus les ignorer et continuer comme si de rien n'était avec nos anciens schèmes de raisonnement. Car pour lever ces paradoxes, nous n'avons pas d'autre choix que de révolutionner notre pensée, en lui faisant apprivoiser les vertiges de la complexité.



▲ Références

HALL, Edward T. 1979. Au-delà de la culture, éd. du Seuil, Paris.

LE MOIGNE, Jean-Louis. 1995. Le constructivisme, t. 2: Des épistémologies, éd. ESF, Paris.

MATURANA, Humberto R. et VARELA, Francisco J. 1994. L'arbre de la connaissance, Racines biologiques de la compréhension humaine, éd. Addison-Wesley, Paris.

MORIN, Edgar. 1982. Science avec conscience, éd. Fayard, Paris.

QUEAU, Philippe. 1993. Le virtuel - vertus et vertiges, éd. Champ Vallon, INA, coll. Milieux, Paris.

SCHIELE, Bernard. 1984. Note pour une analyse de la notion de coupure épistémologique, Communication-Information, vol. VI, n° 2/3

WATZLAWICK, Paul, 1979. Une logique de la communication, éd. du Seuil, coll. "Points", Paris.

WINKIN, Yves, 1981. La nouvelle communication, éd. du Seuil, coll. "Points", Paris.



▲Notes

[1](#) Cité dans Morin (1982, p. 312).

[2](#) 1994, p. 235

[3](#) En France, la "52e discipline" s'intitule: "sciences de l'information et de la communication" (SIC).

[4](#) Courrier électronique.

[5](#) Alexis de Tocqueville, *De la démocratie en Amérique*, Paris, Flammarion, 1981, p. 86.

[6](#) Voir le livre de Philippe Quéau, *Le virtuel: vertus et vertiges*, p. 63. Si P est une variable propositionnelle muette, on pose $j=(P \text{ et } (\text{non } P))$.



[Copyright © COMMposite v97.1](#) - 1997 - Tous droits réservés.



(v97.1)

l'antichambre

fragments

sédiments

[Résumé](#)[Sommaire](#)[BIO](#)

Quand *Big Brother* fait du pouce sur l'inforoute

par [Martine Gingras](#)

Étudiante au doctorat en communication - Université du Québec à Montréal
Copyright © Martine Gingras - 1997 - Tous droits réservés.

▲Résumé

Ce texte explore la vie privée - des risques d'intrusion aux méthodes de protection - à l'ère des réseaux. Illustrant comment l'informatisation facilite la cueillette, l'emmagasinement, le jumelage et la divulgation des données sur des transactions ou sur des individus, nous soulignons la nécessité de réévaluer les principes et méthodes de protection de la vie privée. Les lignes directrices, codes volontaires, normes internationales et législations nationales ne suffisent pas à protéger efficacement la vie privée sur un réseau mondial; il est nécessaire et impératif de compléter ces méthodes en mettant la technologie elle-même à profit, en utilisant notamment l'encryptage.

[Abstract](#) | [Resumen](#)

Descripteurs : Internet, interconnexion, vie privée, anonymat, encryptage, citoyens

▲Sommaire

1. [Introduction](#)
2. [La vie privée à l'ère de l'informatisation](#)
3. [De l'identification au profil](#)

[Vous avez vos papiers?](#)[La constitution d'un double informationnel](#)

4. [Technologie et inquisition](#)

[Brèches ouvertes dans la vie privée](#)[La vie privée et l'Internet](#)

5. [Levée de boucliers plus ou moins efficaces](#)

[Lignes directrices, codes volontaires et normes](#)

[Au nom de la loi](#)
[La technologie au service de la vie privée](#)

6. [Conclusion](#)

[Quelques liens pour en savoir plus...](#)



"Naturellement, il n'y avait pas moyen de savoir si, à un moment donné, on était surveillé. Combien de fois, et suivant quel plan, la Police de la Pensée se branchait-elle sur une ligne individuelle quelconque, personne ne pouvait le savoir. On pouvait même imaginer qu'elle surveillait tout le monde, constamment. Mais de toute façon, elle pouvait mettre une prise sur votre ligne chaque fois qu'elle le désirait. On devait vivre, on vivait, car l'habitude devient instinct, en admettant que tout son émis était entendu et que, sauf dans l'obscurité, tout mouvement était perçu."

George Orwell, 1984.

▲1. Introduction

Lorsqu'il est question d'inforoutes électroniques, on s'attarde principalement aux constructeurs (compagnies de téléphone, câblodistributeurs, satellites et réseaux informatiques), aux divers matériaux qui seront utilisés pour les paver (câble coaxial, fibre optique, fils de cuivre) et aux véhicules qui y circuleront (télé à la demande, télé-achat, courrier électronique, vote à domicile, etc.).

Nous nous intéressons ici à un thème moins souvent abordé, la vie privée des utilisateurs, qu'on compte déjà au nombre des victimes de ces autoroutes de l'information où les intérêts commerciaux et ceux de l'État ont priorité (1). En effet, la plupart des projets mis en branle prévoient non seulement de permettre la réception de divers services à domicile, mais aussi la transmission d'informations par le citoyen (comme le paiement de factures à domicile). Dans ce contexte, la protection de la vie privée constitue vraisemblablement un des enjeux majeurs des inforoutes.

Nous souhaitons d'abord exposer les risques d'intrusion à l'heure des réseaux, en expliquant comment ceux-ci nous font passer d'une collecte de renseignements nécessaires à un couplage de données établissant le profil des consommateurs et citoyens; un aperçu des brèches que la technologie ouvre dans la vie privée des utilisateurs complètera ce portrait. Dans un deuxième temps, il sera question des solutions éthiques, législatives et technologiques qui peuvent être mises en oeuvre pour contrer les intrusions dans la vie privée.

▲La vie privée à l'ère de l'informatisation

La vie privée est une valeur universelle, élevée au rang de droit dans les sociétés où les libertés

individuelles sont jugées très importantes. On s'entend généralement pour la définir selon quatre dimensions distinctes, mais néanmoins reliées entre elles: le droit à la solitude, qui consiste à être laissé tranquille lorsqu'on le désire; le droit à l'anonymat donne quant à lui la possibilité de rester inconnu; le droit à l'intimité stipule qu'on n'est pas constamment surveillé; le droit de détermination donne au citoyen le pouvoir de contrôler les données qui circulent à son sujet.

Ces droits implicites ne sont pas pour autant toujours respectés. Tantôt ils se heurtent aux intérêts commerciaux ou gouvernementaux, tantôt ils se retrouvent carrément brimés par les expérimentations plus ou moins philanthropiques d'un pirate qui prône la libre circulation de l'information (hacker). L'informatisation, qui rend de plus en plus aisés et de moins en moins onéreux la collecte, le stockage, le jumelage et la divulgation des données sur des transactions ou sur des individus, a donc de quoi inquiéter les citoyens (2).

▲3. De l'identification au profil

▲Vous avez vos papiers?

Évidemment, il est nécessaire de divulguer certains renseignements personnels afin d'établir son crédit ... ou sa crédibilité. Le problème consiste à déterminer quelles demandes de renseignements sont nécessaires à quels types de transactions, et lesquelles constituent une atteinte à la vie privée. Des firmes comme Equifax (3) se spécialisent dans la collecte massive et dans la diffusion d'informations sur les personnes. Les renseignements que ces agences de crédit collectent et transmettent sont d'abord ceux qui servent à l'identification: le nom, l'adresse, le numéro de téléphone, le numéro d'assurance sociale et l'emploi ou l'occupation.

La suite dépend du demandeur. S'il s'agit d'un établissement de crédit, Equifax fournit des renseignements sur la situation financière générale: ouverture de compte, montant de crédit accordé, dates et informations concernant les transactions (on ne sait tout de même pas exactement ce qui a été acheté), mensualités, solde à la date reporté, historique des retards de paiements antérieurs sur une période de six années et cote de crédit. La faillite prend quant à elle sept ans avant d'être effacée du dossier.

Une autre division du bureau de crédit fournit pour sa part l'information aux compagnies d'assurances, qui ont besoin de renseignements plus détaillés qu'un rapport de crédit pour évaluer le risque qu'elles prennent en assurant les personnes. Elles demandent donc au bureau de crédit d'enquêter sur le compte des clients, cherchant à savoir, au-delà de la situation financière, comment se déroule leur vie professionnelle et quelle est leur réputation morale. Cette dernière rubrique englobe la consommation d'alcool ou de stupéfiants, le statut matrimonial et la réputation auprès des collègues et du milieu. Les compagnies d'assurances déboursent généralement entre 20\$ et 50\$ pour ces enquêtes, réalisées par le biais d'entrevues avec la personne, avec son employeur ou d'autres personnes devant produire des références et parfois même avec ses voisins.

De plus, pour effectuer certaines transactions ou pour recevoir des soins ou services, il est obligatoire de divulguer les renseignements nécessaires, qui diffèrent selon la situation: le numéro d'assurance-maladie pour recevoir des soins médicaux ou pour faire remplir une ordonnance, le numéro d'assurance sociale pour tout ce qui touche à l'emploi, etc.

▲La constitution d'un double informationnel

Ainsi, nombre d'informations personnelles circulent sans qu'on puisse parler d'intrusion dans la vie

privée, parce qu'elles sont nécessaires pour effectuer certaines transactions, et leur traitement s'effectue dans les balises prescrites par la loi. Toutefois, l'informatisation a fait émerger un nouveau récif pour la vie privée: le couplage de données.

Il arrive en effet que certaines entreprises privées et publiques associent à d'autres renseignements les données qu'elles avaient collectées dans un autre contexte, afin de constituer des dossiers plus complets. En reliant diverses informations sur un individu, il est possible de tracer un portrait de chaque consommateur-citoyen. Ce phénomène inquiète d'ailleurs une majorité de Canadiens: 54 p. cent d'entre eux se sont dits en effet très préoccupés par "le processus relativement mystérieux et caché qu'est la mise en relation de banques de données" [\(4\)](#).

Contrairement à ce que l'on pourrait croire, le monopole de l'indiscrétion n'est pas détenu par les entreprises avides de connaître le profil des consommateurs. Les gouvernements sont également intéressés. (Ainsi, celui du Québec détient plus de 14 000 fichiers de renseignements personnels, dont une soixantaine comporteraient des données sur plus de 100 000 personnes [\(5\)](#)).

Vivons-nous pour autant sous le règne du Big Brother décrit par Orwell? Pas encore, car ces dossiers restent distincts. Le danger est d'en venir, sous prétexte d'efficacité de gestion, de réduction des coûts et de nécessité de contrôle, à regrouper tous ces dossiers en un seul, qui contiendrait tous les renseignements sur chaque citoyen.

Outre la constitution d'un fichier monstre qui saurait tout sur chacun de nous, il est possible qu'on en vienne à tenir compte uniquement de quelques données personnelles combinées à des statistiques, des résultats de sondages ou des profils de consommation, pour prendre, souvent à notre insu, des décisions nous concernant directement. Nous serions alors jugés à partir de notre double informationnel, qui constitue un miroir parfois déformant et, surtout, qui prête à interprétation. Ainsi, un individu pourrait se voir refuser un prêt parce qu'ayant acheté tel et tel produits, il entre dans un certain profil de consommation jugé potentiellement "dangereux" par le prêteur. Bref, une situation qui marquerait un recul notable dans une société où le respect des droits individuels a été acquis chèrement.

L'interconnexion des réseaux, qui facilite l'échange de données d'un bout à l'autre de la planète, rend la situation encore plus alarmante. Il y a déjà environ 20 000 circuits à travers lesquels l'information circule entre les divers organismes publics québécois. La mise en place du Réseau intégré de communications informatiques et bureautiques (Ricib), un réseau qui reliera aux centres-serveurs les quelques 27 000 micro-ordinateurs des ministères et organismes publics québécois, rendra encore plus facile la transmission des données.

Par ailleurs, les nouveaux services disponibles ou à venir (vidéo à la demande, magazines thématiques, télé-achat, etc.) permettront la collecte de renseignements encore plus variés et précis sur les intérêts des gens, rendant ainsi plus aisé l'établissement de profils. Déjà, les compagnies de téléphone accumulent des informations sur les habitudes de leurs clients: localisation, fréquence et durée de leurs appels, tout est répertorié. De même, les communications réalisées via l'Internet sont sujettes à ces analyses de trafic, grâce à une technique qui consiste à déduire des informations à partir de la source et de la destination des envois sans pour autant accéder au contenu. En effet, il est facile de cibler les intérêts des gens quand on connaît les conférences auxquelles ils sont abonnés ou les institutions avec lesquelles ils communiquent. De même, la plupart des sites sur le W3 établissent les statistiques d'utilisation de leurs pages, et fournissent ces données aux annonceurs potentiels.

4. Technologie et inquisition

▲ Brèches ouvertes dans la vie privée

Avec l'évolution des technologies, il est de plus en plus facile de jeter un oeil sur la vie privée d'autrui sans même faire le détour par une quelconque banque de données. Le but poursuivi - et la façon de l'atteindre - peut être plus ou moins légitime, selon le cas.

Prenons l'exemple de l'afficheur, un appareil qui peut sembler tout à fait adéquat pour protéger la vie privée, en permettant de connaître le numéro de téléphone - et maintenant le nom - de la personne qui appelle. Cette technologie entraînerait une diminution des appels obscènes et intimidants. Là où le bât blesse, c'est que l'afficheur a été mis sur le marché avant une évaluation complète des impacts, de sorte que de graves problèmes ont surgi: un mari violent pouvait ainsi découvrir que quelqu'un avait appelé chez lui d'une maison d'hébergement pour femmes battues. Depuis, que le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications (CRTC) a obligé les compagnies de téléphone à bloquer gratuitement l'affichage du numéro de téléphone à tout abonné qui le demande, de sorte qu'il est possible de profiter d'une protection pour soi sans menacer celle des autres.

Autre exemple: le travail à domicile. Les entreprises qui y sont favorables cherchent de nouveaux moyens pour contrôler le travail de leurs employés travaillant à la maison:

[...] supervisors at American Express have retained the ability to monitor employees who have signed up for the Hearth program (working at home) to ensure "tight control" (Sherman, 1993) [\(6\)](#).

Dans cette optique, on peut se demander à partir de quel moment un employé qui travaille à domicile et qui gère lui-même son horaire peut revendiquer qu'on cesse de le surveiller...

La téléphonie mobile, qui se propose de donner à chacun un numéro de téléphone unique, promet d'amplifier le phénomène: on qualifie parfois cette technologie de "laisse électronique". Elle pose doublement la question de la protection de la vie privée, car il est en plus relativement facile d'écouter les conversations téléphoniques effectuées via un téléphone cellulaire.

▲ La vie privée et l'Internet

Constatant les nombreux écueils qui menacent déjà la vie privée, on peut s'inquiéter de ceux qui joncheront les inforoutes électroniques, en facilitant l'accès et la transmission de données diverses sur les individus.

Il est possible d'en avoir un premier aperçu en étudiant le cas de l'Internet, le réseau informatique le plus développé au monde. Du point de vue de la vie privée, on pourrait qualifier ses utilisateurs de *crash test dummies* [\(7\)](#) des inforoutes en construction...

Sur l'Internet, la frontière entre la nécessaire identification et la sphère privée est encore floue; on cherche encore le juste milieu entre une protection adéquate des droits entourant la vie privée des citoyens et une identification suffisante pour repérer facilement les auteurs de troubles.

Pour l'instant, c'est l'adresse électronique qui détermine principalement l'identité des utilisateurs. Celle-ci donne un certain nombre de renseignements (par exemple, aux États-Unis, les adresses des établissements d'enseignement se terminent par edu, ceux des commerces par com, etc.), mais laisse aux utilisateurs le soin de spécifier ou d'omettre ce que bon leur semble. En effet, toutes les adresses ne comportent pas nécessairement le nom de l'utilisateur, ni même son statut dans la hiérarchie d'une

institution. De plus, il est possible d'avoir différentes adresses de courrier électronique, les adresses étant par ailleurs sujettes à changement, suivant la situation dans l'institution, les paramètres techniques, etc. L'identité électronique reste donc extrêmement floue.

Aucune technique ne permet de s'assurer que l'identification donnée par une personne est bien la sienne. Il est en effet très facile pour quelqu'un qui connaît le mot de passe d'une autre personne d'expédier du courrier de son adresse. Il est aussi relativement facile pour les pirates avertis de changer la source inscrite dans l'en-tête d'un message électronique. Il est aussi possible pour les usagers possédant une bonne connaissance de l'informatique de savoir qui est connecté à un ordinateur central au même moment qu'eux. La plupart des sites permettent en outre à leurs usagers de vérifier quels autres usagers sont connectés à l'ordinateur serveur en même temps qu'eux, et ce qu'ils font sur le réseau. Ces possibilités vont clairement à l'encontre du droit à l'intimité.

De plus, le fonctionnement actuel de l'Internet oblige les usagers à avoir une confiance aveugle en leur administrateur de réseau. La plupart des systèmes qui gèrent les sites conservent en effet de manière exhaustive l'historique des endroits où leurs usagers se connectent, la liste des commandes qu'ils tapent et le moment où ces actions sont posées. Ces informations ne sont pas systématiquement consultées, sinon lorsqu'un usage douteux du système survient: les connexions ratées, les tentatives d'accès aux dossiers de mots de passe, etc.

Le courrier électronique reçu et envoyé n'est pas non plus à l'abri des yeux indiscrets des responsables de systèmes. Par exemple, les messages en instance d'être envoyés ou qui viennent juste d'être reçus transitent par un dossier intermédiaire (spool file) avant d'arriver à destination finale. Le hic, c'est que les opérateurs de systèmes y ont accès, et on peut supposer que les moins scrupuleux lisent parfois les envois.

En somme, la vie privée sur le réseau, qui consiste à avoir un usage exclusif de son compte, de même qu'un accès unique aux données qui y sont conservées et à celles qui y parviennent, n'est aucunement assurée à l'heure actuelle. Des mesures doivent être prises pour colmater les trous déjà nombreux par lesquels les entreprises privées, le gouvernement et les pirates informatiques peuvent s'immiscer. Les méthodes de protection ne font toutefois pas l'unanimité, comme nous allons le voir dans la prochaine partie.

▲5. Levée de boucliers plus ou moins efficaces

▲Lignes directrices, codes volontaires et normes

À la fin des années 1970, l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) a établi des lignes directrices pour assurer la saine gestion des renseignements personnels et la protection de la vie privée à l'échelle mondiale. Ces lignes directrices couvraient huit grands principes: limitation en matière de collecte, qualité des données, précision des finalités, limitation de l'utilisation, garanties de sécurité, transparence, participation et responsabilité individuelles [\(8\)](#).

En 1984, le Canada a signé les lignes directrices de l'OCDE et le ministère de la Justice a incité l'industrie à s'y conformer. De plus, c'est en s'inspirant des lignes directrices de l'OCDE que l'Association canadienne de normalisation (CSA) a élaboré son propre code de protection de la vie privée. Son projet est maintenant d'élaborer, conjointement avec les gouvernements, milieux d'affaires et organismes de protection des consommateurs, une norme canadienne sur la vie privée, qui dépasserait le cadre des codes volontaires sans pour autant légiférer sur la question. Ceci permettrait d'établir des lignes directrices plus claires que celles des codes volontaires élaborés par les entreprises .

Les normes de l'Association canadienne de normalisation, annoncées pour le début de 1996, n'étaient pas encore disponibles au moment de la publication de ce document.

La méthode la plus valorisée par les gens d'affaires demeure donc encore celle de l'autoréglementation, qui peut prendre la forme de codes directifs, normatifs ou volontaires. Les codes volontaires ne sont pas nécessairement moins stricts que les lois en ce qui a trait à la protection de la vie privée et des renseignements personnels. Néanmoins, lorsqu'on observe la situation sous l'angle du citoyen, ils présentent de nombreuses lacunes. Ainsi, le manque d'uniformité - et parfois l'absence - de procédures pour connaître l'existence d'un dossier, y accéder ou y faire des corrections rend le processus nébuleux et peu fiable. En cas d'abus, la marche à suivre pour porter plainte n'est pas clairement établie, de sorte que les consommateurs peuvent avoir du mal à faire respecter leurs droits.

Notons que même pour les entreprises, il est de moins en moins avantageux que les renseignements personnels soient insuffisamment protégés dans leur pays. En effet, la Communauté économique européenne (CEE) a émis en 1990 une directive qui exige des garanties assurant aux données à caractère personnel transmises d'un pays à un autre une protection au moins équivalente dans le pays destinataire. L'échange et la manipulation de renseignements personnels se trouvent ainsi encadrés de façon stricte tant à l'intérieur qu'à l'extérieur des pays membres. Une entreprise privée canadienne ayant une filiale en Angleterre pourrait donc se voir refuser la consultation des dossiers de ses employés outre-mer, puisque ce pays possède une loi protégeant les renseignements personnels, alors que le Canada n'en a pas.

▲ Au nom de la loi

Pour l'instant, les lois fédérales canadiennes protègent les renseignements personnels des citoyens uniquement dans le secteur public, avec la Loi sur la protection des renseignements personnels adoptée en 1982 [\(9\)](#). Le Commissaire à la protection de la vie privée du Canada [\(10\)](#) est chargé de faire respecter cette loi. En cas de litige dans le secteur privé, il faut se référer à la Charte des droits et libertés, qui ne protège pas la vie privée de manière explicite. Néanmoins, des jugements récents sur l'article 8 de la Charte (concernant le droit à la protection contre les fouilles, les perquisitions ou les saisies abusives), ont reconnu que les citoyens sont en droit de s'attendre à ce qu'on respecte leur vie privée dans une mesure raisonnable, ce qui demeure somme toute bien peu précis en cas de nécessité de recours. Tout de même, la Loi sur les télécommunications adoptée en 1993 donne au CRTC le mandat et le pouvoir de protéger la vie privée dans les télécommunications.

Jusqu'à tout récemment, alors que les quelque 3 700 organismes publics québécois étaient assujettis à la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels depuis 1982, rien ne réglementait de façon précise l'usage des renseignements personnels dans le secteur privé. Encore une fois, le citoyen lésé devait avoir recours à des protections plus larges : la Charte québécoise des droits et libertés de la personne, la Loi de protection du consommateur et les recours généraux en matière de responsabilité civile.

Le 1er janvier 1994, le Québec devenait la première province canadienne à réglementer la protection des renseignements personnels dans l'entreprise privée. La Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé (la loi 68) établit des règles strictes de collecte, d'utilisation et de diffusion de ces informations. Il est donc plus facile pour les citoyens d'exercer un certain contrôle sur les données personnelles détenues à leur sujet par les quelque 200 000 entreprises privées québécoises.

Ainsi, en constituant un dossier sur une personne, toute entreprise doit désormais inscrire l'objet, c'est-à-dire la raison d'être du dossier, et ne peut recueillir que les renseignements personnels nécessaires à cet objet. Par exemple, si l'objet du dossier est la location de cassettes vidéo, l'entreprise

ne peut exiger le numéro de permis de conduire, à moins d'arriver à démontrer qu'il existe bel et bien un lien entre la conduite automobile et la location de vidéocassettes... Une entreprise privée qui détient des renseignements personnels est aussi tenue de prendre des mesures de sécurité afin d'assurer leur caractère confidentiel. Elle doit donc déterminer qui, dans le cadre de ses fonctions, doit avoir accès aux dossiers contenant des renseignements personnels. En outre, le consentement "manifeste, libre, éclairé et donné à des fins spécifiques" de la personne est requis pour que les renseignements personnels qui lui sont demandés soient ensuite communiqués à des tiers, ce qui diminue les risques qu'il y ait couplage de données à l'insu des individus. Enfin, toute personne a droit d'accéder à son dossier et d'y faire apporter des rectifications. En cas de litige, c'est la Commission d'accès à l'information, le même organisme qui régit déjà le secteur public, qui tranche.

Comme toute loi peut être transgressée, les citoyens doivent tout de même rester vigilants. Même si la loi 68 oblige les entreprises à obtenir l'assentiment du consommateur avant de pouvoir consulter son dossier, certaines tenteront sans doute de passer outre. Sachant qu'une firme comme Equifax reçoit 10 000 demandes par jour, il est évident que la vérification ne se fait pas cas par cas auprès des consommateurs concernés. Par contre, toute demande de consultation est inscrite au dossier de ces derniers, de sorte qu'ils peuvent toujours se plaindre après coup s'ils constatent qu'une entreprise a consulté leur dossier sans leur consentement. La loi permet aussi aux citoyens d'ajouter des précisions dans leurs dossiers si certaines informations contenues semblent incomplètes ou erronées.

▲ La technologie au service de la vie privée

Une dernière façon de protéger la vie privée consiste à "combattre le feu par le feu": trouver des solutions technologiques pour contrer les problèmes d'intrusion amenés par l'informatisation. Sur l'Internet, on conseille de changer périodiquement de mot de passe et de ne pas le divulguer, de toujours taper la commande logout (déconnexion) avant d'éteindre son modem et de ne jamais laisser sa machine sans surveillance lorsqu'elle est connectée au réseau. De plus, des techniques de signature digitale se développent afin d'empêcher les "emprents" d'identité.

Pour permettre l'envoi anonyme de courrier électronique, des réexpéditeurs (remailers) ont vu le jour. Il s'agit de destinataires intermédiaires qui enlèvent les informations de l'en-tête des envois électroniques avant de les expédier au destinataire.

Une autre technique de protection consiste à utiliser un code de cryptage des données, aussi appelé chiffrement à clé révélée. Ceci empêche qu'une personne qui intercepte une conversation téléphonique, un message ou une transaction électronique puisse prendre connaissance de son contenu, qui ne peut être décodé qu'à destination.

Le cryptage des données soulève cependant une polémique: si cette technique permet de préserver la confidentialité des informations et l'anonymat des citoyens, elle en fait autant pour les auteurs de trouble. Pour cette raison, la plupart des agences gouvernementales sont opposées au droit inconditionnel de la vie privée et au développement de techniques qui favorisent ce droit, puisque les activités illicites sont, du même coup, difficiles à surprendre. C'est pour cette raison que le Federal Bureau of Investigation (FBI) a souhaité imposer aux États-Unis un code national de chiffrement, le Clipper Chip, dont il aurait un double des clés, au cas où il s'avérerait nécessaire de mettre un criminel sur écoute électronique. Suite aux remous causés par ce projet, le gouvernement américain a finalement concédé que si le Clipper Chip pouvait s'appliquer à la téléphonie, cette technologie n'avait pas d'avenir dans les transactions électroniques.

Si la proposition du FBI a fait autant de remous aux États-Unis, c'est parce que le projet de loi rend coupable d'une infraction civile toute personne - autre que le FBI - qui développerait des technologies

de cryptage de données que le Gouvernement américain ne pourrait décoder. Un peu comme si on n'avait pas le droit d'acheter une serrure à toute épreuve pour protéger sa demeure, sous prétexte que les criminels peuvent aussi protéger leur repaire de cette manière. En conséquence, Philip Zimmermann a risqué la prison pour avoir répandu gratuitement sur l'Internet son logiciel Pretty Good Privacy, un code de cryptage que la police américaine n'a pu percer. Après trois années d'enquête sur Zimmermann, le gouvernement américain a finalement abandonné les charges d'"activités criminelles" qui pesaient contre lui.

D'autre part, la technologie du Clipper Chip, quoiqu'en dise le FBI, n'est pas à toute épreuve. Il est d'ailleurs cocasse que des pirates informatiques aient réussi à violer la sécurité de l'ordinateur de Mykotronx Inc., le fabricant du code du Clipper Chip, et d'en répandre le contenu sur l'Internet. Les solutions technologiques, si elles permettent d'assurer une protection accrue de la vie privée, demeurent peu fiables et doivent donc absolument être accompagnées de lois qui donneront un recours précis aux personnes lésées.

▲6. Conclusion

Il reste encore beaucoup de chemin à parcourir pour que la protection des renseignements personnels des citoyens soit assurée sur l'inforoute électronique. Il faut à la fois développer des technologies qui assureront la confidentialité des données conservées et transmises, de même que des procédures claires de recours en cas d'abus.

La question de la vie privée sur l'inforoute électronique inquiète les Canadiens. Il y a donc fort à parier que ceux-ci ne s'y engageront pas massivement tant que la protection des quatre facettes de leur vie privée ne sera pas garantie.

Il faudra donc d'abord s'assurer que ces inforoutes ne seront pas en fait une bretelle d'accès commerciale par laquelle les solliciteurs viendraient brimer le droit à la solitude des citoyens. Il sera ensuite nécessaire de préserver le droit à l'anonymat des utilisateurs, qui ne souhaitent pas particulièrement que tout ce qu'ils tapent sur leur télécommande soit comptabilisé dans une gigantesque banque de données pour établir leur profil de citoyens ou de consommateurs. Aussi, ils devront être en mesure de rouler sur l'inforoute sans être suivis, c'est-à-dire en étant assurés que leur itinéraire reste connu d'eux seuls. Finalement, aucune donnée disponible à leur sujet ne devra circuler à leur insu, ce qui consacrera leur droit à la détermination.

Dans ces conditions, il est impératif que les constructeurs d'inforoutes, entreprises, institutions et gouvernements intéressés par leur développement prennent des mesures pour assurer la sécurité des nombreux renseignements personnels qui y circulent déjà. Un contrôle doit être exercé sur la collecte, le stockage, l'exactitude, l'utilisation et la diffusion des données personnelles. Normes, lois ou technologies: les moyens de protéger les renseignements sont multiples. Il faut toutefois que des mécanismes précis soient mis en place rapidement pour éviter que les projets d'inforoutes n'amplifient une situation déjà problématique.



▲Notes

(1) À titre d'exemple, soulignons qu'aucune des recommandations du Rapport du comité consultatif sur

l'autoroute de l'information ne mentionne les problèmes relatifs à la vie privée. Le rapport, déposé en juillet 1995, est disponible à l'adresse suivante: http://www.sai.gouv.qc.ca/doc_sai/rapport.html

(2) Selon un sondage réalisé en avril 1994 par la firme Gallup pour le compte de Andersen Consulting Canada, 85% des Canadiens seraient d'ailleurs inquiets de ce qu'il adviendra de leur vie privée sur une éventuelle autoroute de l'information (*Public word about privacy*, sondage Gallup, 1994). Plus précis, le rapport *La vie exposée* réalisé par la firme Ekos en 1993 établit un lien entre le niveau de connaissances et la précision des inquiétudes face à la technologie: "Plus les membres d'une société sont instruits et sont au fait de la technologie, moins ils éprouvent de craintes vagues et plus ils sont attentifs à des menaces précises (par ex., l'établissement de liens entre banques de données)" (Frank Graves et Nancy Porteous, *La vie privée exposée, Le sondage canadien sur le respect de la vie privée*, Les associés de recherche Ekos Inc., Ottawa, 1993, p. 15.

(3) Equifax est une agence de collecte de renseignements personnels dont le siège social se trouve à Atlanta, autrefois nommée le Bureau de crédit de Montréal.

(4) Frank Graves et Nancy Porteous, *La vie privée exposée, Le sondage canadien sur le respect de la vie privée*, Les associés de recherche Ekos Inc., Ottawa, 1993, p. 14.

(5) Michel Venne, "L'autoroute des renseignements personnels, Québec se dote d'un réseau électronique reliant tous les ministères", *Le Devoir*, 8 février 1993, A1.

(6) Michael J. Paul, "Telecommunications, isolation, and the erosion of privacy", *Interpersonal computing and technology*, vol. 2, n°3, p. 82-98.

(7) Poupées qui servent à tester la sécurité des véhicules automobiles.

(8) Pour en savoir plus sur les mesures prônées par l'OCDE, voir le document *Lignes directrices régissant la protection de la vie privée et les flux transfrontières de données de caractère personnel*, disponible à l'adresse: <http://www.oecd.org/dsti/iccp/legal/priv-fr.html>

(9) Voir le document de travail d'Industrie Canada intitulé *La protection de la vie privée et l'autoroute canadienne de l'information*, à l'adresse: http://info.ic.gc.ca/info-highway/reports/privacy/priv_f.asc

(10) Le site du Commissaire à la protection de la vie privée du Canada est accessible à l'adresse: http://infoweb.magi.com/~privcan/f_index.html



▲ Quelques liens pour en savoir plus...

L'Electronic Frontier Foundation, un organisme sans but lucratif qui défend activement la vie privée et la liberté d'expression sur l'Internet:
<http://www EFF.org/>

L'Electronic Privacy Information Center (EPIC), recelant de ressources sur la question de la vie privée sur le réseau:
<http://www.epic.org/>

L'Internet Privacy Coalition, maître d'oeuvre de la campagne de la clé d'or, prônant le recours aux méthodes d'encryptage pour protéger la vie privée dans l'Internet:

<http://www.privacy.org/ipc/>

Le site Encryption Policy Resource Page, également sur l'encryptage:

<http://www.crypto.com/>

L'Electronic Frontier Canada, organisme canadien qui s'assure que le développement et l'utilisation des nouvelles technologies respectent les principes de la Charte canadienne des droits et libertés:

<http://insight.mcmaster.ca/org/efc/>

Les pages du Commissaire à la protection de la vie privée du Canada:

http://infoweb.magi.com/~privcan/f_index.html/



[Copyright © COMMposite v97.1](#) - 1997 - Tous droits réservés.



Inet 96 : Le concile oecuménique d'Internet Society

[Résumé](#)

[Sommaire](#)

[BIO](#)

par [Maryse Rivard](#)

Étudiante à la maîtrise en communication - Université du Québec à Montréal
Copyright © Maryse Rivard - 1997 - Tous droits réservés.

▲ Résumé

Dans le cadre du rassemblement annuel de l'Internet Society (ISOC), Montréal a reçu, l'été dernier, des grands noms de la communauté internationale de la télématique. À plusieurs égards, la conférence Inet 96 ressemblait aux célébrations qui ponctuent l'histoire religieuse. L'aménagement des lieux, le décorum qui entourait l'événement ainsi que le ton des communications, rappelaient l'ambiance de la messe des jours sacrés.

Sceptique face aux résolutions prises lors de cette rencontre qu'elle compare au concile oecuménique*, Maryse Rivard relate l'événement dans un style assez particulier. Elle présente et commente le résumé de deux ateliers critiques, l'un portant sur la valeur morale d'Internet et l'autre sur son entrée dans les écoles. Elle brosse ensuite le portrait de la situation d'Internet dans les réseaux scolaires du Québec et conclue sur une comparaison des mouvements d'informatisation et d'évangélisation mondiaux.

Avertissement: Pendant la lecture de cette chronique, gardez votre souris et votre signet à portée de main. Cette chronique contient plusieurs adresses électroniques précieuses pour ceux qui s'intéressent à la problématique de l'éducation et des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Ce texte contient également bon nombre de termes religieux peu utilisés dans le langage courant, les astérisques (*) placés à la suite de ces termes renvoient à un [glossaire](#).)

[Abstract](#) | [Resumen](#)

Descripteurs : Internet, Internet Society (ISOC), société de l'information, éducation, démocratie, religion.

▲ Sommaire

[La célébration](#)

[L'homélie](#)

[Les résolutions](#)

[Le credo](#)

[Le langage liturgique](#)

[Les avocats du diable](#)

[Internet a-t-il une valeur morale intrinsèque?](#)

[Internet à l'école: Allons-nous trop vite?](#)

[L'évangélisation par l'éducation](#)

[La ferveur des élus.](#)

["Ite, missa est"](#)

[GLOSSAIRE](#)



▲ La célébration

En juin 1996, l'Internet Society (ISOC) (1), avait convoqué à Montréal tous les apôtres du Web à célébrer l'eucharistie* du "réseau des réseaux". Plus de 3000 fidèles provenant de 160 pays avaient répondu à l'appel et près de 350 prédicateurs ont profité de cet auditoire pour propager l'homélie* du Net. Sous le thème: "L'Internet: Inventer aujourd'hui la société de demain", l'apotropaïque* société élargissait ses préoccupations aux questions d'ordre culturel et social en accordant une attention particulière à l'éducation (2) et aux pays en voie de branchement (3).

Le Palais des Congrès s'était transformé pour l'occasion en véritable cathédrale des communications électroniques. À l'entrée, les commerçants (4) avaient la permission, sinon pour mission, d'exposer et de vendre l'orfèvrerie technologique. Sur l'autel de la sacristie, trônaient les ornements sacerdotaux, à savoir des ordinateurs, les micros, les écrans et toute une panoplie d'appareils audio-vidéo d'une valeur estimée à 2M\$ (5). Pendant les vêpres*, une congrégation de sacristains*, de techniciens et d'informaticiens veillait au bon déroulement de la célébration.

Chaque pièce de l'éphémère temple des électrons avait été aménagée avec ostentation et la convivialité

(1) L'Internet Society (ISOC) a été fondée en 1992. Cet organisme a pour objectif de favoriser la coopération et la coordination globale de l'Internet (<http://info.isoc.org/>).

(2) La revue Educ@Media affiche le programme du pré-colloque consacré aux utilisations de l'internet à des fins pédagogiques (<http://edumedia.risq.qc.ca/>).

(3) Quelques jours avant la conférence, l'ISOC avait organisé des ateliers sur la technologie des réseaux au campus de l'Université McGill. Ces ateliers visaient à aider les pays qui ne sont pas encore reliés au réseau Internet et ceux qui sont en voie de le faire.

(4) Plus de 80 entreprises ont payé entre 10 000 et 25 000 \$ US pour être présentes au salon des exposants.

(5) Pierre Desmarteau décrit les lieux dans un article intitulé: "L'avenir de l'Internet se dessine présentement à Montréal" (<http://transc.com/inet96/>).

(6) Trois cent (300) journalistes couvraient l'événement comparativement à une trentaine l'an dernier à Hawaï.

y régnait. Dans la nef*, une cohorte d'ordinateurs reliés au Cyberciel favorisait la communion des apôtres et le contact avec l'au-delà. La salle des terminaux comptait deux cent soixante ordinateurs et une quarantaine de ports d'attaches pour portatifs. Les non-branchés pouvaient également "partager la parole" grâce à une couverture médiatique sans précédent (6). Au total, plus de trois cents chérubins* de la télématique offraient la possibilité aux apôtres de communiquer avec leurs frères et soeurs disséminés de par le vaste monde.

▲ L'homélie*

Sous les auspices de généreux donateurs (7) des mondes économique et politique, la procession a commencé. Les grands prélats*(8) ont récité les traditionnelles prières et chants d'allégresse et ont instruit l'assistance de l'office de la cérémonie. La prédiction d'Al Gore, annonçant l'avènement de la "nouvelle société de l'information" et la parabole de Marshall McLuhan sur la création du "village global" ont été récitées par les grands prêtres tout comme de véritables oracles*. (9)

Au menu liturgique, apparaissaient deux cents communications (10), regroupées en huit thèmes (11) susceptibles de provoquer l'allégeance des nouveaux fidèles et d'exhorter la foi des anciens. La litanie* des témoignages et des expériences à but humanitaire réalisés grâce à l'Internet a contribué à la sanctification du "réseau des réseaux". Les études de cas (12) ont fait office de kyrie* pendant les heures canoniales*. Pour les croyants, elles représentent la pierre angulaire sur laquelle Internet doit s'appuyer afin de continuer à progresser dans l'allégresse.

Ainsi, c'est avec une certaine ferveur et la ferme intention d'avancer mes travaux de recherche sur l'éducation et les nouvelles technologies de l'information et des communications (NTIC) que j'ai partagé la cène* de cette assemblée bigarrée des prophètes de la société de l'information. Pour les agnostiques et pour l'avancement de la science, je présente ici une sélection des propos tenus lors de

(7) Les principaux commanditaires étaient les suivants: Bell Canada, le Gouvernement du Québec, Microsoft Inc (150 000\$ US) - l'Agence canadienne de développement international, CANARIE Inc., Cisco Systems Inc., l'Organisation du Traité de l'Atlantique Nord (OTAN) (75 000\$ US). Voir à ce sujet l'article de Benoît Munger: "Deux millions en commandites pour Inet 96" (http://www.vir.com/~wily/inforoute/inet96/inet0625_2.htm).

(8) Introduction et bienvenue: Don Heath, President, Internet Society - Lionel Hurtubise, Président et chef de la direction, Ericsson Communications Inc. - Monique Lefebvre, Présidente - directrice générale, CRIM - Pierre Bourque, maire de Montréal - George Sdowsky, vice-président - éducation, ISOC - Larry Landweber, président du conseil de ISOC - Jean-Claude Guédon, professeur - Sénateur Pierre Laffitte - Mme Louise Beaudoin, ministre de la Culture et des Communications du Québec - M. John Manley, ministre, Industrie Canada. La nomenclature des personnalités ayant participé à la séance plénière d'ouverture ainsi que le texte des discours prononcés sont disponibles sur le site du CRIM (http://www.crim.ca/inet96/frame_2.html).

(9) L'allocution prononcée par le vice-président des États Unis devant l'Académie de Télévision à Los Angeles en 1993 et la thèse du "Village global" de McLuhan constituent la base de la figure rhétorique des discours médiatiques sur le développement de la société de l'information.

(10) Les textes intégraux ou les abrégés, en anglais, de toutes les conférences (<http://www.isoc.org/isoc/whatis/conferences/inet/96/inet96/index.html>) peuvent être consultés sur le site de l'Internet Society (<http://info.isoc.org/>). La description des ateliers en français est également disponible

cette assemblée.

N'ayant malheureusement pas le don d'ubiquité, je présenterai et commenterai les résumés de deux ateliers critiques auxquels j'ai pu assister, l'un portant sur la valeur morale d'Internet et l'autre sur son entrée dans les écoles. Je survolerai aussi l'ensemble des thèmes traités en m'inspirant de la couverture de presse électronique disponible actuellement sur le Web. Mais, tout d'abord, je vous présente les observations d'une novice sceptique face aux résolutions prises lors de ce grand concile oecuménique.

▲ Les résolutions

L'Internet Society a introduit cette année deux transformations majeures qui témoignent de son désir de rassembler toutes les doctrines sous son égide. La secte technologique et ethnocentrique américaine s'est transformée, lors de la conférence de 1996, en une organisation internationale bilingue et multiculturelle. D'une part en méditant sur les impacts sociaux de son développement et, d'autre part, en abandonnant l'utilisation exclusive de l'anglais comme langage liturgique (13), l'assemblée d'ISOC a consacré son ouverture sur le monde. À cet égard, le choix des villes d'accueil, Montréal cette année et Kuala Lumpur (14), capitale de la Malaisie, l'an prochain, représente l'acte de foi de la société.

▲ Le credo

Les magistrats ont confiance. Internet évolue à un

sur le site du CRIM:

(<http://www.crim.ca/inet96/>).

(11) Les Chroniques de Cybérie en collaboration avec i-cor MEDIA (division de Quebecor Multimedia) ont publié les compte-rendus d'INET'96 et plusieurs entrevues en français. Les articles et textes portant sur les différents thèmes de la conférence, ainsi qu'une liste commentée de sites ayant fait l'objet d'une communication figurent à

(<http://www.i-cor.com/services/inet/>).

*Au moment de mettre en ligne, nous apprenons que Quebecor qui détient les droits d'auteurs a retiré ces articles de son site. Conscients que cette décision rend quelques unes de nos citations obsolètes, nous avons choisi de conserver ces références car des démarches ont été entreprises par Les Éditions Cybérie pour obtenir la permission de loger ce contenu sur leur site. Pour l'instant l'adresse: <http://www.i-cor.com/services/inet> donne accès à un autre site du Groupe mais un lien sur la nouvelle adresse sera inscrite si ces articles trouvent un nouvel hébergement.

(12) "Les zapatistes et la structure électronique de la lutte", "Possibilité de développement de l'Internet en Russie et en Asie", "Expériences du premier exercice d'aide aux sinistrés par l'Internet", "La communication numérique par l'Internet en cas de guerre", "Service de santé sur l'Internet", etc.

(13) Bien que la majorité des communications était prononcée en anglais, un service de traduction simultanée était disponible sur place. Une journée d'animation en français à l'intention des enseignants et des enseignantes a été organisée dans le cadre des ateliers "Inet va à l'École".

(14) Le programme d'INET 97 est disponible (<http://www.isoc.org/isoc/whatis/conferences/inet/97/index.html>).

(15) Pour en savoir plus sur l'ancien président de l'Internet Society, Vint Cerf, voir l'article de Jean-Hughes Roy dans "Québec-Science": Pape de l'Internet (<http://www.QuebecScience.qc.ca/>

rythme effréné et le nombre de ses églises se multiplie rapidement. Vint Cerf (15), le père spirituel d'Internet Society, a fait quelques prédictions qui contribuent à la mystification de son sacerdoce*. Il a annoncé que d'ici l'an 2005, le réseau sera aussi vaste que le réseau téléphonique (660 millions de lignes d'accès) et qu'Internet sera bientôt omniprésent dans nos vies.

D'après ce visionnaire, nous aurons bientôt des chauffe-eau intelligents, des lessiveuses munies de microprocesseurs et même des ampoules contrôlables à distance. De la cuisine aux montures de lunettes en passant par nos vêtements, Internet hantera littéralement notre espace existentiel (16). A l'entendre, il n'y a pas loin de la coupe au lèvres pour qu'Internet franchisse les voies impénétrables de nos esprits et qu'il nous transforme en cyborgs. Il a d'ailleurs terminé son allocution sur cette recommandation digne d'un grand ministre du culte:

"Rentrez chez vous et formez d'autres gens. Formez vos pairs, vos entreprises, vos juristes, vos amis, vos voisins."
(Traduction libre)

Si cette vision relève du culte virtuel, la croissance exponentielle du "réseau des réseaux" est, quant à elle, bien réelle. Les spécialistes sont incapables de suivre l'évolution du nombre des usagers et la croissance des sites sur le Web. En fait, depuis 1994, les chiffres les plus variés (17) circulent lorsqu'il est question d'évaluer le nombre d'internautes. En 1995, l'ISOC évaluait le taux de pénétration à 7% alors que le plan d'affaire de 1996 affiche un taux de plus de 10%. Bien que les statistiques varient considérablement selon les sources (18), le nombre grandissant de clubs, d'associations et de groupes d'utilisateurs d'Internet témoigne, quant à lui, d'un besoin de se regrouper (19).

Un groupe d'internautes de la région de Québec (20) a d'ailleurs profité de l'eucharistie pour mettre sur pied une association visant à présenter les intercessions* québécoises auprès de l'auguste société. La première rencontre organisée à l'improviste a donné lieu à la création d'un site Web (21) et à l'énoncé de la mission. Ce mouvement spontané révèle qu'il y a consensus sur l'urgence de porter un regard critique sur les transformations

(cerf.html) ou sa page personnelle sur le site de MCI telecommunication (<http://www.mci.com/technology/ontech/cerf.shtml>).

(16) Dans un article intitulé, "D'ici l'an 2000, nous aurons des ampoules branchées au Net", Pierre Desmarteau résume l'essentiel du message du gourou (<http://transc.com/inet96/>).

(17) Par exemple trois études récentes portant sur l'évaluation du nombre d'Internaute américains affichent des différences très marquées: Nielsen Media Research, (1994): 24 millions de Netsurfers aux États-Unis - SVP's American Internet User Survey, (1996): 9,5 millions - O'Reilly Associates et Trish Infomation Services (1996): 5,8 millions.

(18) Selon les sources, les chiffres varient de 30 à 50 millions d'usagers à travers le monde et de 150 000 et 200 000 au Québec.

(19) On trouve des chapitres de l'ISOC en Allemagne, en Argentine, en Espagne, en France, à Hawaï, en Israël, au Japon, au Mexique, en Norvège, en Suisse, en Thaïlande, et dans les régions de la Baie de San Francisco et de Washington aux États-Unis.

(20) Les résultats des enquêtes du Réseau interordinateurs scientifiques québécois (RISQ) sur le profil sociodémographique des internautes québécois sont présentés à (<http://www.risq.qc.ca/enquete1>, <http://www.risq.qc.ca/enquete2>, <http://www.risq.qc.ca/enquete>).

(21) Adresse du site de l'association des internautes du Québec (<http://www.isoc.qc.ca/>). Voir aussi l'article de Jean-Pierre Cloutier: Mouvance au Québec : une association d'utilisateurs de l'Internet ou un chapitre de l'ISOC? (<http://www.i-cor.com/services/inet/netm4.html>).

sociales et culturelles que pose le déploiement rapide d'Internet. Pendant les oraisons*, bon nombre de questions importantes ont bien été soulevées, mais le plus souvent, les discussions ont à peine effleuré les réalités sociales pour s'éclipser dans le virtuel.

▲ Le langage liturgique

Si le développement rapide d'Internet est presque miraculeux, l'ouverture des conférences à d'autres langues que l'anglais a pris pour certains l'allure d'une inquisition (22). Dans son allocution de clôture, Mme Monique Lefebvre, coprésidente de la conférence, a d'ailleurs fait allusion à certains points de litiges qui sont survenus entre les contrôleurs de l'Internet Society et les organisateurs du Centre de recherche en informatique de Montréal (CRIM). Consciente que l'anglais occupe une place prépondérante sur le Web, que 60% des membres de l'ISOC et cinq des six membres de son conseil d'administration sont anglophones, elle a conclu son allocution sur ce vœu pieu:

"Si j'ai une recommandation à faire, c'est que l'Internet Society (ISOC) continue à être le reflet de la mondialisation du médium qu'elle a créé et de la diversité linguistique dont on fut témoin à Montréal. "

L'actuel président de l'ISOC, Donald M. Heath a, quant à lui, répondu en visionnaire à un participant qui désespérait de trouver la version française de la documentation de la conférence. Il a annoncé que bientôt tous les habitants de la planète pourraient accéder à n'importe quelle ressource dans leur langue:

"Vous pourrez téléphoner et parler dans la langue de votre choix et votre interlocuteur vous entendra dans la sienne." (Traduction libre)

Selon certains moines de la secte des "techno", la compagnie québécoise Alis Technologie (23) serait

(22) D'après des études américaines récentes, la langue française occuperait entre 8 et 10 % du contenu d'Internet, le français étant la deuxième langue d'Internet. À ce sujet, le lecteur trouvera des renseignements complémentaires dans l'article d'Hubert Manseau: "Depuis que la France a changé de cap, la présence du français dans le Net pourrait prendre une autre dimension."

(23) Voir à ce sujet l'article de Robert Dutrisac (http://www.vir.com/~wily/inforoute/inet96/inet0625_4.htm) et le site d'Alis Technologie: (<http://www.alis.com/>).

(24) Voir à ce sujet l'article de Yan Barcelo: "Alis technologies : un prochain Netscape ?". Son fureteur Tango a été retenu par des fournisseurs d'accès dans 70 pays. (<http://transc.com/inet96/>).

(25) Pour consulter les pages Babel (<http://babel.alis.com:8080>).

(26) Martine Gingras résume les communications de cet atelier dans un article intitulé: "Manufacturing CyberConsent" (<http://www.i-cor.com/services/inet>).

sur la bonne voie avec son fureteur multilingue Tango (24) et le site "Babel" (25) . Ce dernier est très pratique, il fournit des informations sur l'internationalisation d'Internet en 10 langues. Mais en attendant que la technologie déconstruise la tour de Babel, l'anglais est toujours de mise dans le cyberspace.

▲ Les avocats du diable

L'ensemble des présentations a ainsi été marqué par l'utilisation vertueuse du français et par une grande ferveur ecclésiastique. Heureusement, quelques orateurs ont fait preuve de modestie à l'égard du caractère miraculeux d'Internet et nous ont épargné les sermons à saveur messianique. Ce fut le cas des allocutions des Américains Jeremy Shapiro et Shelley Hughes ainsi que de la Canadienne Marita Moll lors des ateliers intitulés: "Évolution sociale, encadrement social" et "L'idéologie et la critique" (26). Ces adeptes de l'approche critique ont habilement déconstruit le discours apologétique qui circule actuellement autour d'Internet pour nous présenter une vision plus objective.

▲ "L'Internet a-t-il une valeur morale intrinsèque?" (27)

Pendant la séance intitulée: "Évaluation de l'Internet: un tableau du progrès social", les deux sociologues américains rattachés au Fielding Institute (É.U.) ont tenté de dissiper la confusion qui règne entre progrès technologiques et progrès sociaux. Contrairement aux messages véhiculés par les médias et à la "croyance générale", ils affirment que la qualité de la vie n'augmente pas nécessairement avec l'accroissement du taux de pénétration sociale des NTIC.

Reprenant quelques arguments des théoriciens du déterminisme technologique (28) et de leurs opposants (29) , ils ont formulé toute une série de questions sur les impacts sociaux "positifs" ou "négatifs" d'Internet. À la question de savoir s'il est préférable de parler d'Internet comme d'une technologie démocratique dont le déploiement aura des effets bénéfiques, ou bien de l'envisager comme

(27) "Evaluating the Internet: A Social Progress Matrix", Jeremy J. Shapiro, Shelley K. Hughes (<http://www.crim.ca/inet96/>)

(28) M. McLuhan, J.J. Servan-Schreiber, A. Touraine, D. Bells, A. Etzioni, A. Toffler, N. Negroponte, J. de Rosnay. Ces spécialistes pensent que la société de l'opulence communicationnelle apporte avec elle un très important potentiel de progrès social: épanouissement culturel, harmonisation sociale et éducation populaire, recomposition politique du pouvoir et du territoire etc.

(29) A. et M. Mattelart, X Delcourt, B. Miège, Y. De la Haye, S. Proulx, L. Sfez considèrent que cette vision relève de la pure utopie. Ils ne doutent pas de la pertinence de la mise en place de nouveaux dispositifs de communication, mais ils considèrent que les changements sociaux espérés sont beaucoup moins probables.

(30) Bien qu'un seul atelier portait sur les applications d'Internet dans le domaine de la santé, nous avons pu assister à quelques présentations très intéressantes: "Un hôpital du cyberspace"; "Description de SatelLife"; "Intermet: une initiative de collaboration médicale faisant appel à l'Internet" et "une étude de cas sur les services de santé sur l'Internet".

(31) En plus de la journée consacrée au thème

une technologie déshumanisante entraînant une profonde détérioration des relations humaines, M. Shapiro a répondu:

"Pour analyser adéquatement l'impact de l'Internet sur la société, il faut l'envisager comme un outil susceptible d'être utilisé pour atteindre telle ou telle fin. Or, ce n'est pas l'outil qui tend vers une fin plutôt qu'une autre, mais bien les acteurs politiques et historiques qui prennent des décisions concernant son utilisation ou son déploiement".
(Traduction libre)

Les discours politiques et médiatiques, ainsi que la majorité des interventions produites lors de ces conférences s'articulent autour des buts humanitaires et démocratiques d'Internet. Il aurait des effets bénéfiques pour la société car il permettrait de réduire les maladies (30), d'augmenter le nombre et la qualité des connaissances humaines et de les rendre accessibles à tous (31). On lui attribue aussi des pouvoirs quant à la diminution des tyrannies et des guerres (32).

Le caractère démocratique d'Internet est mis de l'avant de par les possibilités offertes, à l'ensemble des acteurs sociaux, de communiquer, de diffuser et de publier leurs opinions à l'ensemble de l'humanité. En ce sens, M. Shapiro et Mme Hughes considèrent qu'Internet possède un potentiel humanitaire et démocratique très puissant. Cependant, ils constatent que les politiques actuelles qui favorisent le développement rapide du "réseau des réseaux", mettent l'accent sur une étape secondaire du processus de résolution des problèmes sociaux. Selon eux, l'ensemble des dirigeants des pays industrialisés s'est lancé dans la course à l'informatisation sociale sans se demander au préalable quelle en sera la finalité.

Par exemple, on vante les mérites de la télé-médecine, du télé-travail ou de la télé-éducation qui permettraient aux gens confinés à leurs foyers de recevoir des soins, d'étudier ou de travailler, sans même évaluer les retombées psycho-sociales de la médiation technologique sur les relations humaines. La question de la connexion des hôpitaux, des écoles et des bibliothèques a trouvé sa place dans les

"Inet va à l'École", les organisateurs avaient prévu plusieurs ateliers et deux tables rondes portant sur ce thème: "Partenariat, collaboration et coopération" et "Apprendre et enseigner sur l'Internet". Le grand nombre de recherches dans le domaine laisse supposer des progrès pour les années à venir aussi bien sur le plan du développement d'applications que sur le plan de la recherche en pédagogie.

(32) A ce titre l'atelier: "L'Internet change les règles du jeu" fut très révélateur. Nous avons eu droit à la présentation d'un document d'évaluation stratégique de l'Internet dans une perspective militaire émanant du Pentagone, à une méthode d'utilisation de l'Internet pour diffuser les grands axes d'un parti politique dans le monde et à la description détaillée du rôle et de la fonction d'Internet dans la lutte des Zapatistes du Chiapas.

(33) Voir à ce sujet l'article de Bernard Maigne: "Métamorphose du monde de l'éducation" <http://www.i-cor.com/services/inet/netm2.html>)

(34) "La formation des maîtres : une condition sine qua non au succès d'Internet" Stéphanie Grammond: (<http://transc.com/inet96/>)

(35) "Avec Internet, le rôle de l'enseignant changera": Benoit Munger (http://www.vir.com/~wily/inforoute/inet96/inet0628_1.htm)

priorités gouvernementales; mais la question du choix des meilleurs outils et programmes, en fonction des besoins et des problèmes actuels, a été occultée.

L'application d'Internet au secteur éducatif propose aux enseignants de nouveaux paradigmes d'apprentissage (33) mais exige également beaucoup de ces derniers, notamment en termes de formation (34). Tout comme les élèves, ils font figure de cobayes dans le nouvel espace virtuel éducationnel. Confrontés à une multitude de nouveaux outils pédagogiques, ils doivent d'une part s'appropriier la technologie en constante évolution, et d'autre part, modifier, voire créer de nouvelles méthodes d'enseignement (35). Les orateurs ont souligné que le déploiement massif d'Internet dans les écoles modifie en profondeur le concept même d'éducation sans toutefois résoudre les problèmes posés par le contexte social actuel. Pour illustrer ces propos, ils ont décrit les limites technologiques actuelles fixées par le contexte social américain:

"Aux États-Unis, on semble concevoir le défi de l'Internet par l'alphabétisation informationnelle des citoyens. Quand ils pourront utiliser l'outil à sa pleine capacité, la société connaîtra des gains de productivité importants. Pourtant, cette alphabétisation informationnelle est impossible dans une société où le pourcentage de vrais analphabètes oscille autour de 50%". (Traduction libre)

Les sociologues ont conclu leur allocution en affirmant qu'il ne fait pas de doute qu'Internet puisse apporter quelques contributions en termes de progrès social mais qu'on lui attribue une valeur morale intrinsèque qui ne figure pas au menu de ses fonctions.

▲ Internet à l'école: Allons-nous trop vite? (36)

De son côté, Mme Moll, coordonnatrice de la Fédération Canadienne des enseignantes et enseignants et du PIHAC (37), questionne les décisions politiques concernant l'implantation d'Internet dans le milieu éducatif d'un autre

(36) "Supporting or Subverting the Public Interest: A Critical Look at the Agenda to Connect All Schools, Hospitals, and Libraries to the Information Highway", Marita Moll (<http://www.crim.ca/inet96/frame 2.html>)

(37) Le Public Information Highway Advisory Committee (PIHAC) est un groupe de pression sans but lucratif.

point de vue. Pendant l'atelier intitulé: "Appuyer ou bouleverser l'intérêt public", elle n'a rien caché de ses inquiétudes à l'égard de l'enthousiasme général qui régnait au Palais des Congrès. Débutant son allocution en affirmant qu'elle-même n'était absolument pas opposée à la venue des nouvelles technologies à l'école, Mme Moll a toutefois posé cette question fondamentale:

"Mais où sont les études sérieuses sur les effets réels de l'ordinateur sur l'apprentissage?" (Traduction libre)

De plus, Mme Moll a fait remarquer que les groupes de travail et les comités d'experts sur l'implantation de l'inforoute à l'école comptent peu de professeurs et de parents dans leurs rangs. Elle constate que les gouvernements se montrent très enthousiastes face aux généreuses initiatives des grandes sociétés de l'information et de l'informatique mais qu'ils ne consultent que rarement les groupes de citoyens à ce sujet. Elle a ensuite poursuivi sur le thème de l'intrusion de la publicité dans les écoles par le biais du Web. S'adressant à l'assistance dans un style direct, elle s'est exclamée:

"Ne soyons pas naïfs! On cherche depuis longtemps à pénétrer dans les écoles parce qu'elles représentent un marché colossal!" (Traduction libre)

En effet, Internet présente bien des atouts pour une campagne de marketing et l'infiltration publicitaire peut être très insidieuse lorsqu'on s'adresse directement aux enfants. À partir du moment où les élèves utiliseront quotidiennement Internet comme outil d'apprentissage, il sera très difficile d'évacuer toute publicité de l'environnement scolaire. En conclusion, Marita Moll a proposé de réfléchir avant d'agir et a demandé de modérer le rythme de mise en réseau des institutions scolaires de niveaux primaire et secondaire:

"Les décisions de grande importance pour nos sociétés ont toujours demandé temps et réflexion. Je ne vois pas pourquoi ce devrait être différent dans le cas d'Internet". (Traduction libre)

Les inquiétudes de Mme Moll s'articulent autour de la marchandisation grandissante de ce secteur particulièrement vulnérable qu'est l'éducation. En effet, le sentiment d'urgence pour l'informatisation sociale qui prévaut actuellement dans l'ensemble des pays industrialisés se traduit par des investissements majeurs du privé en équipement informatique et télématique dans le secteur public de l'éducation. Aux États-Unis, Microsoft entend mettre gratuitement à la disposition des écoles le "Microsoft-Teach Connection Server", une extension du

(38) L'Institut canadien pour l'éducation aux adultes (ICEA) stipule dans son mémoire présenté aux États généraux sur l'éducation des adultes que plus de la moitié des emplois créés d'ici l'an 2000 exigeront au moins 17 années de scolarité (gopher://gopher.uqbec.ca:70/0R678804-683694-1m/menu/rep_syn/nat/text).

(39) Des chiffres inquiétants laissant présager des difficultés d'adaptation aux NTIC pour une large part de la population du Canada ont été avancés par plusieurs intervenants. Par exemple: 15% de la population canadienne est analphabète fonctionnelle, 44% des adultes ne possèdent pas de diplôme d'études secondaires et 75% des travailleurs n'ont pas reçu de formation professionnelle structurée. Les mémoires sont disponibles sur le site des États

"Microsoft Windows NT Server". Au Canada, Bell Canada offre généreusement aux écoles primaires et secondaires l'accès à deux satellites de communication pour faciliter leur adhésion au réseau.

généraux sur l'éducation
(<http://panoramix.uqss.quebec.ca/menu/>).

Les entreprises privées québécoises ont d'ailleurs profité de la tribune d'Inet 96 pour manifester leur intérêt pour le projet de branchement scolaire. Vidétron s'est engagée à établir un fonds de 3M\$ pour l'élaboration de contenus. Bell investira pour soutenir le développement des contenus éducatifs et Cogeco offrira un certain nombre de liens gratuits aux écoles. Tandis que Québec Téléphone ne facturera pas les frais d'interurbain aux écoles situées sur son territoire.

L'évangélisation par l'éducation

Il semble que l'intégration des NTIC dans le système scolaire devient une condition indispensable pour développer les compétences technologiques qu'exigera la "nouvelle société de l'information" (38). Malgré les constats critiques de plusieurs intervenants présentés à Inet-96 et aux États généraux sur l'éducation (39), le Ministère de l'Éducation investit massivement pour la transformation rapide de l'environnement scolaire. Il tente dès maintenant de favoriser le développement d'une culture scientifique et technologique, sans même avoir évalué l'impact de ces changements sur l'apprentissage.

Au Québec, le mouvement pour l'informatisation du réseau scolaire est déjà enclenché et semble irréversible. En effet, les salles de classe des écoles de la province se transforment graduellement. Le tableau noir et la craie sont progressivement remplacés par l'écran et les transparents. Petit à petit, les portables apparaissent sur les pupitres des étudiants. Certains locaux sont transformés en parcs d'ordinateurs et plusieurs sont connectés à Internet.

S'inscrivant au nombre des initiatives conjointes des gouvernements et de l'industrie, les ateliers d'Inet 96 spécialement consacrés au réseautage des écoles avaient pour but de contribuer à la transformation du réseau et à l'adaptation des enseignants. Les titres d'ateliers étaient très révélateurs des préoccupations des intervenants du milieu: "L'internet dans la salle de classe: questions et perspectives"; "L'accès à

l'Internet en classe, qui établira le branchement ?"; "Modification des modèles éducatifs"; "Les élèves participants au processus d'apprentissage".

Deborah Gross, du Ministère de l'Éducation, qui parrainait ces ateliers s'est réjouie de la participation de quelques trois cent cinquante enseignants. Consciente qu'il ne s'agit pas uniquement d'informatiser le réseau scolaire et de relever les compétences des enseignants, Mme Goss a terminé sa présentation en soulevant la question des contenus:

"(...) nous avons le filage, maintenant, il nous manque le courant".

▲ La ferveur des élus

Le gouvernement canadien a promis de relier par Internet les 23 000 écoles, universités, collèges et bibliothèques publics du pays d'ici 1998. Il recommande que les collections des bibliothèques et des institutions culturelles de Canada soient numérisées le plus tôt possible. Il insiste sur la formation "désuète" des formateurs et propose un "recyclage" en fonction du nouvel environnement technologique. Des investissements majeurs en recherche et développement ainsi que la création de matériel et d'outils de navigation et d'éducation en français sont également au programme.

Le Fond de l'autoroute de l'information contribuera pour sa part à la mise en place de contenus pédagogiques et didactiques. Le Secrétariat de l'autoroute de l'information espère créer un serveur, qui serait une véritable plaque tournante de l'information à caractère éducatif. Parallèlement, le gouvernement prévoit de moderniser la formation des futurs enseignants, de concert avec les universités. Un budget de 2M\$ a donc été débloqué afin d'équiper les facultés de sciences de l'éducation avec le matériel informatique et les logiciels nécessaires.

Le Ministère de l'Éducation québécois cherche également à s'adapter rapidement aux NTIC pour

répondre aux besoins de la "nouvelle société de l'information". La ministre de l'Éducation, Pauline Marois, a d'ailleurs profité de la tenue d'Inet 96 pour dévoiler le plan d'intervention du ministère sur l'utilisation des NTIC à l'école. Des investissements de l'ordre de 318M\$ sont prévus pour assurer le branchement du réseau scolaire québécois d'ici 1997. Ce plan d'action permettra d'intensifier le recours des écoles primaires et secondaires du Québec à l'informatique, à la télématique et aux autres technologiques de pointe.

▲ "Ite, missa est"*

À plusieurs égards, la conférence Inet 96 ressemblait aux grandes célébrations qui ponctuent l'histoire religieuse. L'aménagement des lieux, le decorum ainsi que le ton des communications, rappelaient l'ambiance de la messe des jours sacrés. Mais, au delà de l'événement, l'observation des stratégies mises en avant par l'ensemble des intervenants pour l'implantation et le développement d'Internet dans nos sociétés occidentales, permet de découvrir des similitudes entre les mouvements d'informatisation et d'évangélisation. Dans un cas, comme dans l'autre, il s'agit de faire reconnaître une croyance commune et de véhiculer la promesse d'un "monde meilleur".

Les résolutions prises à Inet 96, par rapport à la langue et aux préoccupations sociales, témoignent du désir oecuménique d'Internet Society de rassembler les différentes "confessions" et de faire croître la "pratique de l'Internet" à l'ensemble de la planète. Tout comme les évêques de Vatican II, les grands prêtres d'Internet ont décidé en juin dernier, d'abandonner la langue ésotérique et de se rapprocher des préoccupations de la population. À l'instar des membres du Conseil mondial des églises, les gouvernements et les entreprises joignent désormais leurs efforts pour soutenir symboliquement et économiquement l'implantation d'Internet dans les secteurs de la santé, de la politique et de l'éducation.

Cette mise en perspective du caractère "religieux" d'Inet 96 peut sembler exacerbée mais les discours à saveur messianique largement médiatisés lors de

cette conférence ont des répercussions particulières en cette fin de siècle. En effet, la vision d'un monde sans barrière linguistique, économique, politique ou territoriale se rapproche du désir de rassembler tous les peuples sous une même égide et séduit d'emblée bon nombre d'acteurs sociaux. Cette vision représente, en fait, la trame de fond du discours dominant dans l'ensemble des pays industrialisés et la pierre d'assise sur laquelle la "nouvelle société de l'information" érige son église.

En marge de ces discours dithyrambiques, nos avocats du diable ont dénoncé les propos épicuriens des acteurs politiques et économiques qui font la promotion de la nouvelle société en clamant l'urgence de l'informatisation sociale. Derrière les considérations philosophiques et pragmatiques de ces intervenants, se profile la critique des idéologies technologique et marchande. En fait, ces interventions démontrent que la contribution d'Internet au développement d'un "monde meilleur" repose beaucoup plus sur les stratégies des acteurs sociaux que sur les qualités intrinsèques de la technologie, et que "les pouvoirs salvateurs" qu'on attribue à Internet serviraient en fait les intérêts de l'économie de marché.

Tout comme les missionnaires jadis, les acteurs sociaux investissent le secteur stratégique de l'éducation pour implanter, développer et reproduire les valeurs de la nouvelle société de l'information. L'entrée d'Internet dans le réseau scolaire représente pour les gouvernements, un projet mobilisateur qui stimule l'économie du pays et offre aux entreprises une opportunité d'accéder directement à un tout nouveau et très lucratif marché. En effet, l'école devient non seulement un lieu de prédilection pour l'expérimentation sociale des nouveaux produits, mais permet également la création d'un bassin de nouveaux consommateurs qui sont automatiquement intégrés et participent au processus d'informatisation sociale en cours.

Au fur et à mesure qu'ils s'approprient la technologie, les acteurs sociaux du monde de l'éducation acquièrent des habilités et deviennent des joueurs indispensables au sein du mouvement d'informatisation. Dans un tel contexte, leurs stratégies revêtent une importance considérable et le développement des usages et des contenus scolaires

deviennent des indicateurs précieux afin de mieux appréhender, dans les années à venir, le rôle effectif des NTIC au sein de la société.



▲ Glossaire

***Apotropaïque**: Se dit d'un objet, d'une formule visant à détourner les influences maléfiques.

***Canoniales**: Cérémonies de la messe, depuis la préface jusqu'à la communion.

***Cène**: Dernier repas de Jesus Christ avec ses apôtres.

***Chérubins**: Anges ailés.

***Concile oecuménique**: Conseil mondial des églises, qui se réunit périodiquement pour faire avancer le mouvement oecuménique. Ce dernier cherche à rassembler les diverses confessions religieuses.

***Eucharistie**: Communion dans la religion chrétienne.

***Homélie**: Prédication faite au cours de la messe.

***Intercessions**: Action visant à intervenir pour une autre personne.

***"Ite, missa est"**: Allez, la messe est dite.

***Kyrie**: Invocation que fait l'officiant pendant la messe.

***Litanie**: Prière liturgique où toutes les invocations sont suivies d'une formule brève récitée et chantée par les assistants; répétition.

***Nef**: Partie comprise entre le portail et le chœur d'une église.

***Oracles**: Volonté de Dieu annoncée par les prophètes.

***Oraisons**: Prières liturgiques prononcées pendant la messe.

***Prélats**: Hauts dignitaires ecclésiastiques.

***Sacerdoce**: Dignité et fonction du prêtre dans toutes les religions.

***Sacristains**: Celui qui est préposé à l'entretien de la sacristie et à l'église.

***Vèpres**: Partie de l'office divin.



Copyright © [COMMposite v97.1](#) - 1997 - Tous droits réservés.

Le Japon et "la société de l'information"

[Résumé](#)[Sommaire](#)[BIO](#)par [Éric George](#)

Étudiant en doctorat en communication - Université du Québec à Montréal
Copyright © Éric George - 1997 - Tous droits réservés.



▲Résumé

Le Japon présente une caractéristique particulièrement intéressante. Il est le seul pays de culture non-occidentale parmi les sept plus riches du monde. En conséquence, l'étude des aspects économico-sociaux du développement des technologies de l'information et de la communication (TIC) est particulièrement révélatrice.

Elle permet tout d'abord de constater que la déréglementation à la japonaise en matière de télécommunications est plus stratégiquement orchestrée par les pouvoirs publics qu'elle ne l'est dans les pays occidentaux. Dans le cas du Japon, derrière l'emploi d'un concept commun aux autres pays les plus riches, se profile en fait une politique sans véritable rupture avec le passé. Au Japon, le concept de déréglementation va plutôt de pair avec pragmatisme, alors qu'aux États-Unis, notamment, il va plutôt de pair avec idéologie.

Et puis, phénomène particulièrement intéressant, le développement de l'Internet au Japon commence en période de mutation importante de la société. Celle-ci remettant en cause au moins partiellement la solidarité à la japonaise, il est possible de poser comme hypothèse que l'Internet va transformer la société vers une moindre rigidité, et une plus grande décentralisation, suivant le paradigme du réseau. En tenant néanmoins compte du fait que la société japonaise a toujours possédé des réseaux d'information traditionnels fort efficaces, ce qui pourrait contribuer à freiner le développement des applications des TIC.

[Abstract](#) | [Resumen](#)

Descripteurs : déréglementation, fibre optique, Japon, néo-libéralisme, multimédia, société, télécommunications.



▲Sommaire

[Introduction](#)[La déréglementation à la japonaise](#)[NTT, figure emblématique](#)[Une autre façon de concevoir la déréglementation ?](#)[Les Japonais et les autoroutes de l'information](#)[Le Japon et l'Internet](#)[La société japonaise en mutation](#)[Une autre façon d'intégrer les NTIC ?](#)[Conclusion](#)

▲ Introduction

Au Japon, la réforme des télécommunications d'avril 1985 a marqué le début de la concurrence dans ce secteur. Depuis, le marché est devenu très actif et a connu une expansion rapide. Ces dernières années, la dynamique a été entretenue grâce à la déréglementation de la téléphonie mobile et en 1996, le démantèlement de Nippon Telegraph and Telephone Public Corporation (NTT), ancien acteur monopolistique et encore premier opérateur de télécommunications au monde en termes de capitalisation boursière a été discuté.; Enfin, dans un avenir rapproché, on peut raisonnablement penser que la croissance économique du secteur continuera grâce au développement du marché de la câblodistribution encore à l'état embryonnaire jusqu'en 1996.

Phénomène intéressant, cette dynamique en matière de supports d'information a été de pair avec un discours de plus en plus présent consacré à l'avènement de la société de l'information [1](#).

Les propos tenus par le vice-président américain Al Gore le 11 janvier 1993 devant l'Académie de télévision des États-Unis à Los Angeles, sont généralement considérés comme le coup d'envoi de la forte médiatisation de la fameuse société de l'information. Devant un parterre d'industriels de l'audiovisuel, des télécommunications et des nouvelles technologies, Al Gore a annoncé le lancement d'un programme baptisé "autoroutes de l'information" [2](#) qui a rappelé celui que le Président John F. Kennedy avait mis en place au début des années 60 pour conquérir l'espace. Seule en fait la frontière a changé depuis. On retrouve la même volonté de développer un secteur dynamique en termes de croissance économique et, si possible, d'emplois, autrement dit, un moyen de contribuer au renouveau du système de l'économie de marché concurrentielle.

Depuis cette déclaration, les autres pays membres du G7 [3](#) ont tous multiplié les discours, voire les premières expériences reliées à l'autoroute de l'information. La plupart du temps, les propos ont été très proches de ceux tenus aux États-Unis. Cela a notamment été le cas au sein de la Commission de l'Union européenne à Bruxelles avec le rapport Bangemann [4](#) qui a constitué un véritable hymne au libéralisme et à la technologie.

Dans les pays occidentaux, la société de l'information promise par les futurologues [5](#) a d'ailleurs souvent une saveur idéologique libérale, voire ultralibérale, la circulation parfaite de l'information permettant enfin à la "main invisible du marché" chère à Adam Smith [6](#) de réduire le rôle de l'État au strict minimum, autrement dit à ses fonctions régaliennes en matière de défense, de justice et de police.

Le Japon suit-il la même dynamique économique et culturelle que l'Occident (et principalement les États-Unis) en matière de nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) ? Comment la société japonaise va-t-elle réagir à toutes ces nouvelles technologies de l'information et de la communication venues d'ailleurs ?

Nous nous proposons d'apporter quelques éléments de réponse dans cet article. Dans un premier temps, nous verrons que la politique de déréglementation made in Japan possède certaines caractéristiques fort originales par rapport à ce que nous observons dans les pays les plus riches en Occident. Dans un deuxième temps, nous verrons que la société japonaise développera peut-être un modèle de société de l'information différent de celui de l'Occident.

Enfin, précisons que cet article a été rédigé à partir d'un travail plus vaste effectué pour le Groupe de recherches sur les industries culturelles et l'informatisation sociale (GRICIS) [7](#) sur les enjeux de la déréglementation des télécommunications au Japon.

Pour effectuer cette recherche, nous avons choisi de nous intéresser à la documentation sur papier en la matière mais nous avons également effectué une recherche documentaire à partir des ressources de l'Internet.

En effet, nous étions intéressés à trouver des éléments de réflexion qui soient les plus récents possible et en conséquence, l'utilisation du World Wide Web [8](#) a été d'une aide précieuse.

Notons d'ailleurs à l'occasion que, sans l'utilisation de l'Internet, le travail aurait été partiellement différent. Même si les enseignements que nous tirons de nos recherches ne sont pas réductibles aux faits récents étudiés, il n'en reste pas moins que nous avons trouvé très positif de pouvoir réfléchir à partir d'une actualité

particulièrement récente [9](#).

▲La déréglementation à la japonaise

Créée en 1952, la société Nippon Telegraph and Telephone Public Corporation (NTT) a été pendant longtemps le seul opérateur responsable des télécommunications internes au Japon, la Kokusai Denshin Denwa Company (KDD) tenant le même rôle en matière de télécommunications internationales.

L'existence d'un monopole public était justifié pour les raisons suivantes :

- le développement des télécommunications devait accompagner le développement économique en adaptant les infrastructures des télécommunications aux besoins créés par le "décollage" de l'économie. En effet, la croissance économique est favorisée par les développements des télécommunications,
- le développement des télécommunications devait permettre l'appel automatique et direct dans tout le Japon; afin de proposer à chaque citoyen un service universel, ce qui nécessitait d'importants investissements.

Résultat, en 1978, chaque personne en ayant effectué la demande bénéficiait au moins d'une ligne téléphonique et l'appel automatique et direct dans tout le pays était possible l'année suivante.

Commencée il y a dix ans, la déréglementation progressive des différents segments des télécommunications (communications nationales, régionales, internationales, par satellite, téléphonie cellulaire, micro-cellulaire, télémessagerie, etc.) a contribué à faire exploser le marché de l'offre. Ainsi, fin janvier 1996, 123 transporteurs de type I [10](#) et 2.805 de type II [11](#) étaient recensés.

Néanmoins, malgré cette multiplication des offreurs de services, le poids de NTT est demeuré considérable. Ainsi, sur le marché des communications entre les préfectures, NTT a gardé une part de marché élevée, celle-ci ne chutant que de 98,5% à 91,9% entre 1989 et 1993. La concurrence a surtout eu un impact dans l'axe Tokyo-Nagoya-Osaka, les new common carriers (NCC) [12](#) assurant désormais plus de la moitié des appels téléphoniques, leur part étant passée de 39% en 1989 à 54,4% en 1993 [13](#).

▲NTT, figure emblématique

En conséquence, le Ministère des Postes et des Télécommunications a mené une réflexion sur l'avenir du géant NTT accusé par ses concurrents de fausser la compétition. Comme cela était prévu, les auteurs du rapport ont considéré que la taille de NTT posait problème pour l'existence d'une véritable concurrence dans le secteur des télécommunications :

"il est plus que probable que le monopole s'effectue au détriment d'une rivalité juste et efficace. Les opérateurs monopolistiques ont tendance à manquer de stimulant pour diminuer les coûts et améliorer les services" [14](#).

Dans la version anglaise, les expressions : "providing lower rates and diverse services", "promote fair and effective competition" reviennent sans cesse. L'atmosphère du rapport est donc plutôt proche des thèses libérales américaines. L'administration des États-Unis n'a t-elle d'ailleurs pas elle-même demandé le démantèlement de NTT ?

Concrètement, les auteurs du rapport concluent à la nécessité de diviser NTT en trois compagnies dont l'une serait consacrée aux communications de longue distance et les deux autres compagnies, aux communications régionales.

La première devra être complètement privatisée et devra pouvoir pénétrer le marché des communications internationales et d'autres marchés tels que les services aux entreprises et les communications régionales. Elle devra absorber les actuelles parts de NTT Data Communications Systems Corp., NTT Mobile Communications Network Inc. et NTT Personal Communications Networks.

Les deux compagnies régionales devront être traitées spécifiquement. Néanmoins, in fine, elles seront complètement privatisées en fonction de la situation de la compétition du marché régional des communications. Comme il est possible que ces deux sociétés profitent de leur monopole dans leur aire opérationnelle respective, l'entrée dans les segments des communications à longue distance, des communications

internationales et d'affaires sera restreinte pour le moment.
La réorganisation est programmée pour l'année fiscale 1998 [15](#).

▲ Une autre façon de concevoir la déréglementation ?

Malgré ce parfum permanent de "laisser-faire, laisser-aller", une lecture attentive permet de constater que le rôle de l'État reste important. Ainsi, l'approche libérale est peu présente quand il s'agit d'aborder la question délicate du contenu. Le rapport insiste plutôt sur la nécessité de protéger les consommateurs vis-à-vis de certains contenus multimédias, notamment en ce qui a trait à l'Internet et à la variété, discutée, de son contenu.

Le gouvernement ne voit donc nullement son rôle réduit à un simple statut d'arbitre. Il devrait :

- promouvoir activement la déréglementation de façon à créer un dynamisme dans l'industrie de "l'info-communication" et de façon à achever la "seconde réforme de "l'info-communication", en tenant compte des changements des conditions socio-économiques et des innovations technologiques fortes ;
- prendre des mesures afin d'assurer l'interconnexion entre les différents réseaux (ce qui comprend l'imposition de celle-ci, la fixation des systèmes tarifaires, la prise en considération des systèmes et des standards, la définition des exigences techniques requises etc) ;
- exécuter la restructuration de NTT (le gouvernement devrait préparer les mesures législatives nécessaires et commencer immédiatement à entreprendre les études, incluant la préparation du plan de réorganisation, afin de restructurer NTT pendant l'année financière 1998) ;
- exécuter d'autres mesures politiques telles que promouvoir la rationalisation; assurer le service universel; encourager la R&D (recherche et développement); rehausser la sécurité; assister la construction de l'infrastructure; promouvoir une administration qui tienne compte des bénéfices des consommateurs et; développer de nouvelles formes d'administration [16](#).

Les pouvoirs publics se voient donc confier un rôle d'agencement et d'encadrement considérable. Il ne s'agit aucunement d'un "laisser-faire" général. L'importance de ce rôle indique bien que l'idéologie libérale est considérablement adaptée par les Japonais.

D'ailleurs, il ne faut pas se leurrer :

"Certaines personnes croient que la dérégulation conduite est une tentative de retour au "laisser-faire" du capitalisme, mais elles se trompent complètement. Le débat sur la dérégulation concerne uniquement les relations à envisager entre le gouvernement et l'industrie" [17](#).

Comme nous le prouve le "dossier NTT", la déréglementation à la japonaise est ainsi beaucoup plus stratégiquement orchestrée par les pouvoirs publics qu'elle ne l'est aux États-Unis. Le terme même de déréglementation peut être sujet à plusieurs interprétations et dans le cas du Japon, derrière l'emploi d'un concept commun aux autres pays les plus riches - mais tous occidentaux - se profile en fait une politique sans véritable rupture avec le passé.

Il s'avère qu'au Japon, les changements sont moins la résultante d'une contestation que d'un effort organisé d'adaptation. L'opposition entre "État" et "marché" est ici fortement atténuée par la recherche de synergies. Certes, des conceptions différentes s'affrontent mais elles doivent être interprétées en termes de luttes d'influence (voir les oppositions, fort anciennes, entre le MITI -Ministry of International Trade and Industry- et le MPT) plutôt que de conflits idéologiques marqués.

La déréglementation à la japonaise est donc vécue davantage comme une étape de l'histoire économique du pays que dans la perspective, largement répandue à Washington (et de plus, en plus, par contamination, à Bruxelles et dans bon nombre de pays européens), d'une supériorité intrinsèque, universelle et intemporelle de la concurrence généralisée.

Il serait donc malvenu de faire un parallèle entre les politiques menées en Occident, à commencer par les États-Unis, et les politiques menées au Japon. Le Japon ne suit visiblement pas la même logique économique que

l'Occident en matière de nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC).
Qu'en est-il de la dynamique culturelle ?

▲ Les Japonais et les autoroutes de l'information

Alors que le Japon bénéficie d'une image de marque dans les produits high-tech, en matière d'applications, l'accent est presque toujours mis sur son retard par rapport aux États-Unis et sur les apports considérables de la nouvelle société émergente [18](#).

"L'impact du discours d'Al Gore a été considérable au Japon. Le Japonais moyen considérait le multimédia comme quelque chose de vague et de lointain dans le temps, mais cette chose a soudainement commencé à prendre forme" [19](#).

Le multimédia, nous dit-on, va changer radicalement notre façon de vivre, de communiquer et d'interagir ... Les enthousiastes disent que chaque habitant du Japon pourra faire ses courses et s'occuper de ses transactions bancaires de son domicile, aura accès à tous types d'informations disponibles sur les bases de données à travers le pays, pourra télécharger une vaste variété de programmes télévisés interactifs et de logiciels de jeux, envoyer et recevoir du courrier électronique, et se brancher sur les colossales ressources de l'autoroute de l'information mondiale [20](#).

Force est en effet de constater que malgré le dynamisme du secteur des télécommunications - secteur-clé de développement des supports de la société de l'information - le Japon a accumulé du retard par rapport aux États-Unis, la référence en la matière. Il en est ainsi dans le cas de l'Internet - le plus grand réseau informatique du monde - réseau particulièrement intéressant puisqu'il s'agit de la première concrétisation à échelle internationale en matière d'autoroute de l'information interactive.

▲ Le Japon et l'Internet

En 1993, le pourcentage de foyers disposant d'un Personal Computer (PC) au Japon restait de beaucoup inférieur à ce qu'il était aux États-Unis : 13,9% des foyers étaient équipés contre 30,5% aux États-Unis. Par rapport à cette question, le Japon se trouve confronté à un autre problème que la pénétration des ordinateurs individuels dans les foyers [21](#) : la très grande variété de formats d'ordinateurs empêche la standardisation des systèmes multimédia, notamment quand il s'agit de relier des ordinateurs entre eux. Koichi Akao, expert en multimédia, espère que :

"les firmes privées vont joindre leurs efforts pour trouver des standards communs. J'espère que l'on aboutira à un standard de terminal à domicile. Je crois que les compagnies au Japon, en Amérique et en Europe devraient coopérer à développer une technologie de base dans l'intérêt du public" [22](#).

Jusqu'en 1993, seul un nombre limité de chercheurs et d'ingénieurs étaient reliés à l'Internet. Or, depuis plusieurs années, industriels et universitaires militaient pour une plus grande démocratisation de l'accès au "réseau des réseaux". C'est en 1993 que l'accès à l'Internet a été possible en dehors des utilisateurs de la sphère scientifique. Pour la première fois, des opérateurs privés, hors du monde de la recherche, ont eu le droit de vendre des connexions.

Depuis cette année-là, le nombre d'abonnés aux deux plus grands réseaux, PC-Van (réseau NEC) et Nifty-Serve (réseau Fujitsu), est en régulière augmentation. Rapidement, l'utilisation de l'Internet sera donc plus importante en dehors de la sphère académique qu'à l'intérieur, plus de 50 compagnies proposant des connexions Internet sur des bases commerciales depuis 1995.

Au total, le nombre de sociétés proposant des services disponibles sur l'Internet, c'est-à-dire possédant un nom de domaine [23](#), a plus que doublé entre mars 1993 et janvier 1995 pour atteindre 1800. Le nombre

d'ordinateurs hôtes directement connectés au réseau Internet - de serveurs dédiés à l'Internet autrement dit - double tous les douze mois, à la même vitesse que dans le reste du monde, selon Izumi Aizu, chercheur au Centre des communications globales (GLOCOM) [24](#).

Comme ailleurs de par le monde, les deux applications les plus prisées de l'Internet sont le courrier électronique et le Web avec son interface graphique qui en fait une base de données unifiée. Il est possible également de constater que la langue anglaise, dominante sur l'Internet, ne constitue pas, au Japon, un frein au développement du "réseau des réseaux". Simplement, les Japonais communiquent entre eux en ... japonais. Quant à savoir si, pour les communications internationales, les Japonais seraient désavantagés [25](#), Izumi Aizu pense que non car les Japonais ont bien relevé le défi de comprendre l'anglais lors de l'occupation du sol national par l'armée américaine après la Seconde Guerre mondiale.

▲La société japonaise en mutation

Phénomène particulièrement intéressant, le développement de l'inforoute au Japon commence en période de mutation importante de la société.

Le travail a toujours été une valeur dominante de la société japonaise, créatrice, avec la famille, d'un lien social extrêmement fort. Le style de vie japonais tire ses origines de deux valeurs ancestrales. La première est l'éthique du travail bien fait, déjà prépondérante avant l'ère Meiji (1868-1912), qui veut que l'on s'applique à sa tâche. C'est la résultante de l'influence héritée du confucianisme selon lequel "travail égale bien, profit, difficulté" alors que "loisir égale mal, perte, facilité". S'est greffée à cette valeur ancienne celle de l'idéologie de l'assiduité, largement inspirée par la politique d'éducation centralisée et nationaliste, menée par la Restauration de Meiji jusqu'en 1945.

Ainsi, en 1912, le Ministère de l'Éducation imposa le chant suivant dans les écoles : "(on doit) s'appliquer dans son travail sans épargner sa peine ; le soir, après le travail supplémentaire de nuit, on doit se consacrer à la lecture ou à la calligraphie ; apprenez sans cesse et sans détourner la tête de vos livres". Le labeur se trouvait ainsi sacralisé. D'autant plus que les Japonais travaillaient très souvent dans la même entreprise pendant toute leur vie. Quand il ne se mariaient pas avec une "consoeur" de la même entreprise, selon leurs positions hiérarchiques respectives [26](#).

Or, la tradition est actuellement, au moins partiellement, remise en cause. La nouvelle génération, celle de Shinjin-rui (nouveaux jeunes) ou des cigales (Kiri-Girisu) est composée des jeunes salariés de moins de 25 ans aux aspirations multiples, qui témoignent de peu de fidélité à leur entreprise, refusant catégoriquement de faire des heures supplémentaires, et qui remettent en cause la "normalisation" de la société japonaise. Le nombre de salariés qui accordent autant d'importance au loisir qu'au travail a augmenté, surtout chez les jeunes qui ont fait des études supérieures. Ainsi, en 1992, une enquête du Bureau du Premier ministre indiquait que 48,7% des Japonais interrogés étaient mécontents de leur temps de loisir, soit un peu plus que les 46,9%, satisfaits de leur situation. Les "plutôt satisfaits" du partage actuel travail-loisir correspondaient aux individus âgés de 40 ans et plus, alors que les moins de 40 ans souhaitaient avoir plus de loisirs [27](#).

▲Une autre façon d'intégrer les NTIC ?

Dans le cadre de cette mutation sociétale, qui remet en cause au moins partiellement la solidarité à la japonaise, Izumi Aizu estime que l'Internet "ouvre (...) la possibilité de changer le Japon en une société moins rigide, plus décentralisée, suivant le paradigme du réseau" [28](#). Selon son collègue, Shumei Kumon [29](#), nous sommes maintenant au coeur de la troisième révolution industrielle, marquée par la mise à disposition du consommateur de l'information à un prix plus faible que jamais auparavant [30](#). L'Internet constitue d'ailleurs une première ébauche de cette mise à disposition du public d'informations à des coûts très peu élevés.

Pour Shumei Kumon, au Japon, ce sont les Internautes qui "peuvent créer une demande pour des services de

télécommunications à large échelle, qui constituera un pont entre les usages professionnels et au domicile" [31](#).

Les Japonais reprennent donc à leur compte un discours largement positiviste en matière de NTIC, discours fort dominant en Occident et surtout aux États-Unis, discours qui vise à encourager le dynamisme du secteur. L'ensemble des partenaires, notamment les administrations publiques et les agents de secteurs comme l'éducation et la santé, sont invités à amorcer la demande en matière de nouveaux biens et services multimédiatiques de façon à favoriser le lancement de nouvelles entreprises dans ce secteur. En cas de réussite, cet entraînement réciproque de l'offre et de la demande est appelé "le cercle vertueux de l'économie". Mais ce raisonnement à dominante économique ne doit pas faire oublier l'importance des comportements des consommateurs japonais. Shumei Kumon remarque, fort justement, qu'aujourd'hui peu de peuples et de régions possédant des cultures qui diffèrent de la culture occidentale sont devenus membres de la famille des pays les plus riches, avant d'ajouter :

"même s'il est désirable que les régimes politiques et économiques soient harmonisés à un certain degré pour faciliter l'interaction, la liberté de chaque société en accord avec ses propres situations et sa propre histoire pour maintenir et développer de tels systèmes et des pratiques culturelles doit être respectée" [32](#).

D'autres analystes sont sceptiques quant à l'assise culturelle réelle de tous ces projets multimédiatiques. Selon Yoshio Tsukio, professeur à la Faculté des Sciences à l'Université de Tokyo :

"Des idées, nous en avons. Ce dont nous manquons, comme le rapport Nora-Minc le soulignait justement, c'est la volonté sociale. Le secteur privé japonais est plus que capable de développer lui-même les industries de l'information et des télécommunications. Ce dont nous avons besoin de la part du gouvernement est la volonté sociale pour projeter le Japon dans le prochain siècle" [33](#).

Plus radicaux sont ceux qui pensent que derrière l'engouement actuel, on peut se poser la question de l'intérêt de l'Internet dans une société qui a toujours possédé des réseaux d'information que l'on peut qualifier de naturels et fort efficaces.

Dans une certaine mesure chantre de l'individualisme, l'Internet est à l'opposé des traditions de convivialité culturelle japonaise en matière de communication. Ainsi, ceux qui mettent en avant - souvent des acteurs américains - les avantages qu'apporte l'Internet à la prise de décision des entreprises, par exemple, oublient quelques facteurs psycho-culturels : on voit mal en effet comment le système de décision éminemment consensuel qui prévaut dans toute entreprise japonaise pourrait s'accommoder d'un mode si personnalisé [34](#).

Par ailleurs, l'Internet tend à relativiser la notion de hiérarchie. Ainsi, les adresses électroniques renseignent rarement sur les positions des interlocuteurs au sein de leur organisme. Les forums de discussion sont très souvent animés par des personnes s'intéressant aux mêmes sujets mais aux positions sociales très différentes les unes des autres. Les termes mêmes des échanges tendent à être différents de ce qu'ils sont dans la "vie réelle". En conséquence, l'interrogation de Miyagawa Shigeru, professeur au Massachusetts Institute of Technology (MIT), est particulièrement pertinente :

"Je me demande comment et avec quel succès la société nipponne, dont la base est la collectivité, va adopter la notion de networking. D'une certaine façon, cette dernière est aux antipodes de la société japonaise, strictement hiérarchique, et où la circulation de l'information est dictée par cette hiérarchie" [35](#).

D'autres facteurs peuvent jouer à l'inverse en faveur de l'Internet. Les Japonais étant parmi les travailleurs des pays les plus riches les plus présents sur leur lieu de travail [36](#), ils éprouvent des difficultés à pouvoir répondre à des communications téléphoniques lors de leurs nombreuses heures de présence au bureau. Ils pourraient considérer de ce fait très positivement la possibilité d'échanger des messages électroniques. La discrétion fait partie des atouts de ce mode de communication.

Le dynamisme entraîné par la déréglementation mène-t-il à l'avènement de la société de l'information promise aux États-Unis tant par les Démocrates, à commencer par le vice-président Al Gore, que par les Républicains, à commencer par le leader de la Chambre des représentants, Newt Gingrich ?

Dans un premier temps, nous avons constaté que le concept de déréglementation n'avait pas le même sens au Japon, où il va plutôt de pair avec pragmatisme, qu'aux États-Unis, où il va plutôt de pair avec idéologie. Ainsi, la privatisation de NTT a été votée en 1984 par les autorités législatives japonaises mais, douze ans après, aucune décision ferme n'a été prise quant à son statut définitif, ce qui montre que le temps doit être appréhendé différemment dans les deux cas et ce qui contribue à prouver que la politique libérale favorable à la déréglementation du secteur doit donc y être envisagée avec un autre regard.

Cette "déréglementation à la japonaise" des télécommunications, qui favorise l'émergence de nouveaux biens et services multimédias, a lieu au moment où la société est en mutation. Les anciennes solidarités sociales, notamment la famille et le travail, sont en phase de redéfinition. Les rapports intergénérationnels sont moins forts qu'auparavant. Les enfants essaient d'être indépendants, en commençant, par exemple, par quitter le domicile parental plus tôt.

Le travail est également une valeur dont la cote est en baisse. Bien sûr, le travail à vie dans la même entreprise existe toujours, mais bon nombre de jeunes y voient désormais une contrainte alors que leurs aînés y voyaient un gage de stabilité ³⁷. Bien sûr, la plupart des cadres japonais continuent la pratique du karaoké avec les collègues à la fin de leur longue journée de travail et partent en week-end, toujours avec les collègues - et la famille -, jouer au golf à la campagne. Mais certains d'entre eux rechignent désormais à ces traditions. Ils commencent à se tourner vers un mode de vie à l'occidental, plus individualiste. Cette tendance est d'ailleurs favorisée par l'augmentation des voyages à l'étranger, très longtemps négligeable.

Le développement de ce qui est communément appelé "la société de l'information" s'inscrit dans cette mutation de la société. En conséquence, il sera fort intéressant de savoir si l'ensemble de ces nouveaux biens et services seront récupérés et intégrés - ou abandonnés - en fonction de la culture traditionnelle japonaise. Ou bien, si une certaine fascination des jeunes pour l'Occident contribuera à faire pénétrer les biens et services multimédia sur le marché plus "à l'occidentale". De la réponse à cette question dépendront certaines des conséquences à moyen terme de la politique menée par les pouvoirs publics japonais en matière d'autoroutes de l'information. Au-delà des pistes que nous avons esquissées, il est difficile d'en savoir plus dès maintenant.

Pour qu'il y ait de véritables usages sociaux, il est nécessaire qu'une technologie soit suffisamment implantée, ce qui entraîne une récurrence quotidienne et généralisée d'utilisations. Au Japon, ce n'est évidemment pas le cas, ni pour l'Internet, ni pour d'autres applications multimédias.

Mais il est possible dès lors d'affirmer que, tout en développant des discours et des expérimentations apparemment proches de ceux des Américains, les Japonais ne suivent ni la même dynamique économique, ni la même dynamique culturelle en matière de NTIC. Ceci devrait faire méditer les chantres de l'idéologie libérale et du déterminisme technologique.



▲ Ressources japonaises sur le Web (sélection)

A noter : ces liens ont été "explorés" en avril 1997. Toute modification ultérieure des coordonnées est indépendante de notre volonté. Par ailleurs, lorsque deux dates ont été mentionnées, cela signifie qu'en premier lieu, il s'agit de la date de mise à disposition de l'information sur l'Internet et qu'en second lieu, il s'agit de la date de téléchargement du fichier. Quand il n'y a qu'une date, il s'agit de celle du téléchargement.

- Center for Global Communications (GLOCOM)

Le GLOCOM étudie l'impact global des NTIC selon des approches économiques, sociales, et technologiques.
<http://www.glocom.ac.jp/>

- INFORUM Project

Inforum est un projet du GLOCOM qui a pour objet de fournir de l'information de qualité sur les technologies d'information produites ou utilisées au Japon.

<http://ifrm.glocom.ac.jp/>

- Project for Global Information Issues

Le "Project for Global Information Issues" est un projet du GLOCOM affilié à l'IUJ (International University of Japan). Sa mission est de collecter et d'analyser l'information concernant les politiques publiques, le droit, les institutions sociales et les pratiques culturelles qui se développent parallèlement aux des NTIC.

<http://ifrm.glocom.ac.jp/gii/hp.html>

- Information Technology and Communications Policy Forum of Japan

Groupe d'études qui a pour objectif de guider les recherches des chercheurs et des décideurs tout en offrant des propositions d'un point de vue indépendant. Il se penche entre autres sur les politiques publiques en matière de NTIC au Japon.

<http://ifrm.glocom.ac.jp/ifrm/abt.html#ipf>

- Ministry of International Trade and Industry (MITI)

Sur le site du GLOCOM, le MITI rend disponible un certain nombre de ses documents.

"Program for Advanced Information Infrastructure", mai 1994. <http://www.glocom.ac.jp/NEWS/MITI-doc.html#100%20>

- Ministry of Posts and Telecommunications (MPT)

La présentation du Ministère des Postes et des Télécommunications

<http://www.mpt.go.jp/>

- Les nouvelles du MPT

<http://www.mpt.go.jp/whatsnew/index-e.html>

- Les "White Papers" et les "Reports of Telecommunications Council"

<http://www.mpt.go.jp/policyreports/english/papers/index-e.html>

- Le "Report on the "Status of Nippon Telegraph and Telephone Corporation"

<http://www.mpt.go.jp/policyreports/english/telecouncil/NTT/Council-NTTs.html>

- NTT

Nippon Telegraph and Telephone Corporation, Tokyo, Japan.

La plus grande entreprise de télécommunication au monde

<http://www.ntt.co.jp/index.html>

- Plus généralement, l'URL suivante donne accès à un certain nombre de serveurs japonais

<http://www.ntt.co.jp/SQUARE/www-in-JP.html>



▲ Notes

- 1- Nous ne discuterons pas la pertinence de ce terme, mais parler de "société de l'information" signifie pour nous avant tout parler d'une société où de plus en plus de métiers sont liés aux échanges de signes. Sans entrer dans le débat moderne/post-moderne, nous estimons que la "société de l'information" constitue d'abord un nouveau mode de développement du système de l'économie de marché concurrentielle.
- 2- Ce terme nous semble contestable, ne serait-ce que parce qu'il aurait tendance à faire croire, dans une visée universalisante, qu'il n'y a que des autoroutes et pas de "chemins de campagne". Or, la réalité est bien différente. En matière d'accès à l'information - par exemple aux ressources du World Wide Web sur l'Internet - les "tuyaux" empruntés sont très variés allant de la liaison téléphonique la plus encombrée jusqu'à la fibre optique la plus performante.
- 3- Le G7 regroupe les sept pays les plus industrialisés, à savoir dans l'ordre alphabétique, l'Allemagne, le Canada, les États-Unis, la France, la Grande-Bretagne, l'Italie et le Japon.
- 4- Le rapport dit Bangemann porte le nom du Commissaire européen à la direction de la DG XIII (Délégation Générale chargée des télécommunications). Le titre officiel du rapport est le suivant : "L'Europe et la société de l'information planétaire. Recommandations au Conseil européen".
- 5- Nous faisons ici notamment référence aux gourous américains dont George Gilder ("Y a-t-il une vie après la télé ?", éditions Dagorno, Paris, 1994) et Alvin Toffler ("Les nouveaux pouvoirs", éditions Denoël, Paris, 1993).
- 6- Adam Smith est considéré comme le fondateur de la science économique. Ses recherches ont notamment abouti à la construction d'un modèle économique, qualifié de classique. Dans ce modèle, la société est considérée comme un agrégat de consommateurs et de producteurs qui s'échangent des biens et des services dans le cadre d'un lieu, baptisé marché. L'égalisation entre l'offre et la demande de biens et de services s'effectue grâce à la flexibilité des prix.
- 7- Laboratoire rattaché à l'Université du Québec à Montréal (UQAM).
- 8- Appelé couramment le Web (W3 en abrégé) ou Toile d'araignée mondiale en français (TAM).
- 9- Lançons l'idée que la possibilité pour des chercheurs d'intégrer l'information la plus récente dans leurs réflexions pourrait permettre à ceux-ci de combler une partie du fossé subsistant entre les sphères professionnelle et universitaire, qui obéissent encore pour l'instant à des temps différents.
- 10- Les transporteurs de Type I sont des entreprises de télécommunications qui offrent des services grâce à leurs propres circuits. Les transporteurs de Type II sont des entreprises de télécommunications autres que les entreprises de type I. Les services offerts peuvent comprendre des services de base comme le téléphone et la télécopie et être fournis au moyen de circuits loués auprès des transporteurs de type I.
- 11- Ces chiffres sont issus des documents suivants : Ministry of Posts and Telecommunications, "White Paper, Communications in Japan, Communications in Japan 1995 (Summary), adresse électronique Web (URL) <http://www.mpt.go.jp/White-Paper/CommunicationsInJapan1995/contents.html>, mars 1996.
- 12- Les NCC - Dai Ni Den Den, Japan Telecom et Teleway Japan - sont les concurrents de NTT sur les appels interurbains à l'intérieur du Japon.
- 13- Japon Télécom, revue de l'Ambassade de France au Japon, Tokyo, numéro 5, septembre-octobre-novembre-décembre 1994.
- 14- Ministry of Posts and Telecommunications - Telecommunications Council, Special Subcommittee on the Status of NTT, "Report on the "Status of Nippon Telegraph and Telephone Corporation", chapitre 3 : "The

Outline of Second Reform of Info-Communications", mars 1996, adresse électronique Web (URL) : <http://www.mpt.go.jp/Council/summary3.html>, mars 1996.

[15](#)- D'après le MPT, "Report on the "Status of Nippon Telegraph and Telephone Corporation", Chapitre 4 : "The Status of NTT", mars 1996, adresse électronique Web (URL) : <http://www.mpt.go.jp/Council/summary4.html>, mars 1996.

[16](#)- Ministry of Posts and Telecommunications - Telecommunications Council, Special Subcommittee on the Status of NTT, "Report on the "Status of Nippon Telegraph and Telephone Corporation", Chapitre 6 : "Role of government", mars 1996, adresse électronique Web (URL) : <http://www.mpt.go.jp/Council/summary6.html>, mars 1996.

[17](#)- Tsutura Toshimasa, "End of the Road for a Regulatory Tradition", in Economic Eye, Tokyo, automne 1994, page 19.

[18](#)- Ce retard par rapport aux États-Unis est d'ailleurs un diagnostic largement répandu dans d'autres pays comme le Canada, la France, l'Allemagne et les autres pays membres de l'Union européenne.

[19](#)- Ieo Iwasaki, "Multimedia in Japan Today and Tomorrow", in Journal of Japanese Trade and Industry, Tokyo, numéro 1, 1995, page 39.

[20](#)- "Plugging into Multimedia", in Focus Japan, Tokyo, volume 21, numéros 7-8, juillet-août 1994, page 1.

[21](#)- Les ordinateurs devraient être les principaux supports multimédias interactifs dans les années à venir au Japon car le secteur des télécommunications est très dynamique. En revanche, il est fort improbable que les téléviseurs deviennent rapidement des supports multimédias interactifs notamment à cause du très faible développement de la câblodistribution. Ceci explique pourquoi nous n'avons pas abordé ce dernier point dans notre article.

[22](#)- "Plugging into Multimedia", in Focus Japan, Tokyo, volume 21, numéros 7-8, juillet-août 1994, page 3.

[23](#)- Un nom de domaine est ...

[24](#)- structure fondée conjointement par le MITI et le MPT rattachée à l'Université internationale du Japon. Aizu Izumi, "Cultural Impact on Network Evolution in Japan: Emergence of Netizens", adresse électronique Web (URL) : <http://www.glocom.ac.jp/Publications/Aizu/nete&c.html>, décembre 1995.

[25](#)- N'étant pas une langue à alphabet, le japonais est plus éloigné de l'anglais que le français ou l'allemand.

[26](#)- Sur l'ensemble des sujets abordés ci-dessus, lire Hippo Yasuyuki, Japon : la réduction du temps de travail, une révolution culturelle inachevée, in Futuribles, Paris, numéros 165-166, mai-juin 1992, pages 111 à 128.

[27](#)- Sur ces données, lire Ambassade de France au Japon, service culturel, Les loisirs au Japon, documentation à usage interne, Tokyo, 1992.

[28](#)- Aizu Izumi, "Cultural Impact on Network Evolution in Japan: Emergence of Netizens", adresse électronique Web (URL) : <http://www.glocom.ac.jp/Publications/Aizu/nete&c.html>, décembre 1995.

[29](#)- Kumon Shumei, "A Japanese Perspective on the Significance of the Information Revolution", 27 décembre 1995, Adresse électronique Web (URL) : <http://www.glocom.ac.jp/Publications/Kumon/GII2.html>, février 1996.

[30](#)- Izumi Aizu et Shumei Kumon, tous deux chercheurs au GLOCOM sont considérés comme les figures emblématiques du développement de la cyberculture au Japon (selon Rheingold Howard, "Les communautés virtuelles", adresse électronique Web (URL) : <http://www.well.com/user/hlr/vcbook/index.html>, décembre 1995.

[31](#)- Kumon Shumei, "A Japanese Perspective on the Significance of the Information Revolution", 27 décembre 1995, Adresse électronique Web (URL) : <http://www.glocom.ac.jp/Publications/Kumon/GII2.html>, février 1996.

[32](#)- Kumon Shumei, "A Japanese Perspective on the Significance of the Information Revolution", 27 décembre 1995, Adresse électronique Web (URL) : <http://www.glocom.ac.jp/Publications/Kumon/GII2.html>, février 1996.

[33](#)- Tsukio Yoshio, "Down The Information Super-Highway", in Look Japan, janvier 1995, volume 40, numéro 466, page 16.

[34](#)- Arnaud Régis, "Multimédia : Internet au Japon", in Japon-Télécom, Tokyo, numéro 6, janvier-mars 1995.

[35](#)- Extrait de Shigeru Miyagawa, professeur au Massachusetts Institute of Technology (MIT) dans Lessart Dany, L'Internet, nouveau vaisseau noir ?, in Japon Télécom, Tokyo, numéro 8, juillet-août-septembre 1995, page 12.

[36](#)- Ceci ne signifie pas pour autant qu'ils travaillent plus. La productivité du cadre japonais est considérée comme de 20% environ plus faible que celle de son homologue occidental d'après les syndicats du pays (George Eric, Vidal Geneviève, Le nouveau marché des loisirs : formations et emplois, rapport pour le Ministère de la Jeunesse et des Sports, Paris, 1994)

[37](#)- Les entreprises y trouvent aussi leur compte car la diminution du "travail à vie" favorise une augmentation de la flexibilité du travail.



Copyright © [COMMposite v97.1](#) - 1997 - Tous droits réservés.

The Simpsons ou la délinquance domestiquée

[Résumé](#)[Sommaire](#)[BIO](#)par [Mario Beaulac](#)

Étudiant à la maîtrise en communication - Université du Québec à Montréal
Copyright © Mario Beaulac - 1997 - Tous droits réservés.



▲ Résumé

Énorme succès dans le genre "à risque" du dessin animé télévisé de *prime time*, *The Simpsons* n'en propose pas moins une vision caustique de la vie de banlieue nord-américaine. Même si le jeune Bart Simpson est la figure de proue de la série, comme en témoigne son image soigneusement entretenue d'anarchiste impubère, une analyse de contenu révèle que ses excès subversifs sont soigneusement contre-balançés par la velléité du père, la détermination de la mère et le moralisme de sa soeur Lisa. Le plus fort de la charge satirique se déplace ainsi vers les frasques nihilistes d'Itchy & Scratchy et une critique truculente de l'environnement médiatique.

[Abstract](#) | [Resumen](#)

Descripteurs : télévision, dessin animé, satire, États-Unis, analyse de contenu.



▲ Sommaire

[The Simpsons ou la délinquance domestiquée](#)
[Le dessin animé télévisuel et le public adulte](#)
[L'univers des Simpsons](#)
[La socialisation parentale](#)
[L'univers de Bart: Anatomie d'un anarchiste impubère](#)
[Qu'est-ce qui amuse Bart?](#)
[Une délinquance relative](#)
[L'anti-Bart et l'utopie Itchy & Scratchy](#)
[Bart vs Lisa ou le miroir réformateur](#)
[Une révolte naine](#)

[Annexe A /Corpus des épisodes analysés](#)
[Annexe B /The Itchy & Scratchy Show](#)

[Bibliographie](#)

Mise en garde:

la présente analyse date de l'automne 1992. Les épisodes subséquents de la série, susceptibles d'invalider

certaines des observations livrées ici, n'ont par conséquent pas été considérés.



▲ *The Simpsons* ou la délinquance domestiquée

La série télévisée *The Simpsons* constitue un fascinant objet d'analyse pour qui garde l'oeil rivé sur les productions mass médiatiques remportant la faveur populaire. Bien qu'il s'agisse d'une série en dessins animés, genre généralement peu apte à remporter la faveur soutenue du public aux heures de grande écoute (*prime time*), *The Simpsons* recueille un auditoire large et fidèle. Les adultes trouvent de quoi se mettre sous la dent par le biais d'une satire savamment dosée, qui donne à la série une allure joyeusement subversive.

Mais cette subversion existe-t-elle réellement? Et si oui, où réside-t-elle au sein de la série et quelle en est la nature? Prises au sens large, ces questions trouveraient difficilement réponses dans le cadre limité du présent travail d'analyse. Toutefois, en concentrant notre attention sur le personnage incarnant plus que tout autre le volet "subversif" de la série, il est possible de dégager certains mécanismes internes qui créent cette impression de subversion. Ce personnage de "révolutionnaire" n'est nul autre que le jeune Bart Simpson, figure de proue du marchandisage simpsonesque et objet privilégié de l'attention médiatique accordée à la série, initialement du moins.

Avant d'entrer dans le vif du sujet, il apparaît opportun de recontextualiser brièvement l'apparition de *The Simpsons* en tant que série animée diffusée en *prime time* (condition non négligeable de son succès actuel), ainsi que la stratégie qui l'a suscitée en premier lieu. Il devient alors possible de distinguer la part novatrice de la série des traits qu'elle emprunte aux séries pionnières qui l'ont précédée.

▲ Le dessin animé télévisuel et le public adulte

La première série animée expressément créée pour la télévision, *Crusader Rabbit* (1949), s'adressait a priori à un public enfantin. Elle se frottait aux cartoons issus des studios hollywoodiens, qui occupaient jusqu'alors le petit écran. Comme le fonds des studios avait été télédiffusé à maintes reprises, *Crusader Rabbit* répondait à une demande sans cesse croissante pour des produits animés télévisuels.

À l'été 1956, le *CBS Cartoon Theatre*, animé par Dick Van Dyke, devint la première série diffusée en *prime time* à inclure de l'animation. Entre 1958 et 1963, les studios Hanna-Barbera produisirent une enfilade de séries qui imposèrent la formule de l'émission d'une demi-heure entièrement animée: ce furent *Huckleberry Hound*, *Quick Draw McGraw*, *Yogi Bear* et enfin la plus célèbre, *The Flintstones*.

Cette dernière fut diffusée initialement au réseau ABC de 20h30 à 21h00 (de septembre 1960 à sept. 1963), puis de 19h30 à 20h00 (de sept. 1963 à sept. 1966). La série déménagea ensuite chez NBC, qui la programma en matinée. *The Flintstones* reprenait à son compte la formule du *sitcom*, ou "comédie de situation", s'inspirant largement des *Honeymooners*, grand succès de l'humour télévisuel américain des années cinquante. L'émission était également tributaire des courts métrages animés produits pour le cinéma par la Warner à cette même époque: *The Honey Mousers* (1956, Robert McKimson), dont la cible parodique est explicite, mais aussi *The Mouse That Jack Built* (1959, Robert McKimson) auquel Jack Benny prêta sa voix et son physique. Ce procédé, qui associe la voix d'une personnalité du spectacle à sa caricature animée, servit également la série *The Flintstones* dans laquelle Ann-Margret et Tony Curtis prêtèrent leur voix à leur homologue dessiné. L'idée sera réutilisée abondamment dans *The Simpsons*.

Malgré l'attrait notable des *Flintstones* sur les adultes, la série atteignait un public encore largement dominé par les adolescents et les moins de douze ans. Les soupçons des responsables de la programmation, selon lesquels l'animation se destinait d'abord à un public enfantin ou au mieux juvénile, se voyaient ainsi confirmés. En dépit de cette réserve, onze séries tentèrent de s'imposer en *prime time* de 1960 à 1966. Quatre seulement réussirent à tenir plus d'une saison; huit d'entre elles durent être reprogrammées en matinée (1).

Ainsi s'explique sans doute la réticence des réseaux à programmer des séries animées hors du carcan lucratif des samedis matin destinés aux seuls enfants. De même, cette situation rend compréhensible l'instauration graduelle de la série *The Simpsons* par la Fox Broadcasting Corporation (réseau diffusant sur le câble et rejoignant environ 80% de foyers américains). D'abord rodée sous forme de courts segments interrompant une émission humoristique en prises de vues réelles, *The Tracey Ullman Show*, la série s'amorce pleinement en janvier 1990, avec la diffusion d'une première saison de 13 demi-heures hebdomadaires. Le succès est immédiat et énorme. La retransmission des épisodes au Canada ne tarde pas, tant en version originale qu'en version québécoise.

Outre les éléments de contexte familial légués par les *sitcoms* et les caricatures animées sonores dont l'histoire remonte aux années trente, les Simpson s'approprient le legs, jusqu'alors sous-exploité en animation télé, des magazines américains parodiques, voire satiriques, se situant plus ou moins dans la lignée de *Mad* (créé en 1952): *Cracked*, *Crazy* et *Sick* pour les plus jeunes, *Help* et le *National Lampoon* pour les autres. Parfois corrosifs dans le traitement qu'ils accordaient à la culture télévisuelle, ces magazines combinaient souvent un regard critique sur les motivations cachées de la société de consommation avec une habileté mimétique redoutable, empruntant à l'objet critiqué ses codes communicationnels pour mieux en miner les significations. *The Simpsons* systématise cette approche dans son traitement de la réalité médiatique entourant ses protagonistes.

La présente analyse s'appuie sur l'examen détaillé d'un corpus de dix épisodes de la série, en version originale américaine (dont le résumé constitue l'annexe A : [Corpus des épisodes analysés](#) de ce document), ainsi que d'un onzième épisode dont la thématique sous-jacente est approfondie en troisième partie ([L'anti-Bart et l'utopie Itchy & Scratchy](#)). De plus, une vingtaine d'autres épisodes originaux ou traduits ont été visionnés; certains éléments de cette mine "simpsonienne" se sont ajoutés aux détails déjà prélevés dans le corpus proprement dit. Les références directes à des épisodes du corpus, entre parenthèses par exemple: (é5), renvoient en hyperlien à leur place dans l'annexe A.

▲ L'univers des Simpson

Les Simpson, famille nucléaire nouveau genre, gravite autour de l'atome paternel incarné par Homer J. Simpson, âgé de 35 ans. Parfait working class zero, avec sa ceinture de gras et sa calvitie précoce, Homer apparaît comme un mélange de voisin gonflable et d'employé dégonflé. Modèle de l'employé aliéné, Homer revient du travail pour se raccorder au cordon ombilical de sa télé, se gavant de junk food tout en abandonnant ce qui lui reste de cervelle aux séductions des commerciaux. Si jamais ses deux belles-soeurs passent chez lui pour y projeter leurs diapositives de voyage, il ira prendre un pot chez son copain Moe, propriétaire de la taverne locale.

Aux côtés d'Homer, nous trouvons Marge, avec sa toison bleue distinctive, féministe résignée à une vie de famille banlieusarde, mais néanmoins heureuse avec sa marmaille colorée et son abruti de mari. Signalons au passage qu'Homer et Marge se sont mariés quand celle-ci était enceinte. Nous pouvons ainsi constater les changements dans les mœurs qui séparent les Simpson des Flintstone: la fille des Flintstone, Pebbles, est née durant la troisième saison de la série (après un battage considérable). Fred et Wilma étaient alors mariés depuis belle lurette.

Quant aux enfants des Simpson, ils sont au nombre de trois: Bart, 10 ans, sur lequel nous reviendrons longuement; Lisa, 8 ans, dont la personnalité sera examinée en relation avec celle de l'aîné; enfin Maggie, âgée d'un an environ, perpétuellement occupée à triturer une suce et dont le rôle actif est généralement marginal.

L'action se déroule à Springfield (2), ville-dortoir américaine par excellence, dont la centrale nucléaire (en désuétude) est le coeur industriel. Les thèmes qui animent la série s'inspirent de la suite d'obligations et de loisirs familiaux que suppose une telle structure urbaine: un barbecue entre voisins, les fêtes d'anniversaires (é2 et é5,) les fêtes de Noël et de l'Halloween, les événements quotidiens à domicile, à l'école ou sur les lieux de travail, les visites à la maison de retraités, les courses au dépanneur...

L'élément déclencheur de la machine narrative est souvent un changement dans le statut social d'un personnage survenant à la suite d'une chance ou d'un effort volontaire. Quelques exemples:

- le voisin, Ned Flanders, se lance dans le commerce (é1);
- Homer devient, par la plus bête des chances, le héros de l'usine (é2);
- la taverne de Moe devient le lieu à la mode, où beaucoup d'argent se dépense (é4);
- Bart obtient une place de barman dans le tripot favori de la pègre locale (é6);
- les rôles habituels de Bart et de Lisa sont inversés (é7);
- Otto, le chauffeur de l'autobus scolaire, se fait retirer le permis qu'il n'a jamais eu (!) (é9);
- Marge obtient un rôle dans une comédie musicale (é10).

Parmi les autres événements susceptibles de déclencher l'action: un accident ou la menace d'un accident, réel ou imaginé (séquences oniriques fréquentes) ou encore une brouille entre deux personnages (é2, é4 et é8).

Dans le déroulement de ces incidents, une constante: la médiatisation des événements, surtout par le biais de la télévision et de la presse écrite (3). En plus de remplir une fonction satirique propre au format usuel de la série, ce procédé ajoute une dimension de "crédibilité environnementale" au milieu dans lequel évoluent les personnages, la présence des médias étant devenue une donnée essentielle de la vie de l'Américain moyen vivant dans une zone urbaine.

Parmi les personnalités et les supports qui entretiennent cette médiatisation: Krusty the Klown, vedette de télévision et figure de proue d'un véritable empire de la bebelles; Kent Brockman, présentateur du journal télévisé Eye on Springfield; Troy McClure, l'éternel has been (ringard) du showbiz, qui anime tout ce que Springfield compte de galas et de vidéos éducatifs; the Springfield Shopper, la gazette locale. On peut aussi ajouter à cet univers médiatique de multiples éléments ponctuels: magazines divers, quotidien US of A Today, photos sur les murs, dictionnaire (é2), émission radiophonique religieuse (é3), céréales Jackie O's (free stretch pants inside)... La similitude de ces artefacts avec ceux que nous côtoyons dans la réalité intensifie la vraisemblance et donc la catharsis instiguée par les épisodes.

▲ La socialisation parentale

Un travail de dynamitage par la satire donc, qui accommode toutefois largement un tissu narratif ordonné à partir du petit théâtre familial et des tensions dynamiques émanant des positions complémentaires auxquelles se subordonnent les protagonistes.

Les potentialités de transgression inhérentes à ce monde fictionnel, où les abus médiatiques semblent légitimer toutes les audaces et rejeter tous les scrupules, ces potentialités sont tour à tour magnifiées puis neutralisées par le filtre parental. La menace délinquante de Bart se heurte au processus de normalisation sociale intégré et incarné par ses parents; elle est également "élimée" par son voisinage avec la déviance banalisée du père.

C'est que le père incarne le pôle mou de la normalisation, frisant lui-même de près des attitudes asociales plus ou moins affirmées. À de nombreuses reprises, il s'avère encore plus enfant que son fils; il fuit sans relâche les responsabilités et il réagit impulsivement à toute sollicitation publicitaire faisant appel à ses désirs souverains de paresse, de confort et de gourmandise. En fait, il personnifie à lui seul les sept péchés capitaux; il n'est pas rare qu'un épisode se boucle avec le rachat d'Homer pour compenser une action cupide commise en début de récit.

Le père fait preuve à l'égard du fils d'un laxisme confondant, le réprimandant d'abord pour ensuite laisser place à une indulgence nigaude. Il enrôle Bart dans une classe d'initiation aux arts martiaux (é1), puis omet de s'assurer qu'il n'escamote pas de leçons. Il convie Bart à regarder la télé avec lui, plutôt que de l'encourager à maîtriser son nouveau jouet, une coûteuse guitare électrique (é9). Nous verrons plus loin que lorsque le père assume pleinement la charge socialisante, le geste est suffisamment exceptionnel pour surgir durant un épisode atypique sur de nombreux points.

La mère, quant à elle, incarne le pôle dur de la normalisation vis-à-vis de Bart: elle fait sentir le poids de son

autorité morale dans bon nombre de situations où son fils est tenté par la délinquance. Si cette rectitude maternelle agace parfois Bart, il peut d'autre part compter sur Marge pour lui prodiguer réconfort et appui lorsqu'il se trouve découragé devant les aléas de l'existence.

Afin d'illustrer la dualité de cette relation entre la mère et le fils, quelques situations types:

- autorité morale: Marge désapprouve le fait que Bart soit barman et considère louche que ses patrons lui paient un bel habit neuf, soupçonnant des activités illégales (é6); elle cite la Bible pour convaincre Homer d'héberger Otto dans le garage, à la demande de Bart (é9); elle réagit mal (tout comme Lisa) à la mise en scène à laquelle doit se prêter Bart pour satisfaire leur avocat en cour, considérant que ce geste est malhonnête;
- appui moral: elle raccommode le lien entre Bart et son ami Milhouse en rencontrant la mère de ce dernier (é2); elle convainc un Bart sceptique que le micro offert par son père comme cadeau d'anniversaire est vraiment amusant (é5); elle recommande à Homer d'acheter la guitare électrique dont Bart a envie (é9).

Si la polarité père/mère se fait jour si nettement, opposant la velléité d'Homer à la détermination de Marge, c'est bien sûr parce qu'elle est mise en relief par les agissements de Bart, sa fougue délurée et son irrévérence à l'égard de l'autorité. Ils sont les tuteurs parfois maladroits d'un anarchiste aux rêves utopiques.

▲ L'univers de Bart: Anatomie d'un anarchiste impubère

Bart représente l'un des avatars contemporains de la longue lignée d'anarchistes juvéniles dessinés qui sévissent dans la culture populaire depuis le XIXe siècle, à commencer par le tandem Max und Moritz de Wilhelm Busch, suivi de filiations américaines allant du Buster Brown de R. F. Outcault (4), au début du siècle, au récent Calvin (Calvin & Hobbes) de Bill Watterson, dont la psychologie voisine sensiblement celle de Bart.

Bart assume donc les fonctions d'un archétype de rébellion juvénile, pour lequel la remise en question de l'ordre établi est une donnée intrinsèque (son nom lui-même est un anagramme de brat, soit gosse, gamin). L'éternel kid, en somme, dont la philosophie à rebrousse-poil va de soi. Mais les créateurs de la série vont plus loin encore et investissent Bart de traits qui flirtent avec les aboutissants politiques extrêmes de cette remise en question, comme pour imposer l'équation banale qui voudrait que toutes les espiègleries de l'enfance ne puissent porter à conséquence.

Ainsi, Bart fait preuve d'une joie manifeste quand le frère d'Homer lui remet une carte de membre à vie de la National Rifle Association, dont le lobby extrêmement influent lutte contre le contrôle de la vente des armes à feu. Bart est ravi de se voir confier la tâche de brigadier à l'école et s'y applique avec le zèle d'une chemise brune débridée; il s'imagine d'ailleurs dans la peau d'un policier lorsqu'il sera adulte. Une graine de fascisme couve donc sous la révolte; une attirance latente pour l'autorité, le pouvoir et leurs attributs, qui charge le personnage d'une ambiguïté malaisée.

Ambiguïté, parce que paradoxalement, Bart assume aussi le masque d'un anarchisme instinctif, qui guide toutefois plus souvent ses pensées que ses actions. Plutôt que de s'imaginer Bart partie prenante de la bande à Baader, par exemple, il conviendrait de voir en lui un Bakounine en culottes courtes, la conscience sociale en moins.

La pensée anarchiste de Bart s'exprime via les phrases qu'il doit copier sur le tableau noir, en guise de punition, durant le prélude aux épisodes. Quelques exemples:

- I Will Not Instigate Revolution [Je n'inciterai pas à la Révolution];
- I Will Not Sell School Property [Je ne vendrai pas la propriété de l'école];
- High explosives and school don't mix (é6) [Explosifs dangereux et école ne se mélangent pas];
- I Will Not Belch The National Anthem [Je ne roterai pas l'hymne national];
- I Will Not Make Flatulent Noises In Class [Je ne ferai pas de bruits de pets en classe].

Ces inscriptions au tableau, sous forme de manifeste subversif "en négatif", révèlent l'ampleur virtuelle des

frasques de Bart: en fait, il est contraint à renoncer d'entrée de jeu à ses impulsions les plus "extrêmes". Nous assistons rarement aux frasques qui méritent à Bart d'être retenu après la classe: les phrases qu'il copie semblent être des suggestions de scénarii insuffisantes, trop redoutables ou trop controversées pour faire l'objet d'épisodes entiers.

▲ Qu'est-ce qui amuse Bart?

Pour mieux comprendre les enthousiasmes de Bart, il convient de noter ses goûts et ses aspirations ainsi que les sphères d'intérêts où ils se situent; en voici un survol. ·

Divertissements:

- rigoler avec The Itchy & Scratchy Show;
- consommer tout ce qui concerne Krusty the Clown, de son émission de télé (Bart paie 8\$ pour voir son nom défiler à l'écran, durant une fraction de seconde, dans la liste répertoriant les anniversaires des amis de Krusty) ([é5](#)), à ses gadgets, ses céréales et ses hamburgers;
- s'amuser avec les jeux vidéo, par exemple Touch of Death (gore) et Larry the Looter (voleur skinhead);
- rire de sa soeur et de son amie avec son copain Milhouse ([é5](#)); - effectuer une visite dans une usine de chocolat (visite qu'il rate -- [é6](#));
- imaginer sa prof sous une forme extra-terrestre ([é7](#));
- se procurer un comic-book à 100\$ (Radioactive Man #1 -- il comprend en le voyant quelle est sa raison d'être sur Terre...);
- poser des questions embarrassantes (devant ses parents, à sa prof, à des personnalités).

· Activités physiques:

- pratiquer le head bashing -- collisions tête contre tête -- avec Milhouse durant un concert rock (son premier show rock -- [é9](#));
- se balader en planche à roulettes (pré-générique);
- enfiler le dentier du grand-père pour faire rire Lisa et s'accrocher par la bouche au ventilateur du plafond; faire fondre une figurine de plastique dans le micro-ondes, jouer l'air de Jingle Bells en piochant sur des sachets de moutarde; arracher le tapis du plancher... ([é11](#))

· Attitudes enviées aux adultes:

- jouer de la guitare électrique, comme Otto, le rocker cool qui conduit l'autobus scolaire et qui dessine aussi un projet de comic-book (Busman) dans ses temps libres;
- «fumer une cigarette, utiliser une fausse carte d'identité, me raser un blasphème sur la tête» («shave a swear word on my head » -- [é5](#));
- devenir une rock star décadente... «Wow...» ([é9](#))

Grosso modo, nous pouvons conclure que Bart poursuit avidement toute activité de divertissement qui implique peu d'efforts, l'activité physique se limitant chez lui au strict nécessaire. Bart n'est pas précisément un sportif (tel père tel fils!). Il cultive toutefois passionnément son imaginaire, dont les robots, les mutants et les extra-terrestres occupent une large part. Moins son attention est interpellée par des besoins pragmatiques, mieux il se porte. Et surtout, il a en horreur tout ce qu'il perçoit comme straight, square, commun et banal. Son credo pourrait être: Born to be cool, man!

▲ Une délinquance relative

La distanciation que prend Bart face à ce qu'il pressent comme "quétaine" ou dépassé, devient évidente lorsqu'il côtoie les personnages secondaires représentant, dans la série, la conformité la plus opaque. Les fils Flanders, gavés de religion à tire-larigot, paraissent bien blêmes vis-à-vis de l'esprit farouchement indépendant de Bart. Et Martin, ami occasionnel et de circonstance de Bart, soulève les bâillements des spectateurs lorsqu'il

occupe l'écran plus de deux secondes.

Dans la première ébauche conceptuelle des Simpson, le personnage de Bart s'apparentait davantage au modèle du jeune casse-pieds brillant, que l'éloquence et la curiosité insatiable rendent plus captivant que la moyenne des adultes gravitant autour de lui (5). Cette approche a été modifiée pour laisser de la place à des parents "moins-que-parfaits" et gagner de la sympathie pour Bart, malgré ses agaceries, puisqu'un cancre (*underachiever* 6) impertinent est plus susceptible d'emporter l'adhésion populaire qu'un prodige autosuffisant.

Bien qu'il se soit dévergondé au fil du temps, Bart est tout de même demeuré en deçà des bornes de la délinquance, du moins si on le compare à Jimbo, Kearny et Dolph, les trois vauriens qui usent de force pour dominer la cour de l'école et qui chapardent régulièrement au dépanneur. Tout au plus, Bart commettra-t-il occasionnellement l'écart de baisser son froc pour s'exhiber le postérieur, symbole international des iconoclastes railleurs.

Avant d'examiner avec plus de détails un épisode singulier, où les ravages devenus excessifs de Bart seront réprimés fermement, soulignons un dernier trait de caractère révélateur: l'attitude de Bart envers les femmes et la sexualité. Lorsque son ami Milhouse se fait une petite amie d'une nouvelle arrivée en classe (é8), Bart est furieusement jaloux. Non seulement est-il délaissé par son meilleur ami, mais il ne peut blairer les filles de son âge (lorsqu'il sera séduit à son tour, ce sera par une adolescente de quelques années son aînée). Un magazine rapportant les "propos" des Simpson lui attribue même la déclaration suivante: «I don't like girls. They don't like me.7»

Pourtant, Bart ne dédaigne pas de se rincer l'oeil avec des "T&A" aperçus à la télé (abréviation de tits and ass -- é4) et nous l'apercevons durant un pré-générique écrire au tableau «I Will Not Draw Naked Ladies In Class» (je ne dessinerai pas de femmes nues en classe). En somme, Bart ne peut souffrir "les filles" -- sa soeur Lisa et ses amies -- mais son intérêt devient quasiment lubrique quand il s'agit de femmes adultes. Par contre, s'il s'agit de la mécanique sexuelle proprement dite, telle qu'illustrée par des lapins dans un vidéo éducatif (é8), il devient soudain le puritain de service et déclare: «Grossier!»

▲ L'anti-Bart et l'utopie Itchy & Scratchy

Nous résumions plus tôt l'essence de Bart par la formule lapidaire «un anarchiste aux rêves utopiques». Il est temps ici d'explicitier la deuxième moitié de cet énoncé, en passant d'abord par le résumé et l'observation d'un épisode qui exacerbe puis contrecarre les tendances anarchistes de Bart et qui représente l'antithèse de la permissivité parentale bonasse coutumière. Nous débouchons sur une sorte d'anti-Bart, où la subversion et sa répression se jouent avec une virulence plus marquée.

Titre (d'après le tableau visible en pré-générique): I will not bury the new kid

C'est la soirée des parents à l'école. Marge et Homer confient les enfants au grand-père paternel. L'institutrice de Lisa complimente Homer sur sa fille, pendant que Marge subit la rancoeur de l'institutrice de Bart. Celle-ci lui recommande, ainsi qu'à Homer, de punir Bart lorsque celui-ci fait un mauvais coup (un montage parallèle permet au téléspectateur de constater que Bart fait justement des siennes au même moment). En arrivant à la maison, Marge tente de punir Bart pour les dégâts commis en leur absence mais Homer choisit plutôt de lui offrir un cadeau!

Bart continue ses élans vandales, qui sont de plus en plus salissants et qui ont de moins en moins de sens. Lorsqu'il néglige de surveiller Maggie, la plus jeune, Homer sévit et interdit à Bart d'aller à la première du Itchy & Scratchy Movie, annoncée avec un tapage publicitaire étourdissant. L'épisode se termine sur une note spéculative, avec Bart et Homer qui voient finalement le film ensemble, 40 ans plus tard...

Première caractéristique distinctive: l'épisode porte spécifiquement sur la déviance de Bart et sur l'ultime canonisation de ses héros favoris, Itchy la souris et Scratchy le chat, dans un long métrage dont le succès à Springfield excède de loin les chances réelles d'un tel film au box-office: il tient l'affiche durant un an tout en contenant 70% de matériel déjà vu à la télé!

Deuxième caractéristique: Homer et Marge estiment qu'en matant Bart sans tarder, un avenir prometteur l'attend comme juge à la Cour Suprême des États-Unis, espoir confirmé dans la séquence spéculative de la fin. Jamais la barre n'avait été mise si haute pour la future carrière de Bart, mais jamais non plus n'était-elle tombée si bas: dans le même épisode, Marge s'imagine avec horreur un Bart adulte devenu un danseur nu pitoyable.

Troisième caractéristique: Homer ne revient pas lâchement sur sa décision, bien qu'il sache combien le Itchy & Scratchy Movie compte dans la vie émotive et sociale de son fils.

Ce qui paraît avoir joué de façon décisive ici, c'est la totale gratuité des égarements de brise-fer de Bart. Ce comportement injustifié nous livre Bart à son plus nihiliste, à tel point qu'il nous semble n'être plus qu'un zombie destructeur, sans motivation apparente. La glorification parallèle de Itchy et Scratchy n'est pas accidentelle: nous nous trouvons devant une transmutation bidirectionnelle, dans laquelle Bart affecte grossièrement les attitudes de Itchy et Scratchy alors que ces derniers calquent, via leur long métrage, le succès que les Simpson obtiennent dans le monde réel. Le cartoon dans le dessin animé occulte momentanément la fiction qui l'a vu naître.

L'utopie Itchy et Scratchy, c'est le rêve inaccessible de Bart: obéir spontanément à toutes ses impulsions sans jamais avoir à en assumer les conséquences. Itchy et Scratchy, cartoon dans le cartoon, renforcent la "réalité" de Bart: leurs mésaventures sont si grotesques qu'elles confèrent aux Simpson la densité romanesque d'un Dostoïevski (8). Scratchy, brûlé/estropié/mutilé/mitraillé/décapité par Itchy, démontre par l'absurde la relative innocence de Bart, dont les diableries semblent bien modérées en comparaison. [Leurs apparitions se méritent l'annexe B: The Itchy & Scratchy Show.]

Ainsi, la série se dote d'un dispositif où la pulsion anarchique de Bart investit des personnages secondaires qui la contiennent et la réinvestissent au besoin. Quand vient le moment de montrer aux téléspectateurs combien les Simpson peuvent être "subversifs", Itchy et Scratchy reviennent faire un tour de piste pour pousser l'audace un peu plus loin, préservant de la sorte l'implication émotive savamment échafaudée autour de la famille.

En avant-dernière partie, nous focaliserons notre attention sur l'élément normalisateur le plus proche de la réalité juvénile vécue par Bart: sa soeur Lisa, modèle de vertu et de responsabilité, rôle qui n'exclut pas pour autant une complicité occasionnelle dans les astuces complotées par son fraternel.

▲ Bart vs Lisa ou le miroir réformateur

Lisa Simpson a si bien intégré le sens des responsabilités qu'elle peut se permettre de faire des remontrances à ses parents sur leur manque de civisme, de fierté ou d'autorité morale. D'une droiture finalement agaçante, Lisa occupe une niche parfaitement complémentaire à celle de Bart, tempérant ses excès et partageant fortuitement ses moqueries à l'égard des adultes. Leur grand point de ralliement: rire des pitreries de Itchy et Scratchy!

Dans cette escrime consanguine, la déviance et la socialisation se heurtent constamment. Bart menace Lisa avec le redoutable Touch of Death, toucher présumé mortel que Bart a improvisé à partir d'un jeu vidéo. Pendant que Bart se délecte des aventures atomiques de Radioactive Man, Lisa assouvit sa soif de lecture avec le Non Threatening Boys Magazine. Bart s'écorce les doigts à jouer (mal) de sa guitare électrique, alors que Lisa exécute des solos en virtuose sur son saxophone (rock vs jazz). Lisa sermonne Bart lorsqu'elle découvre qu'il se paie la tête des habitants de Springfield avec le mythe du misérable Timmy O'Toole tombé dans le puits.

La convention qui régit leurs agissements est si forte qu'il suffit d'une inversion de leur rôle pour qu'émerge un effet comique repoussoir. L'attitude cinglante de Bart, transférée à Lisa, l'intellectuelle de la famille, produit tout naturellement une Lisa Simpson hybride (é7). D'une sophistication caustique, celle-ci reprend tout naturellement la légendaire réplique de Marlon Brando dans The Wild One (1953, Laslo Benedek) film phare sur les délinquants juvéniles: à la question surannée du flic local, «What are you rebelling against? », le motard Brando répond, avec un cool imperturbable: «Whattaya got? »

Lisa vient donc tempérer, d'un angle opposé, les possibles excès de la "révolution bartienne", couvrant des bases que leurs parents ne soupçonnent pas toujours (agissements en catimini de Bart, à l'école ou ailleurs), pareille à une espionne parentale qui serait aussi un agent double. Elle agit comme un miroir réformateur, qui conserve l'essentiel du charme juvénile de Bart tout en lui substituant des traits plus volontiers entérinés par la société. Le côté "casse-pieds brillant" dont Bart était affublé à ses débuts a échoué sur les épaules de Lisa, qui complète l'arsenal des enfants face aux avanies adultes, le culot et la sagacité des jeunes l'emportant sur l'indigence des parents.

▲ Une révolte naine

Au terme de cet examen sommaire de la place et de la nature de la subversion dans la série The Simpsons, via le personnage de Bart et son univers, une courte synthèse est de mise. Oui, Bart commet bel et bien des transgressions au bon goût et à la morale bourgeoise; non, ces attaques ne représentent pas un travail de sappe cohérent et homogène. La machine narrative se sert des perturbations de Bart comme carburant pour avancer une conclusion morale, tout en se complaisant, chemin faisant, dans les affects humoristiques que provoquent les dites perturbations dans leur sillage.

Bart est la figure de proue d'une révolte naine; ses quatre cents coups introduisent ou se greffent à différentes situations, au traitement parodique ou satirique. C'est ce traitement particulier qui est le véritable véhicule d'une critique sociale sauvage. L'émission The Simpsons demeure tout aussi drôle et "subversive" sans la présence de Bart (il suffit de voir [l'épisode 4](#) pour s'en convaincre). Cependant, sans Bart, il ne s'agirait plus de la même entité fictionnelle, car The Simpsons est une série qui émane d'abord de la famille et de ses dynamiques internes; elle greffe ensuite à ce cadre un univers qui permet de mettre à jour les lubies de chacun. Les outrances médiatiques font les frais de la satire bien davantage que les activités familiales banlieusardes.

Bart devient provocant quand il frise des attitudes extrêmes, d'un pôle politique à l'autre, du fascisme à l'anarchie. C'est une astuce scénaristique que les auteurs de la série utilisent avec parcimonie, car cet extrémisme, s'il se cristallisait, pourrait entacher l'image publique de leur poulain aux oeufs d'or. Un responsable de la série affirmait d'ailleurs en entrevue que les Simpson ne pouvaient abriter de "mauvaises" pensées (9). Heureusement que les scénaristes, eux, le peuvent: nous pourrions ainsi continuer à rire des carnages de Itchy et Scratchy en songeant (comme Bart?) aux Simpson qui auraient pu être.

Il serait bien sûr possible d'examiner de plus près la critique des médias, qui occupe une bonne part du temps écran dans The Simpsons. De plus, un portrait vraiment exhaustif de Bart devrait tenir compte de son évolution depuis les sketches présentés durant The Tracey Ullman Show en passant par tous les épisodes subséquents. Ce matériel ne nous étant que partiellement disponible, nous osons espérer ne pas avoir présenté ici un portrait abusivement tronqué.

La place des Simpson dans la cosmologie du dessin animé télévisuel mériterait également une évaluation plus fouillée; nous avons voulu fournir, tout au plus, des éléments historiques auxquels rattacher des caractéristiques saillantes de la série. La longévité et le succès persistant de The Simpsons constituent une invitation à un travail d'envergure, qui mettrait plus exhaustivement à jour ses stratégies thématiques, narratives et formelles. Sans oublier le sort qui est réservé à la "subversion" dans l'ensemble de cet univers télévisuel particulier.



Merci!

À M. Philippe Sohet d'avoir permis la réalisation de ce travail dans le cadre d'un cours de baccalauréat.

À M. Daniel Legault, qui m'a fourni dans les pages de VO/Vie Ouvrière (no 240, jan.-fév. 1993) l'opportunité d'entamer une première approche de la série avec un biais de recherche sensiblement différent: la présentation d'Homer doit beaucoup à ce texte préalable.



▲ Notes

1. Signalons, parmi les mieux connues, The Bullwinkle Show (première saison de sept. 1961 à sept. 1962 à NBC, de 19h00 à 19h30) dont le revival par le biais des vidéocassettes ne tient pas qu'un peu au phénomène Simpsons, ainsi que The Famous Adventures of Mr. Magoo (d'abord diffusé de sept. à déc. 1964, entre 20h00 et 21h00 puis de jan. à août 1965, entre 20h30 et 21h30, toujours à NBC).
2. Incidemment, le même nom que porte la ville où se déroule Father Knows Best, archétype des sitcoms américains bien-pensants dont les Simpson prennent le contre-pied.
3. Quelques événements médiatisés remarquables au cours des épisodes: Homer devenu mascotte au base-ball, le canular Timmy O'Toole concocté par Bart ([é5](#)), le reportage télévisé sur le Itchy & Scratchy Movie ([é "anti-Bart"](#)) et la flambée de popularité du Flaming Moe ([é4](#)).
4. Héritage ou pure coïncidence: l'épiderme de Bart n'évoque-t-il pas étrangement le Yellow Kid (du même R. F. Outcault), personnage dont le vêtement était jaune? C'est le Yellow Kid qui a inspiré l'appellation de yellow journalism, forme de presse dont la descendance médiatique figure largement dans The Simpsons.
5. «Bart used to be a total egghead. [...] As he developed, Bart became more mischievous. » David Silverman, directeur de l'animation chez Klasky-Csupo, in Simpsons Illustrated, no 1, pp. 24-27.
6. Rappelons le slogan énoncé par Bart sur un t-shirt devenu célèbre: «Under-achiever and proud of it, man! »
7. In Rolling Stone, no 581, 28 juin 1990, p. 42.
8. Cette différence de réalité n'interdit pas aux Simpson de se jouer des conventions des dessins animés à leur tour: Lisa, en feuilletant un magazine, s'amuse d'une anecdote scientifique prédisant que l'humanité aura, dans l'avenir, cinq doigts plutôt que quatre! ([é8](#))
9. «They [les Simpson] never think evil thoughts. » Wes Archer, directeur de l'animation chez Klasky-Csupo, in Simpsons Illustrated, no 1, p. 30.



▲ Annexe A /Corpus des épisodes analysés

Les résumés sont précédés d'un titre provenant des phrases écrites au tableau par Bart durant l'animation de pré-générique.

Épisode 1/ Nobody likes sunburn slappers. Au cours d'un barbecue, Ned Flanders annonce qu'il lance son propre commerce, le Leftorium, une boutique pour gauchers. Homer souhaite qu'il se "casse la gueule" dans cette entreprise. Ainsi, chaque fois qu'il entend un gaucher implorer le ciel pour un instrument à sa mesure, Homer se tait... Flanders doit fermer boutique et se retrouve à la rue: Homer a des remords et parle du Leftorium à ses amis, qui remplissent la boutique le lendemain, renversant la vapeur pour le pauvre Flanders. <http://www.snpp.com/episodes/7F23.html>

Épisode 2/ I will not squeak chalk. Bart offre un cadeau d'anniversaire à Milhouse. Il apprend toutefois qu'il n'a pas été invité à la fête célébrée durant le week-end parce que la mère de Milhouse juge qu'il exerce sur lui une mauvaise influence. Bart est profondément déprimé. Une discussion entre Marge et madame Milhouse rétablit les relations: Bart apporte son B B Gun pour fêter les retrouvailles. Parallèlement: en mangeant un beignet devant sa console de sécurité à la centrale nucléaire, Homer couvre l'indicateur de danger et se retrouve avec une alerte rouge sur les bras. Il se sort de cette crise par un heureux hasard et il devient l'employé du mois. Sa gloire tourne en queue de poisson quand au cours d'une tournée au sein d'autres usines, il se retrouve dans la même situation et n'arrive pas à appuyer sur le bon bouton, révélant ainsi que son savoir-

faire est bidon.

<http://www.snpp.com/episodes/8F04.html>

Épisode 3 / I will finish what I sta-- . Bart est déçu que Krusty ne lui ait pas fait signe, après qu'il a contribué à prouver son innocence dans une affaire sordide (récit antérieur, mais non l'épisode 2). Krusty vient donc souper chez les Simpson pour plaire à son fan numéro un. À la fin de la soirée, il éclate en sanglots en évoquant son père rabbin qui ne veut plus rien savoir de lui. Après maintes tentatives, Bart et Lisa arrivent à réconcilier le père et le fils durant le show télé de ce dernier.

<http://www.snpp.com/episodes/8F05.html>

Épisode 4 / Underwear should be worn on the inside. Les enfants étant trop turbulents, Homer décide d'aller chez Moe. Il lui montre une recette de drink qu'il a inventée par hasard, recette que Moe s'approprie aussitôt («I call it the Flaming Moe »). Le drink devient un succès démesuré. Découragé devant la cupidité de Moe, Homer consulte un avocat qui lui affirme qu'il est impossible d'enregistrer une recette de boisson. Homer révèle la recette au grand jour pour se venger et l'empire Moe s'écroule; c'est le retour à la normale, sans rancune. [Pas de Itchy & Scratchy Show (I&S S); Bart est peu présent.]

<http://www.snpp.com/episodes/8F08.html>

Épisode 5/ I will not carve gods. Pour l'anniversaire de Bart, Homer achète par téléphone le Superstar Celebrity Microphone. D'abord déçu, Bart met ensuite à profit le micro pour réaliser une suite de coups pendables. Son chef d'oeuvre: il fait sortir sa voix d'un puits, grâce au micro, en prétendant qu'il est un certain Timmy O'Toole coincé au fond du puits. C'est l'hystérie collective. Démasqué par Lisa, Bart tente de récupérer son appareil radio au fond du puits et s'y retrouve prisonnier. Puisqu'il était responsable du canular, les autorités arrêtent les efforts de secours, laissant Bart au fond. Homer décide qu'il le sauvera lui-même; il est alors rejoint par plusieurs braves -- dont le chanteur pop Sting! Bart s'en sort secoué mais sain et sauf.

<http://www.snpp.com/episodes/8F11.html>

Épisode 6 / High explosives and school don't mix. La journée commence mal pour Bart, qui rate la visite à l'usine de chocolat. En sortant de l'école (où il était retenu par le directeur), il aboutit devant The Legitimate Businessman's Social Club. Les gangsters qui y crèchent l'adoptent comme barman, se servant de lui pour couvrir la contrebande de cigarettes. Lorsque le gang doit comparaître en cour, il accuse Bart de tous les délits. Bart est lavé de tout soupçon et l'épisode se termine sur une morale ironique.

<http://www.snpp.com/episodes/8F03.html>

Épisode 7 / I will not barf unless I'm sick. L'école élémentaire de Springfield administre un test d'orientation scolaire. Suite à une erreur mécanique, le test révèle que Lisa sera une femme au foyer et Bart, un officier de police. Lisa se rebiffe, préférant se voir comme musicienne de jazz. Bart se retrouve en auto-patrouille durant l'arrestation d'un malfrat; il devient membre honoraire de la police et le directeur de l'école l'utilise comme gardien de la paix et délateur. Entre-temps, Lisa adopte un comportement délinquant et chaparde toutes les copies des manuels des maîtres. Bart les découvre et décide pour couvrir sa soeur de s'accuser lui-même. [Pas de I&S S]

<http://www.snpp.com/episodes/8F15.html>

Épisode 8 / I will not snap bras. Milhouse montre à Bart son nouveau gadget, un Magic Eightball, qui répond aux questions qu'on lui pose. En l'interrogeant, ils découvrent qu'ils ne seront plus amis à la fin de la journée. La raison: Milhouse a le coup de foudre pour une nouvelle étudiante, Samantha, qui le lui rend bien. Délaisse, Bart décide de se venger en vendant la mèche au père de Samantha, qui décide de placer sa fille dans une école privée (administrée par des religieuses Canadiennes françaises!). Milhouse et Bart se réconcilient et rendent visite à Samantha.

<http://www.snpp.com/episodes/8F22.html>

Épisode 9 / I will not spin the turtle. Bart et Milhouse assistent au concert de Spinal Tap (le premier concert rock de Bart). Bart veut devenir rock star et ses parents lui achètent une guitare. Bart tente d'en jouer mais il se montre nul; Otto lui propose d'ajuster sa guitare et il se déchaîne avec un solo endiablé. En retard pour l'école, Otto conduit l'autobus scolaire à un train d'enfer. On lui retire ensuite son permis... qu'il n'a

jamais eu! Comme il se retrouve sur le pavé, Bart lui propose d'emménager dans le garage. Homer ne peut le tolérer et le rejette à la rue. Enragé et galvanisé, Otto obtient finalement son permis. [Pas de I&S S]

<http://www.snpp.com/episodes/8F21.html>

Épisode 10 / My name is not "Dr Death". Marge est de la distribution d'un remake musical amateur de A Streetcar Named Desire. Homer l'ignore lorsqu'elle tente de lui en parler. Elle se sert de sa frustration pour son interprétation de Blanche Dubois. Lors de la première, Homer se montre jaloux, voyant sa femme jouer sur scène avec un Ned Flanders au torse nu. Il tente de réparer les pots cassés avec Marge. Le tout se termine sur une note sentimentale. [Pas de I&S S]

<http://www.snpp.com/episodes/8F18.html>

Pour une liste complète des épisodes : <http://www.snpp.com/guides/ep.guide.html>



▲ Annexe B /The Itchy & Scratchy Show

O Solo Meow: au menu, un spaghetti aux boulettes explosives qui éclatent dans l'estomac de Scratchy (é1).

My dinner with Itchy: Scratchy boit un verre dans lequel Itchy a glissé un acide corrosif; un camion percute le chat lorsqu'il court dehors (é2).

Field of Screams: Itchy et Itchy junior (?) conduisent une moissonneuse-batteuse sur le dos de Scratchy. Ils se lancent ensuite sa tête au milieu des champs (é3).

Cat Splat Fever: une histoire sordide au fond d'un puits, dédiée au jeune Timmy O'Toole (é5).

The Sound of Silencers: le flic Itchy mitraille une rangée de chats gangsters dans une effusion d'hémoglobine ().

I'm Getting Buried In The Morning: Itchy se marie et attache la tête de Scratchy derrière la voiture pour le voyage de noces (parallèle avec la romance de Milhouse -- é8).

The Itchy & Scratchy Movie (é "anti-Bart").



▲ Bibliographie

Sur The Simpsons en particulier:

ELDER, Sean. 1989. «Is TV The Coolest Invention Ever Invented?», Mother Jones (décembre), pp. 28-31.

GROTH, Gary. 1991. «Matt Groening, an interview», The Comics Journal, no 141 (avril), pp. 78-95.

LLOYD, Robert. 1989. «Cartoon From Hell», American Film (octobre), p. 112.

PHILIPS, Adam (dir. publ.). 1991. Simpsons Illustrated, no 1 (printemps).

SVETKEY, Benjamin. 1990. «But Is It Bart?», Entertainment Weekly (27 juillet), pp.42-43.

WATERS, Harry F. 1990. «Family Feuds», Newsweek (23 avril), pp. 58-62.

ZEHME, Bill. 1990. «The Only Real People On T.V.», Rolling Stone (28 juin), pp. 40-47.

Sur le dessin animé et l'existence en général:

ADAMSON, Joe. 1975. Tex Avery: King Of Cartoons. New York: Popular Library.

ADAMSON, Joe. 1990. Bugs Bunny: fifty years and only one grey hare. New York: Henry Holt.

BRION, Patrick. 1984. Tex Avery. Paris: Chêne.

DAVIS, Erik. 1992. «Toon In, Turn On, Drop Out», Village Voice (17 novembre), pp. 55-59.

GORE, Christian. 1992. «Celling Out», Film Threat, no 7 (décembre), pp. 22-39.

GUÉRIN, Daniel. 1965. L'anarchisme. Paris: Gallimard.

HALAS, John et RIDER, David. 1976. La grande parade du dessin animé. Paris: Delville.

HENDRA, Tony. 1987. Going Too Far. New York: Doubleday.

JONES, Chuck. 1989. Chuck Amuck; The Life and Times of an Animated Cartoonist. New York: Farrar Straus Giroux.

MALTIN, Leonard. 1980. Of Mice And Magic; A History of American Animated Cartoons. New York: Plume.

SCHNEIDER, Steve. 1988. That's All Folks! The Art of Warner Bros. Animation. New York: Henry Holt.

THOMAS, Frank et JOHNSTON, Ollie. 1981. Disney Animation; The Illusion of Life. New York: Abbeville.

WOOLERY, George W. 1983. Animated Cartoon Series. Metuchen (N. J.): Scarecrow.



Copyright © [COMMposite v97.1](#) - 1997 - Tous droits réservés.

David Morley et la problématique de la réception

[Résumé](#)[Sommaire](#)[BIO](#)par [Florence Millerand](#)

Étudiante en doctorat en communication - Université de Montréal
Copyright © Florence Millerand - 1997 - Tous droits réservés.



▲Résumé

Ce texte a pour objectif l'examen des contributions théoriques de David Morley - chercheur britannique appartenant au courant des Cultural Studies - à la problématique de la réception des médias. Nés dans le contexte de l'introduction croissante des technologies au foyer, les travaux de Morley se situent en grande partie dans un courant de recherche sur les familles et la technologie. Quatre dimensions principales sont à l'étude: l'introduction de la notion de contexte domestique dans l'étude de la réception ; la conceptualisation de la télévision comme une technologie domestique ; le choix du ménage (household) comme unité d'analyse et la notion de dynamique familiale; l'orientation méthodologique des recherches vers une perspective ethnographique.

[Abstract](#) | [Resumen](#)

Descripteurs : réception, télévision, appropriation, technologie domestique.



▲Sommaire

1. [Introduction](#)
2. [Éléments de biographie intellectuelle](#)

[Cultural Studies](#)
[Les travaux de David Morley](#)
3. [Les positions théoriques de Morley - Discussion](#)

[The Nationwide Audience et le rapport texte/lecteur](#)
[La notion de contexte domestique et le rapport texte/lecteur](#)
[La Télévision comme technologie domestique](#)
[La dynamique familiale](#)
[Positions méthodologiques](#)

4. [Pistes de recherche et de réflexion](#)

▲1. Introduction

Les travaux de David Morley, chercheur britannique appartenant au courant des Cultural Studies, ont apporté considérablement au débat sur la réception qui émerge depuis les années quatre-vingt comme le phénomène majeur de la recherche sur la télévision. L'examen de l'ensemble des contributions théoriques de Morley à cette problématique devrait fournir quelques éléments intéressants au cadre théorique de notre thèse doctorale. Très brièvement, cette recherche a pour objet d'étude l'appropriation et l'acceptabilité d'un système interactif grand public à domicile, et vise à cerner les différentes modalités conditionnelles de l'acceptabilité d'une technologie "domestique" de communication.

La dimension privilégiée, liée au caractère proprement interactif de cette technologie, concerne la qualité de l'interface et relève du domaine de l'ergonomie cognitive. Une autre dimension réside dans ce qu'on pourrait regrouper sous le terme générique des "facteurs sociaux" et leur rôle dans l'adoption d'une innovation : le jeu des relations interpersonnelles entre les différents membres du foyer - interactions sociales -, le poids des habitudes consommatoires - habitus (Bourdieu) -, etc. Les travaux sur la réception et les auditoires qui se sont attachés à la place de la télévision au sein de la sphère domestique peuvent nous renseigner sur cette dimension.

Nous nous efforcerons tout d'abord de situer l'ensemble des travaux de Morley dans le courant britannique des Cultural Studies, pour ensuite en mesurer la portée dans le champ spécifique des études sur la réception. Nous proposons d'étudier les contributions de Morley au débat sur la réception autour de deux axes principaux :

- 1) l'introduction de la notion de contexte domestique dans la théorisation de la réception,
- 2) l'orientation méthodologique de ses recherches qui empruntent les méthodes ethnographiques à l'anthropologie.

Dans un premier temps, des éléments de la biographie intellectuelle de Morley ainsi que ses travaux les plus significatifs sont présentés ; les principales positions de l'auteur quant à la problématique de la réception sont ensuite résumées et discutées ; enfin, des pistes possibles de recherche et de réflexion sont proposées.

▲2. Éléments de biographie intellectuelle

A partir du moment où l'on admet que tout discours ou toute prise de position est intimement lié aux conditions historiques, culturelles, sociales, etc., à l'intérieur desquelles il est produit, situer les écrits d'un auteur dans le contexte intellectuel qui le fait émerger apporte un éclairage intéressant.

Le développement de la recherche en communication de masse depuis les années soixante-dix s'est opéré sur la base d'une rupture avec le paradigme dominant depuis les années quarante, la théorie lazarsfeldienne des effets limités. Au-delà de cette très nette démarcation, les travaux se caractérisent par un complet déplacement de la question des effets des médias. Ces réorientations épistémologiques prennent place à des moments historiques différents et se cristallisent à l'intérieur de deux tendances majeures.

Un premier ensemble de courants de recherche abandonne l'analyse des effets à court terme - la pierre angulaire de la théorie lazarsfeldienne - pour s'intéresser aux effets cognitifs à long terme de l'ensemble du système des médias. En particulier, les recherches sur la formation de l'opinion publique vont constituer l'une des pistes de réflexion les plus importantes. Une deuxième tendance émerge dans les années quatre-vingt et marque une nouvelle réorientation des recherches vers «la façon dont les messages sont interprétés par le récepteur». L'objet d'étude devient alors le moment de la réception, analysé comme une pratique fondée

socialement et culturellement, et comme un processus de construction de sens par le téléspectateur.

▲ **Cultural Studies**

Les Cultural Studies constituent l'approche critique qui s'est intéressée le plus directement à la question du public. C'est à l'intérieur d'un vaste questionnement sur le rôle et les fonctions de l'idéologie et de l'hégémonie dans les "formations sociales" démocratiques que le Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies placé alors sous l'égide de Richard Hoggart inaugure tout un travail sur l'étude des médias. L'idée force de la tradition critique anglaise est celle d'un «texte encodé culturellement».

Même si l'approche culturaliste regroupe un ensemble de courants différents, ceux-ci s'inscrivent dans une même perspective: le renouvellement du paradigme critique dans l'étude de la communication de masse. En effet, les Cultural Studies refusent le modèle victimisant de la théorie critique traditionnelle, en particulier l'idée du caractère aliénant de la culture de masse, dénoncée par les théoriciens de l'École de Francfort.

Pour les chercheurs culturalistes, la culture de masse est analysée comme la manifestation des rapports entre les individus et les classes sociales, dans le contexte social et politique particulier des sociétés capitalistes. Les médias sont envisagés comme faisant partie intégrante d'un «système d'interaction symbolique», participant à la production d'un univers symbolique plutôt que comme des instruments au service d'une classe dominante. Dans cette perspective, les Cultural Studies rejoignent l'approche des uses and gratifications pour dire que «ce sont davantage les gens qui font quelque chose des médias et non l'inverse».

Bien que les médias expriment une position idéologique - notamment à travers la façon dont sont encodés les textes - , il n'est pas certain que le récepteur interprète ce sens en particulier : la nature polysémique des "messages" offre un éventail de lectures possibles qui sont contraintes par la position sociale du récepteur, elle-même déterminée par le contexte social et culturel qu'il habite.

Un certain nombre de chercheurs des Cultural Studies - et parmi eux Morley - vont s'attacher plus particulièrement à l'étude de la réception et des récepteurs. Parallèlement à des auteurs comme Hobson, Radway ou Ang, Morley va amorcer tout un ensemble de travaux, toujours centrés sur les aspects textuels de l'écoute télévisuelle, mais ajoutant les dimensions sociales à l'analyse ainsi que l'interprétation des lecteurs. De façon plus générale, l'objectif est de tenter de comprendre comment les groupes d'auditoires utilisent concrètement et de manière active la télévision, en tant qu'élément intégré à leur culture, c'est-à-dire comment ils interprètent les contenus télévisuels en fonction de ce qu'ils sont, de leur expérience sociale, etc., et comment ils participent à la création sociale du sens des produits médiatiques par les lectures qu'ils en font.

Afin de comprendre le travail d'interprétation d'un téléspectateur spécifique face à un produit télévisuel spécifique, les chercheurs culturalistes ont dû adopter une perspective plus pragmatique, et ont eu recours massivement aux méthodes ethnographiques pour recueillir leur matériau : interviews approfondies, observations, observations participantes, etc.

▲ **Les travaux de David Morley**

Si le travail de Morley se situe en grande partie dans un courant de recherche sur les familles et les technologies - né dans le contexte de l'introduction croissante des technologies de communication au foyer (magnétoscope, micro-ordinateur, etc.) -, son étude sur le public de Nationwide (Morley 1980) a bénéficié quant à elle d'une attention continue. Caractérisée par une perspective théorique qui s'inscrit en rupture par rapport au courant dominant de l'époque, cette étude a marqué un tournant dans les recherches sur les médias.

Alors que l'attention était centrée sur l'analyse de programmes d'information générale ou de magazines politiques, "The Nationwide Audience" (1980) a été le point de départ d'une interrogation sur les émissions dites de communication politique, destinées à un public vaste et hétérogène, et a amorcé ainsi tout un ensemble de recherches sur les genres populaires (sports, variétés, soap opera, séries policières, etc.). Les questions des représentations en terme de genre féminin/masculin, de classe sociale et de groupes ethniques sont au centre de

ces recherches.

Inscrite dans la même ligne de pensée que le modèle "encodage-décodage" de Stuart Hall (1), l'étude du "texte" et du public de Nationwide avait notamment pour objectif de dégager des patterns d'interprétation à travers des variables de classe sociale et de genre. Les résultats de cette étude ont démontré la complexité et la diversité des modèles de décodage, et l'impossibilité d'en rendre compte dans la seule notion de classe sociale. Perçue comme la justification théorique de ce que l'on a appelé l'école du "Don't Worry Be Happy" des Cultural Studies, cette étude sur le public du Nationwide a fait l'objet de nombreuses réactions critiques et continue de susciter de nombreux commentaires (2).

Family Television (Morley 1986), écrit dans un contexte où un rôle actif est reconnu au récepteur dans la construction du sens des messages, et où l'importance du contexte de la réception est soulignée, marque le déplacement de l'étude des textes vers celle des audiences. La notion de "décodage" laisse la place à celle de "contexte d'écoute". A la différence de l'étude précédente sur Nationwide, Morley s'intéresse ici au processus d'écoute de la télévision, et tente de comprendre l'activité en elle-même plutôt qu'en terme de réponses particulières à un programme particulier.

Morley va ainsi "explorer" (en utilisant une approche de type ethnographique) les interactions entre les différents membres de la famille autour du petit écran, dans le contexte "naturel" de réception de la télévision : l'univers domestique. Dix-huit familles anglaises composées de deux adultes et d'au moins deux enfants, appartenant pour la plupart à la classe ouvrière, ont été observées et interviewées pour cette étude. L'objectif fixé par Morley est d'explorer les différences à l'intérieur de chaque famille mais aussi entre les familles. Il s'attache principalement à la question des rapports de pouvoir entre les sexes, mais n'abandonne pas pour autant le cadre d'analyse de la structuration du public en termes de classe, éducation, idéologie, etc., développé dans Nationwide. Il suggère en revanche d'intégrer les questions de classe ou de revenu comme paramètre plutôt que comme facteur opérant directement dans l'analyse des dimensions sociales de l'écoute et de l'interprétation.

Le projet intitulé The Household Uses of Information and Communication Technologies, mené conjointement par Morley et Silverstone au Centre pour la Recherche en innovation Culture et Technologie de l'Université de Brunel en 1989, marque une nouvelle orientation des travaux. D'une part la télévision n'est plus le principal centre d'intérêt : Morley se préoccupe de l'ensemble des technologies domestiques d'information et de communication (dans lesquelles il inclut la télévision); d'autre part, Morley s'attache au rôle des médias dans l'articulation des sphères privées et publiques, et tente ainsi de définir un contexte dans lequel les débats autour du rôle des médias dans la construction des identités culturelles gagnent à être situés.

Plus largement, ce projet implique chez Morley une re-contextualisation de l'étude de la consommation de la télévision dans un cadre socio-technique et culturel plus vaste, et un engagement substantiel dans un travail empirique ethnographique, susceptible de permettre la compréhension de la complexité du phénomène de la réception. L'objectif est de mieux comprendre les dynamiques de domestication de la technologie dans les familles, c'est-à-dire leur incorporation dans le foyer au quotidien, et la façon dont chaque famille gère son univers économique, social et technologique (ce que Morley appelle moral economy). Les significations de la télévision sont comprises comme les propriétés émergentes des pratiques contextualisées de réception; et les pratiques sont envisagées comme étant constituées à l'intérieur d'environnements micro-sociaux formés par la famille et les interactions qui y prennent place.

De Nationwide (1980) à Domestic Communications (1990), en passant par Family Television (1986), les intérêts de recherche de Morley se sont déplacés des questions de l'idéologie et de l'analyse des messages télévisuels (à travers une série de questions concernant la structure de classe et le processus de décodage), vers une attention sur la différenciation des pratiques d'écoute en terme de genre à l'intérieur du contexte familiale. Ce déplacement a impliqué un recadrage de la question de la réception à l'intérieur d'un contexte plus large, entraînant des connexions inter-discursives entre les nouvelles technologies, les médias de masse et les dynamiques familiales, afin de rendre compte du processus de réception sous ses multiples aspects.

3. Les positions théoriques de Morley - Discussion

La question de la réception a intéressé de nombreuses traditions de recherche sur les médias ; certaines se sont d'ailleurs construites à travers la réponse qu'elles proposaient. Cependant, suivant les approches et les paradigmes à partir desquels les discours se construisent, les arguments avancés apparaissent contradictoires. Les profils méthodologiques des chercheurs jouent un rôle déterminant, mais les différences semblent se situer davantage dans les images construites autour de chacun des éléments du procès de la réception ; qu'il s'agisse du spectateur (lecteur), du texte auquel il est confronté ou de la relation de l'un à l'autre (3).

A l'intérieur des travaux des Cultural Studies sur la réception, la réflexion théorique de Morley sur le public des médias reste l'une des plus significatives, notamment en ce qui concerne la question de l'interprétation (decoding), qu'il a cherché à lier à plusieurs niveaux de déterminations. En abordant la problématique de la réception avec une approche cherchant à lier directement les processus discursifs, textuels et sociaux, les questions du public et du pouvoir ont pu être recentrées sur le lieu des pratiques interprétatives. C'est l'introduction de la notion de contexte domestique (centrale dans la démarche de Morley), qui a permis de mettre l'accent sur le lieu spécifique de l'articulation de ces multiples niveaux de détermination.

L'examen du cadre d'analyse de Morley quant à la problématique de la réception soulève un certain nombre de questions :

Quelles sont les conséquences d'un tel cadrage pour la compréhension des publics de la télévision et de leurs pratiques de consommateurs ? En quoi cette problématisation du contexte domestique est-elle pertinente ? Comment la notion de dynamique familiale intervient-elle ? Comment le passage de "la télévision" à "une technologie domestique" doit-il être compris et quelles en sont les implications ? Sur quelles positions théoriques, en définitive, cette insistance pour étudier le procès de la réception dans ce cadre élargi trouve-t-elle sa justification ?

▲ *The Nationwide Audience* et le rapport texte/lecteur

L'importance de l'étude sur le public de Nationwide mérite qu'on s'y attarde un moment, d'autant plus qu'elle permet de clarifier la question du rapport qu'y entretiennent le lecteur et le texte.

Le travail sur Nationwide consistait à analyser dans un premier temps le programme télévisuel, en distinguant les dispositifs formels qui lui sont particuliers, les différents modes d'interpellation du public et les formes spécifiques d'organisation textuelle utilisées. Dans un deuxième temps, il s'agissait d'examiner la façon dont le programme était interprété par des individus de différentes classes sociales, dans le but d'établir le rôle des cadres culturels dans la détermination des interprétations individuelles.

L'intérêt de cette étude réside dans l'introduction des questions de classe et de genre au coeur de l'étude des processus de communication médiatique. Ces questions avaient été abordées à l'origine dans les travaux de Hoggart, Hall, Williams, ainsi que dans les travaux du groupe TelQuel en particulier (4). The Nationwide Audience peut être compris - selon les mots de Morley - comme une traduction opérationnelle du modèle "encoding-decoding" de Stuart Hall. L'objectif de la recherche consistait à mettre à jour les clôtures directives encodées dans le message, pour voir ensuite dans quelle mesure les décodages effectués par les récepteurs s'inscrivaient ou non dans ces "lectures préférées" ou "privilegiées". Il s'agissait ensuite d'étudier dans quelle mesure ces interprétations étaient "altérées", autrement dit, d'examiner en quoi elles étaient déterminées par une distribution - gouvernée socialement - des codes culturels.

Poser le problème dans ces termes revient à considérer que la signification produite par la rencontre texte/sujet ne peut être "lue" directement à partir des seules caractéristiques du texte. L'idée fondamentale de la théorie de Hall consiste à dire que le texte ne peut être considéré de façon isolée, indépendamment de ses conditions historiques de production et de consommation. Il importe alors de penser le sens du texte en terme des ensembles de discours qu'il rencontre, dans des ensembles de circonstances particulières, et de tenter d'examiner comment cette rencontre re-structure à la fois la signification du texte et des discours.

L'exploration du processus à travers lequel une subjectivité individuelle se construit est opéré ici selon le

principe qu'un "message" est polysémique. De nombreuses critiques ont été adressées à l'étude de Nationwide à ce sujet. On a reproché notamment à Morley de célébrer l'infinie diversité des décodages des messages par les téléspectateurs et de récuser ainsi d'avance tout pouvoir des médias, et donc toute productivité du texte. Or, cette étude part précisément de l'hypothèse qu'un tel pouvoir existe. Morley (1993) s'appuie sur l'idée que toute information est proposée sous une forme qui tend à susciter une lecture idéologiquement "préférentielle" : «La polysémie du message n'exclut pas qu'il obéisse à une structure» (p.35).

À travers l'ensemble des travaux de Morley, la question fil directeur demeure celle du pouvoir culturel des médias. Que cette lecture préférée ne soit pas toujours acceptée, c'est ce que manifeste par leur existence même les interprétations partiellement ou totalement divergentes de celles que privilégient les émissions. Il reste que, selon Morley, le modèle de Hall «tend à confondre les problèmes de reconnaissance, de compréhension, d'interprétation et de réaction, problèmes qu'il est nécessaire de distinguer les uns des autres».

▲La notion de contexte domestique

Morley (1992) envisage l'écoute télévisuelle comme une activité quotidienne complexe, essentiellement domestique et pratiquée principalement en famille (p.202) : «Television is received in an already complex and powerful context». Le caractère proprement "contextualisé" de la réception soulève des questions pertinentes sur la manière dont la télévision est utilisée au sein des foyers, sur les processus de décision quant au choix des programmes, etc. La notion de contexte domestique permet une meilleure appréhension de ce phénomène.

L'environnement ou "cadre" de réception des messages - "en privé" ou "en famille", suppose que les usages qui en sont faits sont façonnés par les exigences de ces mêmes environnements. La question est alors de comprendre comment les processus de communication sont réalisés dans le cadre "naturel" de la réception - lui-même étant re-défini dans et à travers ces processus - et comment, à l'intérieur de ce contexte, les technologies domestiques sont à la fois incorporées et mobilisées par ces structures.

A travers cette problématisation de la notion de contexte domestique où sont articulées les notions de dynamiques familiales et de relation à la technologie, Morley (1992) cherche à développer un modèle des communications domestiques qui permettrait de prendre en compte les activités de communication variées qui coexistent dans une situation d'écoute télévisuelle (p.203) : «We argue, then, for a re-contextualization of the study of television viewing (among other uses of communication technologies) within the broader context of a range of domestic practices.»

Etudier la télévision comme une technologie domestique implique d'étudier le contexte domestique à l'intérieur duquel les activités du public doivent être articulées et contraintes. En posant un tel cadre, Morley (1992) ne laisse pas de côté pour autant les notions de classe sociale et de genre (p.203) : «It also requires attention to the similarities and differences between families and households and an understanding of their place in the wider culture and society, where issues of class, ethnicity, ideology and power define (should they be forgotten) the materialities of the everyday-life world.»

Cette problématisation du contexte d'écoute amène avec elle une certaine conception de l'audience : le public n'est pas seulement un agrégat d'individus et le récepteur est envisagé comme étant engagé dans une pratique d'écoute télévisuelle. Morley (1992) reformule ainsi l'analyse de la télévision pour rendre compte de son inscription à l'intérieur de "routines" quotidiennes et de dynamiques de groupes (p.17) :

«...we should not think of every individual as a monad whose opinions crystallize in isolation, or as being in a vacuum (from which processes of group dynamics, for example, are absent). Rather, realistic research would have to come as close as possible, in its methods of research, to those conditions in which actual opinions are formed, held and modified.»

Aborder les technologies de communication dans le cadre de la sphère domestique a amené Morley à centrer son analyse sur la façon dont ces technologies deviennent "encastrées" et articulées dans les dynamiques internes de l'organisation de l'espace domestique. Il ajoute également une dimension importante à l'analyse dans la mesure où il situe le lieu de la réception au carrefour des discours domestiques (privés) et publics.

▲La Télévision comme technologie domestique

A travers les études sur la réception, comprendre la place de la télévision dans la société contemporaine demeure une question majeure chez Morley. Le cadre d'analyse proposé définit la télévision comme un média essentiellement domestique, qui doit être envisagé à la fois dans le contexte familial et à l'intérieur du contexte plus large des réalités sociales, politiques et économiques (réalités sans cesse ré-articulées au sein des rapports domestiques). La télévision est ainsi perçue comme faisant partie prenante d'une culture technique et d'une culture de consommation, à la fois domestique et nationale, privée et publique.

La télévision est envisagée comme appartenant à l'ensemble des technologies domestiques de communication (Morley 1992, p.201) : «Television should now be seen, not in isolation, but as one of a number of information and communication technologies, occupying domestic time and space alongside the video-recorder, the computer and the telephone, as well as the Walkman, the answer-machine, the stereo and the radio.»

Ici, la technologie implique l'objet lui-même, les pratiques qu'elle engendre, ainsi que les significations auxquelles elle donne lieu. La technologie possède non seulement une valeur matérielle mais aussi une valeur symbolique, et cette signification prend forme par les usages qu'on en fait, d'où l'importance de comprendre comment elle s'intègre dans la vie familiale quotidienne et comment cette dernière l'influence en retour (p.202) :

«Within this formulation television's meanings, that is the meanings of both texts and technologies, have to be understood as emergent properties of contextualized audience practices. These practices have to be seen as situated within the facilitating and constraining micro-social environments of family and household interaction.»

Morley propose de comprendre la technologie comme un système technique, matériel, social et culturel, englobant des règles, des usages et des relations.

▲La dynamique familiale

Avec Family television, Morley offre une nouvelle conception de l'audience : l'individu-spectateur est évacué au profit du groupe (familial)-spectateur. L'unité de base devient le "ménage" (household) et non plus l'écoute individuelle.

Cette dimension d'analyse de la dynamique familiale vise à cerner la famille comme lieu actif de pratiques sociales, pratiques sous l'influence, à la fois de l'environnement social et culturel au sens large, et sous celle des caractéristiques spécifiques existant au sein de chaque famille (Morley 1992, p.202) :

«Households, families, are bounded, conflictful, contradictory. They have their own histories, their own lore, their own myths, their own secrets. They, and individuals who compose them, are more or less open or closed to outside influences, more or less pervious or impervious to the appeals of advertisers and educators and entertainers to buy, to learn from, and to be entertained by television.»

La problématisation de la dynamique familiale permet d'interroger la façon dont les spectateurs interprètent les messages, et fournit un cadre de pensée utile à l'examen des relations sociales - familiales en premier lieu - à travers lesquelles l'écoute télévisuelle s'effectue.

Morley s'attache à définir d'une part les dynamiques internes aux foyers en terme de patterns de différences d'âge et de genre, qui renseignent sur l'utilisation de l'ensemble des technologies domestiques ; et d'autre part, les dynamiques externes aux foyers, dans la mesure où la consommation, l'usage de ces biens, et leurs significations définissent une relation avec le monde extérieur. Les questions soulevées concernent la nature des décisions prises à l'intérieur de la structure familiale, la façon dont elles sont prises (quel membre de la famille les prend, quand, etc.), et comment les choix de contenus sont discutés.

L'étude de la dynamique familiale telle qu'elle est effectuée par Morley doit permettre l'analyse de l'écoute individuelle dans le cadre des relations familiales, à travers les interactions qui y prennent place. Ce contexte doit permettre de rendre compte des facteurs déterminants dans la pratique d'écoute, impliquant les questions de pouvoir, de responsabilité et de contrôle dans un lieu particulier et à des moments particuliers.

Positions méthodologiques

Dans l'ensemble de ses travaux sur la réception, Morley prend une position qui requiert un engagement dans un travail empirique, plus précisément : un travail ethnographique. Les premiers travaux, *The Nationwide Audience and Family Television*, ont suscité de nombreuses critiques d'ordre méthodologique. Dans *Retour sur Nationwide* (1993), Morley avoue avoir abordé les questions de méthodologie uniquement d'un point de vue pragmatique (seuls étaient pris en compte les ressources disponibles et le type de données recherché). Ces choix méthodologiques encourent ce qu'un économiste pourrait appeler "le coût de l'opportunité".

Morley part du principe que l'écoute télévisuelle est une activité complexe, co-existant avec une large variété d'autres pratiques domestiques et qui peut être comprise seulement à l'intérieur même de son contexte. Il pose ainsi la nécessité de fournir une description détaillée de la complexité de cette activité, et l'utilité de la perspective ethnographique. En permettant au chercheur de pénétrer dans l'univers familial, une approche ethnographique permettrait de comprendre les schèmes de référence tant au plan individuel que social, en faisant décrire aux familles leurs faits et gestes en rapport avec les technologies.

Un des outils privilégiés de Morley est le portrait ethnographique, qui fournit des données intéressantes sur les usages domestiques des technologies. Cette démarche constitue un point de départ pour une recherche sur les relations domestiques à travers la consommation et les usages, qui peut être très utile à la conception matérielle et logicielle des technologies dites domestiques.

4. Pistes de recherche et de réflexion

Une des évolutions les plus importantes dans les recherches sur les publics a été la reconnaissance de l'importance du contexte d'écoute, et en particulier du contexte domestique pour la télévision. Les chercheurs des Cultural Studies ont amorcé ce mouvement vers le rôle actif du récepteur dans la construction du sens, avec des textes significatifs ; Morley a approfondi la dimension du contexte de réception. Un certain nombre d'investigations sur la consommation de la télévision ont été menées dans son cadre naturel, et parallèlement, l'aspect fortement contextualisé de la réception a été reconnu. Les questions posées dans cette perspective de recherche nous semblent très pertinentes : comment les processus de communication sont-ils réalisés dans leurs cadres naturels ? et comment à l'intérieur de ce contexte les médias/technologies sont-ils incorporés et mobilisés dans ces mondes privés ?

Le média télévision est analysé non pas d'un point de vue externe mais du point de vue de son intégration effective dans la sphère domestique, au sein des dynamiques familiales. D'une part la technologie est analysée comme un système constitué de règles et d'usages qui sont constamment re-définis à travers les interactions familiales ; et d'autre part, les relations familiales et les pratiques de réception sont constituées réciproquement, au sein du contexte domestique de la réception télévisuelle. Cette mise en perspective de la technologie à l'intérieur du contexte domestique peut être utile à l'analyse des facteurs d'appropriation d'une technologie, dans la mesure où elle lui accorde une signification structurée par le contexte, et structurante par les relations qu'elle implique.

Le choix du ménage (household) comme unité d'analyse permet d'appréhender la spécificité des relations et des interactions au foyer et d'interroger la façon dont les technologies sont utilisées. L'écoute individuelle est définie dans les termes de sa relation ou de ses interactions avec les autres membres de l'auditoire. Les questions de pouvoir, de responsabilité et de contrôle, prenant place dans des contextes particuliers et à des moments différents peuvent ainsi être prises en compte. Cette problématisation du contexte domestique dans les études sur les publics et la réception est tout à fait pertinente dans le cadre d'une recherche sur

l'appropriation d'une technologie à domicile, dans la mesure où elle offre un cadre théorique articulant les relations entre la technologie et l'utilisateur, relations ce qu'on pourrait appeler les «dynamiques d'usage».

▲ L'ethnographie des audiences

Les choix méthodologiques de Morley s'inscrivent dans un ensemble de recherches sur la réception caractérisées par une orientation ethnométhodologique : ethnographies des auditoires, enquêtes sur les processus interprétatifs mis en jeu par les récepteurs. Les démarches de recherche s'appuient sur différentes unités d'analyse : l'individu (en tant que sujet social ou subjectivité individuelle), le groupe et les rapports intersubjectifs dans l'expérience de la vie au quotidien.

La perspective ethnométhodologique et plus précisément les méthodes ethnographiques semblent être toutes désignées pour permettre l'accès à des domaines "naturels" ainsi qu'à leurs caractéristiques. Dans le cadre de la problématique de la réception, où est en jeu la compréhension de la réception des médias au quotidien, une approche ethnographique permet de pénétrer dans les mondes des familles, dans le contexte de leur cadre d'action individuelle et sociale, et de décrire ces actions.

Les études ethnographiques sur les publics ont consisté à "aller sur le terrain" pour tenter de décrire - et donc inévitablement d'interpréter - les pratiques des sujets dans leur contexte culturel, sur la base d'observations des activités de tous les jours. L'intérêt de ces approches tient essentiellement aux possibilités de compréhension contextuelle qu'elles permettent, en particulier en facilitant l'appréhension des connexions entre différents aspects du phénomène à l'étude.

De façon générale, les approches qualitatives permettent de mieux appréhender les processus à travers lesquels les médias ou les technologies acquièrent une signification et de mettre à jour la variété des pratiques : une approche interprétative offre la possibilité de "regarder la télévision" notamment, dans un contexte élargi à l'étude de la consommation comme symbolique, autrement dit comme participant à la création d'un univers symbolique de signification. En ce qui concerne l'ampleur des recherches, le reproche classique fait aux études ethnographiques des audiences concerne leur circonscription souvent trop étroite, qui limite leur portée.

▲ Les récits des chercheurs

Les recherches sur la réception ont intéressé un bon nombre des traditions de recherche sur les médias ; et les résultats sont à l'image de la variété des approches. Les paradigmes sur lesquelles elles se construisent ne se distinguent pas seulement en terme de méthodes, mais en fonction de partis pris et de positions idéologiques construisant des images différentes du public et du rôle du chercheur.

Le défi des recherches sur les publics et la réception est de déterminer une "représentation" adéquate du public. Un public défini culturellement renvoie forcément à une certaine vision des rapports entre le média - en l'occurrence la télévision - et la société. Une approche qui ôterait toute conception du public au singulier, et qui renverrait à des publics variés définis à partir de l'observation des pratiques ne devrait-elle pas suggérer une conception "plurielle" de "la" télévision et de "la" société?



▲ Notes

1 L'article de Hall intitulé "*Encoding/Decoding*", écrit en 1973, a beaucoup contribué à la formation d'une théorie capable de renouveler la recherche critique sur les médias et ainsi de se démarquer de l'approche fonctionnaliste américaine. Les fondements du modèle sont présentés très sommairement ici.

En ce qui concerne le processus de communication télévisuel, Hall distingue 4 temps répondant à leurs logiques propres, et qui sont soumis à des règles institutionnelles : (1) production, (2) circulation, (3) distribution/consommation et (4) reproduction.

Dans ce modèle, l'audience est définie comme étant à la fois le récepteur et la source du message : l'image que

l'institution télévisuelle se fait du public ainsi que l'existence de codes professionnels en gouverne l'encodage (*encoding*).

Hall définit trois types de décodages (*decoding*) : dominant (qui souscrit aux valeurs dominantes), oppositionnel (l'interprétation du message est réalisée à partir d'un cadre de référence contraire), et négocié (mélange d'opposition et d'adaptation).

[2](#) Morley a répondu à ces commentaires dans un article intitulé "La réception des études sur la réception. Retour sur Nationwide", paru en 1993, dans le numéro 11-12 de la revue *Hermès*.

[3](#) Dayan, Danielle, 1993, *Raconter le public*, Hermes, numéros 11-12, p.15.

[4](#) Pour une présentation des textes les plus importants des *Cultural Studies*, se référer à l'ouvrage intitulé *Cultural Studies*, dirigé par Lawrence Grossberg, Cary Nelson et Paula Treichler, paru chez Routledge (Londres), en 1992 (788 pages).



▲ Références

MORLEY, D. (1980) *The 'Nationwide' Audience*, London: British Film Institute.

MORLEY, D. (1986) *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, London: Comedia/Routledge.

Ce livre fait suite à un projet pilote de recherche - fondé par The Independent Broadcasting Authority - sur l'écoute de la télévision dans un nombre restreint de familles de la région de Londres.

MORLEY, D. (1989) *Changing Paradigms in Audience Studies*, in E. Seiter et al. (eds), *Remote Control*, London: Routledge.

SILVERSTONE, R., MORLEY, D., DAHLBERG, A., LIVINGSTONE, S. (1989) *Families, Technologies and Consumption: The Household and Information and Communication Technologies*, texte présenté au ESRC Programme on Information and Communication Technologies Conference, Brunel University, 17-19 mai 1989.

MORLEY, D., SILVERSTONE, R. (1990) *Domestic Communications: technologies and meanings*, *Media, Culture and Society*, 12(1).

Cet article est le fruit du travail sur le projet intitulé 'The Household uses of Information and Communication Technologies', mené au Centre pour la Recherche en Innovation, Culture et Technologie de l'Université de Brunel.

MORLEY, D. (1992) *Television, Audiences and Cultural Studies*, London : Routledge.

MORLEY, D. (1993) *La réception des travaux sur la réception. Retour sur «Le public de Nationwide»*, *Hermès*, 11-12.



L'éducation aux médias "made in Québec" : un nouveau catéchisme ?

Réflexions sur les concepts de légitimation et de délégitimation

[Résumé](#)

[Sommaire](#)

[BIO](#)

par [France Aubin](#)

Étudiante à la maîtrise en communication - Université du Québec à Montréal
Copyright © France Aubin - 1997 - Tous droits réservés.

▲Résumé

L'auteure livre les résultats d'oscarisations (analyses de discours avec analyseur OSCaR) menées, dans le cadre d'une étude exploratoire pour sa maîtrise, sur une dizaine de productions en éducation aux médias. Elle constate que, d'une catégorie d'acteurs à l'autre (acteurs communautaire, scolaire et médias), on observe presque partout le même processus de délégitimation du (des) public(s).

[Abstract](#) | [Resumen](#)

Descripteurs : éducation aux médias, éducation critique aux médias, légitimation, délégitimation, public, publics.

▲Sommaire

[Introduction](#)

[Le cas de l'acteur médias](#)

[Pauvre, pauvre public ... les acteurs bien intentionnés : les groupes sociaux et l'école](#)

[De la fausse conscience et de ses concepts dérivés](#)

[Hors des catéchismes, point de salut ?](#)

[Annexes: Liste des productions oscarisées](#)

▲Introduction

Quand, à l'égard des médias, on parle " d'éveil critique ", de " conscientisation ", de " décryptage ", de " décodage " et de " vigilance ", c'est souvent d'éducation aux médias qu'il s'agit, d'éducation critique, sent-on parfois le besoin de préciser.

D'une éducation souvent dispensée par des groupes communautaires ou d'éducation populaire portés par un projet social, comme le Centre St-Pierre (CSP), qui vise " la transformation de la société pour une meilleure qualité de vie basée sur la justice sociale " (1), ou l'Institut canadien d'éducation aux adultes (ICÉA), qui veut " favoriser un accès plus égalitaire au savoir et à la culture " (2).

Mais l'éducation aux médias n'est pas que le fait de groupes sociaux. L'école, davantage chez les anglophones que chez les francophones (3), s'y adonne aussi, quoique timidement. C'est qu'on ne ressent pas encore très bien la pertinence de la chose: il y a déjà tant à faire et les conditions d'enseignement sont plus complexes qu'elles ne l'étaient. La diversification de la clientèle, l'intégration de nouveaux arrivants et la rationalisation des ressources sont autant de contraintes avec lesquelles les enseignants doivent maintenant composer. En prime, l'opinion publique, à tort ou à raison, s'inquiète bien plus de la maîtrise de la langue française que du décodage de l'image et c'est aux enseignants que l'on adresse la commande (4).

Un troisième et dernier acteur, l'acteur médias se livre lui aussi à de l'éducation aux médias ou plus précisément à de l'information sur les médias. La différence est significative, on verra bientôt pourquoi.

Toutefois, avant d'exposer à grands traits nos observations, mentionnons que celles-ci découlent en majeure partie " d'oscarisations ", c'est-à-dire d'analyses de discours " perpétrées " à partir de la méthode OSCaR (5). Inspirée de l'Archéologie du savoir de Michel Foucault, la méthode OSCaR aborde les textes comme des récits soumis à des règles de formation qui régissent la production de sens autour de quatre axes: l'Objet (ce dont on parle), le Sujet (les acteurs : protagonistes, partenaires, adversaires, résiduels), le Contexte (mise en relief) et la Rationalité (interprétation et conclusions).

Nos analyses portaient sur différentes productions reliées à l'éducation critique aux médias (voir en annexe) et nous désirions vérifier s'il était possible d'établir un lien entre l'auteur (le " a " d'OSCaR) et le type d'éducation aux médias caractérisé à l'aide des quatre autres paramètres, soit l'Objet, le Sujet, le Contexte et la Rationalité.

En termes " oscaris ", deux grandes conclusions se sont dégagées de notre étude exploratoire. Primo, l'acteur médias se distingue de l'acteur scolaire et de l'acteur groupes sociaux (communautaires et d'éducation populaire) en ce qu'il présente une coïncidence entre l'Objet et le Sujet (la télé par elle-même, les journalistes par eux-mêmes). Secundo, les acteurs scolaire et groupes sociaux ne sont pas monolithiques. Nous avons observé, par exemple, que deux textes signés respectivement par deux membres du même groupe (CSP) pouvaient donner du public deux perceptions diamétralement opposées (Sujet protagoniste, Sujet à guider).

Au-delà d'OSCaR et en s'inspirant notamment de Thompson (6), c'est le processus de (dé)légitimation qui a retenu notre attention. Rappelons qu'il fait partie, avec la dissimulation, la fragmentation et la réification, des modalités opératoires de l'idéologie comprise par Thompson comme un système de domination. C'est donc avec un certain étonnement (lire avec déception), que nous avons pu observer son implémentation en éducation critique aux médias.

Mais plutôt que d'insister sur les conclusions, voyons d'abord s'il y a un public dans la salle ...

Le cas de l'acteur médias

En pastichant la formule bien connue dans le monde scolaire " J'enseigne, mais mes élèves apprennent-ils ? ", nous nous sommes posé la question suivante : " Les médias informent, mais le public apprend-il ? " Et est-ce vraiment à lui que l'on s'adresse ? Il est permis d'en douter.

Bien sûr, les émissions que nous avons retenues (Le point Médias et J'aime la télé), sont des émissions diffusées par le réseau public, accessibles par définition au plus grand nombre et non pas des mémoires déposés à une quelconque commission, un colloque de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ), ou encore un numéro spécial du 30 publié par la FPJQ.

Pourtant, c'est bien à un discours réflexif que l'on s'exerce. Par exemple, Le point Médias traite essentiellement des journalistes et ce sont essentiellement les journalistes qui parlent d'eux-mêmes, et plus précisément des pratiques journalistiques. En clair, de la formation continue pour journalistes à laquelle ne participe par conséquent que très rarement le public (7).

Pour sa part, la série d'émissions J'aime la télé, co-produite par Radio-Québec et quatre autres chaînes

publiques francophones, est de facture moins journalistique et plus éducative: elle ne suit pas l'actualité, mais dispense plutôt son information selon une articulation thématique. Elle n'en confère pas pour autant un statut plus actif aux téléspectateurs, qu'elle relègue au second plan, sinon au troisième. Car enfin, c'est de la télé (que l'on aime) qu'il s'agit et pas d'autre chose (8).

Si les médias publics éprouvent peu le besoin de convier le public à leur table ronde ou même de parler de lui, et que malgré tout c'est en ondes qu'ils ont choisi, ou qu'on leur a imposé (9), de discuter entre eux de questions du métier, c'est peut-être parce qu'ils ressentent l'urgence de re-légitimer leur discours. Dans un contexte de renégociation de mandat, de redéfinition du service public, et de rationalisation (10), on peut déduire qu'ils ont un certain intérêt à refaire leur image auprès du public dont ils espèrent aller chercher l'appui. Les professionnels de la communication publique appellent cela de la " gestion de crise ".

▲Pauvre, pauvre public ...

Les acteurs bien intentionnés : les groupes sociaux et l'école

" Cette attitude encore trop passive du public découle, selon nous, non pas d'un manque d'intérêt, mais plutôt d'une méconnaissance des lois et des règles qui régissent le fonctionnement des médias. " (11)

Si le public a besoin qu'on lui donne les règles et les lois du fonctionnement des médias, c'est que de toute évidence, il les ignore. S'il faut l'éveiller, c'est qu'il est endormi ... Et ça presse, car l'enjeu est de taille. On parle de la qualité de la vie sociale et démocratique :

L'omniprésence des médias dans la vie des gens leur confère une influence très importante, car ils sont toujours là pour dire à la population à quoi penser, quoi consommer et comment occuper ses loisirs. Notre environnement social et culturel est donc façonné plus que jamais par les médias. Dans ces conditions, il est évident que la qualité de la vie sociale et démocratique dépend de plus en plus de la qualité de ces médias. (12)

Mais qui donc jouera le rôle d'éveilleur des consciences ? Au nom de quoi proposera-t-on une représentation des représentations induites par les médias ? Qui élaborera les grilles d'analyse ?

Pour Lina Trudel, dont nous citons les propos plus haut, c'est l'ICÉA qui fournira " au public et aux divers intervenants concernés les informations de base ". Pour un membre du Centre St-Pierre, un centre chrétien, c'est la religion qui doit éclairer notre jugement. Tiens donc ... il y a, comme on dit en termes savants, " une constante ".

" Cette émission te donne-t-elle le goût de devenir une brute ? "

Comme le suggère cette phrase extraite d'une grille de réflexion proposée aux enfants dans un cours de morale de 2e cycle au primaire et visant à les accompagner lorsqu'ils écoutent leurs émissions préférées, les enfants n'échappent pas au processus de délégitimation. On ne s'étonnera pas de constater que pour les auteurs du cahier d'activités en enseignement moral (et pour le Ministère de l'éducation qui autorise le manuel), ce soit cette fois la morale qui ait toutes les réponses (13).

En fait, de façon générale, tant pour les intervenants sociaux que scolaire en éducation aux médias, il n'est pas question de supposer au public quelque expertise que ce soit. Ainsi, aux adultes, on proposera une " balade sur le boulevard des médias " (14), balisée par des feux jaunes (ce à quoi il faut faire attention), rouges (ce qui est inacceptable) et verts (ce qui est bon dans les médias). Aux enfants, on fournira une grille d'analyse les incitant à la vigilance lorsqu'ils écoutent la télévision.

Tout se passe comme si ceux que l'on désirait éduquer étaient invariablement démunis face aux médias. Or, les dernières études tendraient plutôt à démontrer le contraire (15).

C'est donc avec un certain étonnement que nous avons constaté que pour les groupes sociaux et l'école, le public n'était guère mieux considéré que chez les médias. On parle souvent de lui en termes de passivité et on ne cherche que très rarement à solliciter chez lui des réflexions autonomes. Lorsqu'on le fait, c'est pour confronter celles-ci à une grille déjà établie.

Aussi en arrivons-nous à la conclusion que la démarche des groupes sociaux et des intervenants scolaires en éducation aux médias est très fortement marquée par un processus de délégitimation.

▲ De la fausse conscience et de ses concepts dérivés

Délégitimer, infantiliser, victimiser la population, le " public " (passif par définition), en lui proposant de substituer aux visions du monde produites par les médias d'autres visions du monde " prêtes à endosser " nous paraît, au moins épistémologiquement parlant, paradoxal.

De fait, la " population ", les " consommateurs ", les " téléspectateurs ", le " public ", voire les " citoyens ", dont les intervenants en ÉAM s'excluent implicitement la plupart du temps, font l'objet d'une lutte de pouvoir. Comme si celui qui allait gagner la guerre des médias allait être celui qui allait infléchir l'Histoire. L'Histoire justement a démontré que les choses n'étaient pas toujours aussi simples. Heureusement.

En vérité, nous croyons que la délégitimation systématique du public, ou plutôt des publics, tant adultes qu'enfants, repose sur une conception très étroite de la société, une conception élitiste. Et ce, bien qu'il soit probable que de nombreux intervenants (en ÉAM) de gauche seraient en désaccord formel avec un tel point de vue. Mais il faut alors se rappeler que c'est bien la gauche (à laquelle l'auteure s'identifie, peut-être faut-il le préciser maintenant), qui a produit le concept de " fausse conscience " si délicat à manoeuvrer [\(16\)](#).

En effet, celui-ci suppose que la " vérité ", la " vraie conscience " des choses appartient en propre à certains élus, ou initiés. Par exemple, elle pourrait appartenir à des exégètes capables de mesurer à l'aune de la " Bonne Nouvelle " l'ensemble des nouvelles. Ou alors, juger une production mass-médiatique en termes d'effets supposés sur les relations hommes-femmes reviendrait exclusivement aux groupes féministes. Plus près de nous, cette conception octroierait aux chercheurs spécialisés en analyse de discours la palme du décodage.

Or, si nous croyons que toutes ces grilles, toutes ces lectures, toutes ces interprétations rendent compte effectivement de certains aspects des médias et sont par conséquent des plus utiles, nous croyons également qu'il est maintenant temps d'aller demander aux publics non experts ce qu'ils pensent de tout cela.

▲ Hors des catéchismes, point de salut ?

Hors de la réception critique, experte, celle qui prétend relever le message intentionnel et s'inscrire dans une herméneutique des profondeurs permettant à la fois de lire les lignes et entre celles-ci [\(17\)](#), hors de la réception des acteurs en éducation aux médias qui s'inspirent de différents catéchismes, n'y aurait-il point de salut ? Pour le savoir, il faudrait pouvoir mesurer l'écart entre un public éduqué aux médias et un autre, en tout point semblable, qui ne l'aurait pas été ... ce que tentent de faire au moins partiellement certains chercheurs [\(18\)](#). Mais les études de réception ont des limites, parmi lesquelles la subjectivité dispersée [\(19\)](#) n'est pas la moindre.

Ainsi, entre les excès de confiance que l'on aurait tort de prêter à ces études et les excès de méfiance que les acteurs sociaux et scolaires en éducation aux médias semblent prêter au(x) public(s), se situe sans doute la juste mesure d'une éducation aux médias visant à favoriser le développement réel d'un esprit critique et non l'apprentissage d'un catéchisme de substitution.



▲ ANNEXES : Liste des productions oscarisées

Groupes sociaux

Bélanger, Pierre (du Centre St-Pierre). 1994. " Boulevard des médias, Première balade (l'éducation aux médias) " in OCS nouvelles, janvier-février 1994, Montréal, p. 8 .

Centre St-Pierre. Ressources en communication, Montréal, 22 p.

Madore, George. 1995. " Notre pouvoir sur les médias, Les médias et nous ", in Le feuillet paroissial, semaine du 29 janvier 1995, p. 4 .

MediAction, Ouvrez l'oeil! Éducation critique aux médias, Montréal, 6 p.

Office des communications sociales. 1993. " Technologie et médias, une culture en mouvement ", in OCS nouvelles, vol. 23, no 1, janvier 1993, Montréal, p. 1 .

Trudel, Lina (de l'ICÉA). 1992. La population face aux médias (introduction), vlb éditeur, Montréal, pp. 9-13.

Acteurs scolaires

De Lorimier, Jacques (du Conseil des études supérieures). 1993. " L'éducation aux médias : univers des jeunes et pédagogie ", in Colloque Vivre avec les médias : ça s'apprend!, 14, 15 et 16 juin 1993, Université du Québec à Montréal, 10 p.

Saint-Pierre, Lucille. 1993. " Allumer, éteindre ou changer de canal ... une question de choix ", in Le fil d'Ariane, enseignement moral, cahier d'activités, deuxième cycle du primaire, module 3, Éd. la Pensée, Montréal, pp. 87-122 .

Acteurs médias

Radio-Québec, TVOntario, TSR (Télévision Suisse Romande), RTBF (Radio-Télévision Belge Francophone) et France 3. 1995. " Télé d'hier et d'aujourd'hui ", série J'aime la télé.

SRC télévision. 1995. Le point Médias, reportage portant sur la couverture américaine de la visite du Président Clinton à Ottawa, avril 1995.



▲Notes

[1](#) Centre St-Pierre, Ressources en communication, p. 22

[2](#) Trudel, Lina (de l'ICÉA). 1992. La population face aux médias, vlb éditeur, Montréal, p. 141 .

[3](#) D'après des entrevues téléphoniques réalisées au printemps 1994 avec Lorraine Riopel de MediAction et Stéphanie Dansereau, professeure au département de l'éducation à l'UQAM. On pouvait croire que les choses allaient changer dans la foulée du colloque (bilingue) Les médias ça s'apprend/Awareness and knowledge: tools for living with the media tenu au Collège Dawson les 14, 15 et 16 juin 1993, qui faisait précisément la promotion de l'ÉAM et s'adressait tout particulièrement à l'acteur scolaire. Depuis, on a plutôt assisté à la réorientation des préoccupations vers l'apprentissage technique des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) et même à ce chapitre, les francophones tirent de l'arrière. Ainsi, jusqu'à la toute récente déclaration de la Ministre de l'Éducation Pauline Marois (26 juin 1996) annonçant la mise sur pied de plans d'acquisitions d'ordinateurs et de branchements internet pour les écoles du Québec, on ne pouvait guère compter que sur les initiatives personnelles des enseignant(e)s. La déclaration de la Ministre est disponible à :

http://www.gouv.qc.ca/gouv/francais/minorg/medu/nti_plan/plan_nti.htm

Par ailleurs, les lecteurs intéressés à la question visiteront avec profit les sites d'Edu@media (<http://edumedia.risq.qc.ca>) et de Cyberscol (<http://CyberScol.cscs.qc.ca>).

4 La maîtrise de la langue française est arrivée grande première dans la liste des priorités établies lors des États généraux de l'éducation. On peut consulter le document produit à la suite des États généraux à l'adresse suivante: <http://www.uquebec.ca/menu/>. Le document (sous forme papier) est également disponible pour consultation dans toutes les bibliothèques des établissements d'enseignement collégial et universitaire, ainsi que dans les bibliothèques municipales des localités de plus de 5000 habitants.

5 La méthode OSCaR a été mise au point par Jean-Pierre Boyer, professeur au département des communications à l'Université du Québec à Montréal (UQAM). On peut trouver plus de détails dans l'annexe 9 de La population face aux médias, qui porte sur la méthode OSCaR.

6 " (...) étudier l'idéologie, c'est étudier la façon dont le sens sert à entretenir les rapports de domination. " Thompson, John. 1987. " Langage et idéologie " in Langage et société, papiers de travail, mars 1987, no 39, p. 10 .

7 Sur 128 émissions du Point Médias diffusées entre septembre 1992 et février 1995, trois d'entre elles seulement comprenaient des représentants du public (deux membres de l'Association Nationale des Téléspectateurs, un de l'ICÉA et un "auditeur").

8 Au sujet de la série J'aime la télé, on peut lire " J'aime la télé: quand la télé tente de se démonter ", Verniers, Patrick. 1995. in Communication, printemps 1995, vol. 16, no 1, p. 149-153 .

9 Il semble que l'initiative des deux émissions est venue " d'en haut " et qu'elle s'inscrivait dans un climat de redéfinition de mandat, instauré notamment par M. Veilleux, alors président de Radio-Canada.

10 Le dernier rapport à traiter de l'avenir de la société Radio-Canada (le rapport Juneau) est disponible à l'adresse suivante: <http://canada.gc.ca/whats/heritage/francais/append.htm>

11 Trudel, Lina, op. cit., p. 11

12 Ibid.

13 " Et qui peut t'aider à bien te servir de la télévision ? La morale, bien sûr. ". Saint-Pierre, Lucille. 1993. Le fil d'Ariane, enseignement moral, cahier d'activités, deuxième cycle du primaire, Éd. la Pensée, Montréal, p. 88 .

14 Bélanger, Pierre (du Centre St-Pierre). 1994. " Boulevard des médias, Première balade (L'éducation aux médias) " in OCS nouvelles, janvier-février 1994, p.8 .

15 Sur la télévision et les jeunes, on trouvera une courte synthèse de la recherche menée en éducation dans l'ouvrage du chercheur québécois Jacques Piette : L'éducation aux médias : vers une redéfinition des rapports entre l'école et les médias, Notes de recherche no 29, CEQ, Université de Sherbrooke, août 1994, 74 p.

16 Le concept de fausse conscience appartient au marxisme orthodoxe. Marx écrivait en 1859: " It's not the consciousness of men that determines their existence, but their social existence that determines their consciousness. " (A contribution to the critique of political economy) On peut trouver les textes de Marx et Engels à : <http://csf.colorado.edu/psn/marx/index1.htm>BR> Si on préfère les raccourcis de la vulgarisation ou qu'on s'intéresse à l'histoire du concept, on consultera le document internet produit par Daniel Chandler : Marxist Media Theory (<http://www.aber.ac.uk/~dgc/marxism.html>). Le concept de false consciousness y est (très) brièvement résumé sous les rubriques " Media as means of production " et " Ideology ".

17 L'herméneutique des profondeurs comporte trois volets : l'analyse socio-historique; l'analyse discursive et l'interprétation. (Thompson, op. cit., pp. 17-23)

[18](#) Parmi les études de réception, on lira avec intérêt, de Cécile Bellemare, Monique Caron-Bouchard et Marie-Claire Gruau, Allô Caro, qu'est-ce que tu regardes ?, L'intelligence télévisuelle des 12-17 ans, LEP, Loisirs et Pédagogie SA, Lausanne, 1994. Enfin, les ouvrages New Directions : Media Education Worldwide (de Gary Bazalgette et al., Unesco. BFI et Clemi, London, 1992, 243 p.) et le numéro de Communication consacré à l'éducation aux médias (op.cit.) contiennent aussi quelques études de réception, certaines aux médias, d'autres à l'éducation aux médias.

[19](#) Au sujet de la subjectivité dispersée (discours officiel et discours personnel), on pourra lire Peter Dahlgren " Les actualités télévisées, À chacun son interpretation ", in Réseaux nos 44-45, CNET, 1990, pp. 297-311. Chandler (voir note 16) en parle aussi sous la rubrique " The constitution of the subject ".



Copyright © [COMMposite v97.1](#) - 1997 - Tous droits réservés.

KRESS, Gunther et VAN LEEUWEN, Theo, *Reading Images; The Grammar of Visual Design*, Londres: Routledge, 1996, 288 pages.

Note de lecture par [Mario Beaulac](#)



Il est devenu banal de signaler l'omniprésence de l'image dans le monde contemporain. Souvent jugée tapageuse, ou pire, pernicieuse, l'image s'impose volontiers au regard mais demeure néanmoins obscure au niveau de son fonctionnement, ou encore de ses significations profondes : il semble que si l'image s'offre à tous, elle ne se dévoile pleinement qu'à un regard averti, celui de l'esthète par exemple. Pourtant, l'omniprésence même de l'image exhorte à une meilleure connaissance de son rôle social et de ses mécanismes énonciatifs, hors du champ spécialisé des arts visuels et dans la sphère élargie de la sociologie et de la communication. C'est à pareil travail d'éducation des regards que se livrent Gunther Kress et Theo van Leeuwen dans leur ambitieux ouvrage *Reading Images; The Grammar of Visual Design*.

L'attention des auteurs se porte pour l'essentiel sur l'image fixe, sous ses multiples formes (peinture, graphisme, photographie, etc.) : l'objectif est de mettre à jour les règles d'usage de l'expression visuelle occidentale, non pas qu'au niveau formel, esthétique, mais plus encore au niveau sémantique. Kress et van Leeuwen se proposent ainsi de dresser un inventaire des «structures compositionnelles majeures» de l'image -- c'est-à-dire celles qui se sont «établies comme conventions au fil de l'histoire des sémiotiques visuelles» --, et d'expliquer comment les producteurs d'images utilisent les divers éléments de ces structures compositionnelles pour produire du sens.

Dans cette optique, le terme «grammaire» renvoie moins à un vade-mecum descriptif qu'aux «modèles d'expérience» (patterns of experience, un terme emprunté au linguiste M. A. K. Halliday) implicites dans une grammaire, aux façons dont celle-ci participe à l'élaboration de schèmes mentaux et comportementaux. Cette réflexion s'inscrit dans la suite des «sémiotiques sociales» élaborées dans un ouvrage antérieur co-écrit par Kress (HODGE, Robert et KRESS, Gunther, *Social Semiotics*, Ithaca : Cornell University Press, 1988). La sémiotique sociale envisage la dimension sociale des systèmes sémiotiques comme une donnée intrinsèque de leur nature et de leur fonction : décrire un langage implique donc simultanément la description des usages sociaux auxquels se prête ce langage.

Étant donné ce parti pris et les spécialités des auteurs (Kress est professeur d'anglais et d'éducation à Londres, où van Leeuwen enseigne de son côté en communication), le jargon disciplinaire qu'on trouve dans *Reading Images* relève autant de la linguistique que de l'esthétique, et là gît sûrement le principal écueil de lecture. Comme le lectorat de cet ouvrage risque fort de provenir d'horizons multiples (communication, sociologie, anthropologie, etc.), un bref glossaire aurait été bienvenu (heureusement, des descriptions récapitulatives [«Realizations »] de fin de chapitre atténuent partiellement ce problème de vocabulaire).

Les auteurs abordent la communication visuelle par le biais de ses métafonctions : la métafonction correspond aux dimensions relationnelle et référentielle, proprement sociales, d'un mode sémiotique (qu'il s'agisse de la langue, de l'image, du son, etc.). Ce concept, emprunté à M. A. K. Halliday, reconnaît dans chaque sémiotique des métafonctions «idéationnelle» et «interpersonnelle», auxquelles s'ajoutent une métafonction «textuelle». À la métafonction idéationnelle correspondent les relations entre êtres et / ou objets dans «un monde hors du système de représentation [par lequel ceux-ci sont figurés]» («That world may of course be, and most frequently is, the world of other semiotic systems», p. 40). Ces relations prennent la forme de processus

d'interactions (représentations narratives , où des personnages agissent ou interagissent), ou de processus classificatoires (représentations conceptuelles, axées sur les attributs physiques des personnages, par exemple).

La métafonction interpersonnelle comprend les relations sociales projetées par l'image entre le producteur, l'observateur (the viewer) et l'objet / être représenté; on peut y distinguer les processus interactifs d'interpellation et de monstration (modèle «transactionnel», fréquent dans l'image publicitaire), ainsi que les modalités (ou «modèles de réalité» que représente l'image pour chaque pôle de la communication, soit le "réalisme" relatif de la représentation, tel qu'interprété socialement). La métafonction textuelle intervient quant à elle au niveau de la configuration globale des signes en textes, « [...] complexes of signs which cohere both internally and with the context in and for which they were produced» (p. 41): c'est ici que s'agencent dans une composition les divers éléments distincts mis à contribution, qu'ils soient visuels, langagiers, sonores, etc., au sein d'une synthèse englobante (le «texte») où le tout est plus que la somme de ses parties. En ce sens, une page de quotidien, un magazine illustré ou un livre pour enfants, par exemple, constituent tous des «textes» visuels, correspondant chacun à un contexte d'émission et de réception particulier.

Kress et van Leeuwen parviennent à articuler intelligiblement ces concepts : des tableaux schématiques résument la matière traitée et permettent une meilleure compréhension de chaque sous-ensemble théorique. Toutefois, s'il est aisé de saisir, sinon d'appliquer, les différentes grilles conceptuelles correspondant aux trois métafonctions, l'imbrication globale de ces divers paliers laisse davantage à désirer. Plutôt que de conclure sur un survol récapitulatif, qui aurait permis une meilleure articulation de l'ensemble de cette trousse théorique élaborée, les auteurs ont choisi de se livrer à une réflexion, nettement moins substantielle et aboutie que celle qui la précède, sur la matérialité de l'image et sur l'image tridimensionnelle.

Cette réflexion tardive témoigne d'un dilemme pas entièrement résolu par les auteurs : se refusant à élaborer une «théorie générale» de l'image, Kress et van Leeuwen prônent pourtant que la latitude de leur approche met en relief les «connexions» généralement occultées dans l'analyse d'objets «limités et hautement spécialisés» (ceux, notamment, des études en histoire de l'art). Voilà une réduction bien cavalière des études en esthétique, lesquelles ne se détournent pas toutes des réalités sociales, loin de là; de plus, les auteurs de *Reading Images* ne précisent guère en quoi d'autres objets visuels, issus de la publicité ou de la culture de masse par exemple, seraient moins «limités et hautement spécialisés» : malgré un caractère plus accessible, ce type d'image exige aussi une finesse d'interprétation non négligeable, pour éviter de tomber dans l'évidence ou la fabulation. La lourdeur terminologique de l'approche présentée dans *Reading Images* témoigne d'ailleurs de cette exigence descriptive : à vouloir tenir compte d'un trop grand nombre de variables, Kress et van Leeuwen en viennent à forger une nouvelle langue de bois guère plus maniable ou accessible que celle qu'ils semblent implicitement déplorer chez les historiens d'art.

L'inventaire annoncé des «structures compositionnelles majeures» de l'image apparaît pour sa part, au mieux, partiel autant que partial : certains aspects formels passés sous silence revêtent une importance qui n'est pas négligeable, même dans le cadre d'une analyse "socio-sémiotique". On peut s'étonner que les auteurs ne consacrent aucune attention soutenue au caractère expressif de la typographie ou de la calligraphie, par exemple, où le textuel et le visuel jouent de concert en vue d'un effet complexe sur l'observateur. Plus regrettable encore, même silence sur le ratio de l'image, qui pourtant crée une dynamique particulière entre les axes horizontal et vertical et constitue une donnée essentielle de la surface visuelle.

Comme méthode d'éducation générale à l'image, l'approche de Kress et de van Leeuwen n'en demeure pas moins pertinente. Elle a la grande vertu de démontrer clairement -- sans toutefois aspirer à l'exhaustivité -- les liens entre images et contexte social, tels qu'inscrits à même la communication visuelle, que ce soit par la position d'un personnage dans une image ou la direction de son regard, susceptibles de révéler les intentions (parfois inavouées ou insoupçonnées) du producteur de cette image, ou encore par la configuration d'un «texte» visuel, dont la composition même apporte des «clefs» à sa compréhension et à son discours implicite.

Les auteurs perçoivent la communication visuelle comme un domaine réservé de moins en moins aux seuls spécialistes : la multiplication de travaux descriptifs qui s'en réclament entraînera à leur avis un enseignement plus normatif, dans le souci de cataloguer les règles émergentes de ce type de communication. Kress et van Leeuwen demeurent conscients que leur ouvrage peut s'inscrire dans cette tendance, mais leur grille théorique, par ses béances mêmes, convie à une observation accrue, plutôt qu'à un épingleage classificatoire définitif. Et

bien que la sémiotique sociale dont ils se réclament trouve initialement son point d'ancrage dans la linguistique, la reconnaissance des spécificités de l'expression visuelle évite aux deux chercheurs d'étouffer l'image sous les mots, comme il advient hélas trop souvent.

Pour ces qualités -- auxquelles s'ajoute encore la bibliographie éclectique en fin de volume et l'analyse de certains schémas de la communication bien connus (Shannon et Weaver, Watson et Hill, etc.) -- Reading Images constitue une ressource tout à fait recommandable, spécialement pour les chercheuses et chercheurs qui se préoccupent des fonctions et de l'impact de l'image dans un cadre communicationnel ou éducatif. Il s'agit maintenant d'attendre -- impatiemment, en vérité -- l'ouvrage que Kress et van Leeuwen se promettent de réaliser sur l'audio-visuel, domaine théorique complexe de l'image et conséquemment assez périlleux...

[Mots clefs : image -- langage -- sémiotique -- sociologie -- visuel]



Copyright © [COMMposite v97.1](#) - 1997 - Tous droits réservés.

Lacroix, Jean-Guy et Tremblay, Gaëtan (sous la direction de), *Les autoroutes de l'information. Un produit de la convergence*, Sainte-Foy, éditions des Presses de l'Université du Québec, 1995, 555 pages.

Note de lecture par [Éric George](#)



Quelle direction l'autoroute de l'information prend-elle ?

Alors que les autoroutes de l'information constituent l'un des thèmes les plus médiatisés de ces derniers mois, un ouvrage abondant avec sérieux et recul la question était plus que jamais nécessaire. Voilà qui est fait avec "Les autoroutes de l'information. Un produit de la convergence" qui s'intéresse à ces fameuses routes sous des aspects économiques, politiques, sociaux et techniques. Cet ouvrage représente avec un livre précédent intitulé "De la télématique aux autoroutes électroniques. Le grand projet reconduit" ([1](#)) la concrétisation d'un programme de recherche franco-québécois de quatre ans sur la convergence des technologies de l'information. Celui-ci a été réalisé à partir des contributions de 77 conférenciers qui ont participé du 29 septembre au 1er octobre 1994 à un symposium international sur la convergence des techniques de communication à Montréal.

Les deux coordinateurs de l'ouvrage, Jean-Guy Lacroix et Gaëtan Tremblay, professeurs à l'Université du Québec à Montréal, étaient également organisateurs de la rencontre internationale.

Pour pallier la difficulté à transposer les actes d'un colloque en livre, les interventions ont été quelque peu remaniées et l'ordre des présentations a été légèrement modifié avec la mise en relief des thèmes suivants : l'incidence des politiques de communication et de la réglementation ; les structures industrielles et les stratégies d'acteurs ; l'effet de l'implantation des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) sur l'organisation du travail et la formation de la main d'oeuvre ; la formation des usages sociaux des NTIC.

Il en ressort un ouvrage fort intéressant, avec un éventail de présentations diversifié grâce à la présence simultanée de chercheurs et d'acteurs, notamment politiques et économiques, de différents pays. Avec un regret à la lecture : l'absence de réel dialogue, notamment entre chercheurs et acteurs. Ces deux catégories d'intervenants prenaient la parole lors du colloque mais leurs échanges n'ont pas été retranscrits dans cet ouvrage. Une occasion de rapprocher les univers académique et professionnel a été ratée. C'est dommage.

Premier enseignement à la lecture de cet ouvrage, les autoroutes de l'information constituent désormais la nouvelle frontière des États-Unis, moins spectaculaire que la conquête de l'Ouest mais toute aussi importante en termes économiques, moins spectaculaire que la conquête de la Lune mais toute aussi importante en termes symboliques.

Depuis le 11 janvier 1993, date du fameux discours du vice-président des États-Unis, Al Gore, sur les *information superhighways*, les Américains sont invités à "plonger" dans la société de l'information, à la fois par les médias tels la chaîne d'informations CNN ou le magazine "branché" "Wired", par les politiciens regroupés derrière Al Gore côté démocrate et Newt Gingrich leader de la Chambre des représentants côté républicain, par les intellectuels "à la page" tels Nicholas Negroponte ou Alvin Toffler et par les chefs d'entreprise comme Bill Gates. Or, derrière cette promesse de l'avènement d'une nouvelle société, se profile en

fait l'ouverture d'un nouveau champ de bataille dans le cadre de la guerre économique mondiale.

Le secteur audiovisuel étant le second secteur qui exporte le plus aux États-Unis (après l'aéronautique), dès lors, il est logique que les autorités de Washington demandent l'adoption de par le monde de cadres législatifs les moins contraignants possibles. Peu nombreux seront sans doute les lecteurs surpris par cette analyse. En revanche, dans le cadre des relations commerciales des États-Unis avec ses voisins, l'énoncé de la position des pays d'Amérique Latine, notamment du Mexique, étonnera peut-être plus le lecteur non averti.

Au Mexique, depuis le début des années 90, faire partie des réseaux internationaux de télécommunications est devenu un objectif politique prioritaire. Il est vrai que plus de 60% des ressources audiovisuelles du tiers-monde y sont produites, annonce Carmen Gomez Mont, professeur à l'Université Ibéroaméricaine. Et désormais, s'appuyant sur le dynamisme de la langue espagnole aux États-Unis, les acteurs de l'audiovisuel mexicain s'intéressent à une diffusion de l'autre côté du Rio Grande. À la suite des propos de Newt Gingrich sur l'officialisation de l'anglais en tant que langue de son pays, on peut se demander si l'attitude américaine ne changerait pas en matière audiovisuelle en cas d'offensive massive de programmes en espagnol.

La position canadienne est toute autre. Pour Robert Armstrong, directeur du département "Politiques, Planification, Recherche" de Téléfilm Canada, le développement de nouvelles infrastructures va avoir une influence considérable sur la réglementation et sur le financement du secteur de l'audiovisuel. En la matière, le gouvernement canadien et le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (le CRTC) doivent avoir pour principal objectif de favoriser le contenu canadien, un objectif confirmé par Jean Guerette, responsable du secteur multimédia au ministère du Patrimoine à Ottawa. Ce dernier avance également deux autres objectifs pour le pays : la création d'emplois grâce à l'innovation et à l'investissement, ainsi que l'accès universel à un coût raisonnable.

Ce thème-clé de l'accès universel aux autoroutes est traité sous différents angles. Guiseppe Richeri, professeur à l'Institut polytechnique de Milan, rappelle que les segments de la population d'un statut socio-économique plus élevé ont tendance à sélectionner et à se procurer les informations plus rapidement et en allant plus droit au but que les segments correspondant à un niveau socio-économique plus bas, de sorte que l'écart entre les connaissances des uns et des autres tend à s'accroître plutôt qu'à diminuer. Le contexte social contribue largement à ces inégalités : avoir une vie riche en occasions d'échange, de rencontres et avoir une démarche créative dans son travail sont autant d'occasions de valoriser les informations reçues des médias, ce qui favorise la collecte d'informations, et ainsi de suite.

Gilles Willett, professeur à l'Université Laval, reprend à son compte l'idée forte que les technologies dites de communication apparaissent de plus en plus comme "étant le moyen choisi, par l'élite de chaque société pour assurer sa propre survie, pour imposer un nouveau modèle d'ordre social et pour maintenir son contrôle sur celui-ci".

Fort intéressantes, ces analyses modèrent quelque peu l'enthousiasme général autour des autoroutes à venir mais gardons-nous de toute généralisation hâtive. Des études sur l'appropriation des technologies de communication par les générations récentes - notamment sur l'utilisation des micro-ordinateurs aux États-Unis et sur le Minitel en France - ont mis en évidence un fait nouveau : une moindre pregnance des variables à caractère social.

Au Québec, lancé en 1990 par le câblo-opérateur Vidéotron avec une première gamme de services interactifs, le terminal Vidéoway a été utilisé de prime abord par des personnes qui n'avaient pas le profil habituel des innovateurs. Ni la profession, ni le niveau d'éducation, ni même l'âge ne se sont imposés comme des variables discriminantes. Sans doute faut-il lier ce phénomène au fait que la technologie Vidéoway s'appuie sur un support, le téléviseur, plus familier que l'ordinateur et qu'elle n'impose pas de saut technologique conséquent pour l'utilisateur. Malgré les propos de Sylvie Lalande, présidente du consortium UBI (universalité, bidirectionnalité, interactivité), le Vidéoway permet aujourd'hui une interactivité fort limitée. De plus, son utilisation a essentiellement un but consommatoire.

On sait que pour aboutir à une meilleure égalité des chances, la formation s'avère être primordiale. Claire Bélisle, ingénieure au Centre national français de la recherche scientifique (CNRS), estime que "plus nos sociétés se structurent économiquement autour de l'information, de l'accès à l'information et de la communication, plus ceux qui les maîtrisent prennent de l'importance". D'où l'importance de la formation et des formateurs, bousculés par l'arrivée de produits multimédias de formation, par une offre diversifiée dans les modes d'accès aux savoirs et à la connaissance, et par la création de véritables industries du savoir. Acteur logique, le monde académique semble handicapé par un "certain nombre d'obstacles liés à la culture académique, dont la rigidité institutionnelle et la quasi-absence d'échanges sur le plan pédagogique et disciplinaire entre collègues, départements ou facultés".

La réaction défensive des enseignants peut se comprendre quand ceux-ci entendent dans les discours des promoteurs des nouvelles technologies qu'ils pourraient être rapidement remplacés par des matériels et des logiciels. Or, "former n'est pas transférer des informations, contenus, connaissances ... apprendre n'est jamais un simple enregistrement plus ou moins passif de données" ajoute fort à propos Claire Bélisle.

Un autre débat important, celui des contenus, n'est pas assez abordé dans l'ouvrage. À l'image de l'expérience d'utilisation de la vidéo à la carte dans un cadre académique, on constate pourtant à la lecture des propos de Pierre Bélanger et Denis Bachand, professeurs à l'Université d'Ottawa, que l'effet de curiosité pour la nouveauté technique diminue dans le temps (phase connue sous le nom d'effet Hawthorne) et que celui-ci doit être remplacé par une richesse en matière de contenus.

Clément Bourassa, directeur du département télécommunication à Télé Québec, précise de son côté que le succès de l'autoroute de l'information ne dépend pas de découvertes technologiques. Le succès passera par la qualité des contenus offerts, une structure de coûts permettant des prix abordables et une "convivialité exceptionnelle de tous les outils mis à la disposition des consommateurs". En France, un rapport récent - le rapport Breton - indiquait que pour la quasi-totalité des téléservices - la diffusion d'images vidéo de bonne définition mise à part - les infrastructures actuelles sont largement suffisantes. Néanmoins, une fois de plus, l'accent semble être mis, à la fois dans les discours, dans les politiques et dans ce livre, avant tout sur les réseaux et les terminaux plutôt que sur ce que nous voulons véhiculer à travers ceux-ci. Faut-il y voir une plus grande difficulté à aborder les questions liées aux contenus multimédiatiques ? Faut-il y voir une attitude idéologique libérale ? Ainsi, la question des contenus n'apparaît aucunement parmi les centres d'intérêt de l'organisme de régulation américain, la Federal Communications Commission (FCC). Le débat porte plutôt sur les mérites de la concurrence pour le consommateur. L'ouverture d'une guerre entre opérateurs de télécommunications ("les telcos") et câblodistributeurs ("les cablos") va-t-elle augmenter encore le choix des (consommateurs) Américains ?

Dernière idée forte, la réalité virtuelle et le cyberspace, dans lesquels nous plonge Gilles Willett. "Ce serait une erreur de penser que le cyberspace n'est que le prolongement ou l'amplification de l'espace télécommunicationnel" annonce-t-il. "Alors que (ce dernier) a profondément changé notre rapport humain à l'espace, au temps et à la durée, le cyberspace modifie non seulement ce rapport mais aussi celui que nous avons avec nous-mêmes, avec les différents éléments de notre questionnement et avec les autres personnes".

Que penser ? Philippe Quéau, directeur de la division Information à l'UNESCO, estime dans un autre ouvrage (2) que les mondes virtuels peuvent nous aider à objectiver symboliquement les points de vue ainsi que leurs divergences et nous donnent un moyen intuitif de nous "mettre à la place de l'autre" non seulement métaphoriquement mais aussi "réellement". À moins que nous nous dirigeons vers "une involution comportementale négative qui mène l'espèce vers une fixité pathologique : l'avènement d'un homme assis ou pis, d'un homme couché", selon les termes de l'urbaniste Paul Virilio (3).

En revenant à la lecture de l'ouvrage coordonné par Jean-Guy Lacroix et Gaëtan Tremblay, on peut s'étonner et regretter la quasi-absence de l'Internet dans ce livre, alors qu'il s'agit pour le moment du seul exemple d'autoroute de l'information vraiment interactive largement utilisée à l'échelle internationale. On regrettera aussi l'absence de réflexion sur le secteur des logiciels malgré leur rôle essentiel dans le secteur du multimédia.

Ce n'est pas un hasard si aujourd'hui Microsoft est plus puissant financièrement qu'IBM et si le logiciel peut être désormais considéré comme de "l'or gris".

Enfin, concluons avec Gaëtan Tremblay qui rappelle fort à propos plusieurs données qui devraient nous permettre d'analyser les événements à venir d'un autre oeil. "La question des autoroutes de l'information reste ouverte. Des choix importants restent à faire aux niveaux politique, économique, culturel et social. Les idéologies fournissent des réponses toutes faites qui doivent être remises en cause, que ce soit l'idéologie de l'interventionnisme à tout crin, mais aussi on l'oublie trop souvent, l'idéologie du libre marché".



Références

1- LACROIX, Jean-Guy, MIÈGE, Bernard et TREMBLAY, Gaëtan (sous la direction de), De la télématique aux autoroutes électroniques. Le grand projet reconduit, Sainte-Foy, éditions des Presses de l'Université du Québec, Grenoble, éditions des Presses de l'Université de Grenoble, 1994, 265 pages.

2- QUÉAU, Philippe, "La puissance du virtuel", dans *Les métaphores du virtuel*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, 1992, pages 15 à 27.

3- VIRILIO, Paul, L'inertie polaire, Paris, éditions Christian Bourgois, 1990, 168 pages.



Copyright © [COMMposite v97.1](#) - 1997 - Tous droits réservés.