

***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... un nouvel espace de publication électronique

Cette deuxième "version" de COMMposite poursuit son mandat de revue francophone destinée à de jeunes chercheurs et chercheuses que le domaine de la communication intéresse. Responsable d'une publication exclusivement électronique, le comité éditorial souhaite prendre part aux débats sur les enjeux de cette nouvelle forme d'échange de la connaissance scientifique. Certes, le phénomène prend de l'ampleur; le nombre de revues disponibles sur le World Wide Web dépassait plus de trois mille titres en janvier 1997, en comparaison d'une centaine en 1991 ([Chartron, 1997](#)). Cependant, si certains accordent à ces revues électroniques un rôle important dans l'avenir, les réserves à leur égard demeurent importantes.

À ce titre, les Journées SFSIC-ENSSIB tenues les 19-20 novembre 1997 à Villeurbanne (France) ont initié une réflexion que nous aimerions poursuivre dans le cadre de cet éditorial. Sous le thème « Une nouvelle donne pour les revues scientifiques? », ces journées d'échanges ont permis de soulever et de discuter des enjeux qui préoccupent la communauté des chercheurs. « Les pratiques d'échange électronique fournissent (...) de nouvelles opportunités sans qu'aujourd'hui les uns et les autres soient assurés de leur viabilité en termes de production, de visibilité et de légitimité scientifiques, d'usages ou d'équilibre financier » ([Journées SFSIC-ENSSIB, 1997](#)). Pour aborder la question, nous retenons quelques faits saillants présentés lors de ces journées, notamment des extraits des présentations de S. Harnad (Université de Southampton, Royaume-Uni) ainsi que d'Alberto Cambrosio (Université McGill, Montréal, Canada) et Daniel Jacobi (Université de Bourgogne, France).

Comme le signale [Harnad](#), une des principales réticences vis-à-vis de la publication électronique demeure le prestige des revues papier sur lesquelles s'établit l'évaluation de la recherche universitaire. En corollaire, il faut considérer la reconnaissance moindre de la communauté à l'égard des travaux publiés sur support électronique. S'ajoutent aussi les dangers du plagiat des données ainsi que de la perte du contenu si la revue électronique vient à disparaître. Pourtant, selon Harnad, le travail du scientifique est « construit sur le travail des autres », ce qui l'amène à voir dans le support électronique un meilleur accès à l'information à coûts moindres voire nuls. Cependant, la crédibilité de la forme électronique vis-à-vis du support papier ne pourrait être renforcée sans une modification des politiques des gouvernements et des organismes scientifiques (entre autres, l'extension du financement de la recherche aux frais de publication électronique et la considération explicite des publications électroniques dans l'évaluation de la recherche universitaire).

Pour leur part, Cambrosio et Jacobi adoptent une position originale sur la question, pour éviter les débats classiques entre « déterminisme technologique (selon lequel la venue de nouvelles technologies suffirait à bouleverser les pratiques sociales) et déterminisme sociologique (d'après lequel les structures sociales préexistantes façonneraient le type et le degré d'utilisation des nouvelles technologies) ». Il faut plutôt envisager qu'un article scientifique peut prendre « différentes incarnations (manuscrit, pre-print, article publié) ». Il ne s'agit plus alors de comparer deux seuls modes de diffusion. La revue électronique devient ainsi un élément d'un *continuum* d'échanges; les deux pôles de ce continuum étant, d'un côté, les messages électroniques informels et de l'autre, les publications disponibles dans des bibliothèques, évaluées par les pairs. En ce sens, la revue électronique peut jouer un rôle de coordination entre les chercheurs dans un secteur donné, en permettant l'accès plus rapide à différentes informations. Le champ des possibilités s'élargit et ce, en fonction des pratiques de chaque secteur de recherche. En médecine, par exemple le « On Line Journal of Current Clinical Trials » est maintenant indexé « dans la puissante banque de références bibliographiques médicales », Medline. ([Cambrosio et Jacobi 1997](#))

Que nous suggèrent ces quelques éléments de réflexion sur la place d'une revue électronique comme COMMposite qui, de surcroît, innove par son mode de coordination (c'est-à-dire géré par des étudiants-jeunes chercheurs) ? Certes, la question de la crédibilité demeure une source d'interrogations pour les auteurs potentiels mais peut l'être aussi pour les lecteurs. C'est probablement au fil des publications, par le maintien de la qualité des articles et par la réaction des lecteurs, que cette question trouvera en partie réponse. La présence d'un comité éditorial et d'un comité de lecture confirme la volonté de COMMposite de faire siennes les pratiques de l'évaluation par les pairs dans le champ universitaire. À cela s'ajoute une critique implicite du mode de fonctionnement de la publication scientifique; COMMposite n'est pas seulement une revue d'étudiants consacrée à la recherche, mais une revue de recherche conçue et réalisée par des étudiants.

Force est de reconnaître qu'une telle revue n'aurait pu naître sous une forme « papier », si l'on considère les contraintes économiques liées à ce type d'entreprise. Basée sur le volontariat, comme bon nombre de publications électroniques de centres de recherches universitaires, hébergée gracieusement par l'UQAM et dénuée de toute publicité, une revue comme COMMposite demeure en marge des problèmes de logique marchande de diffusion.

La question de la légitimité vis-à-vis d'autres types de diffusion de la connaissance scientifique ne doit cependant pas occulter l'originalité de l'expérience de la publication électronique. Les jeunes chercheurs peuvent profiter d'un support dont personne ne comprend encore vraiment ni les modalités de diffusion ni celles de réception. L'absence de modèles et de traditions dans ce secteur procède de ce pari. En ce sens, COMMposite devient une voie possible « en construction » comme nouvel espace de coordination et d'évaluation entre pairs, à la fois intégré, et en marge de, l'enceinte universitaire.

Cette version 98.1 de COMMposite aborde différents niveaux de questionnement, tant du point de vue théorique qu'empirique. Dans le cadre de la sociologie des usages des technologies, Florence Millerand privilégie les dimensions théoriques. Ce premier article, d'une série de deux, fait le point sur les approches de la diffusion et de l'innovation. Elle considère successivement leur contexte intellectuel d'origine, leurs postulats et le paradigme dans lequel chacune s'inscrit avec un modèle de l'usager conséquent. L'approche de l'appropriation fera l'objet d'un second article à paraître dans notre prochain

numéro.

De son côté, Geneviève Vidal relève un parallélisme dans la prise en compte du sujet-acteur dans les études des usages des produits multimédias d'une part, et en muséologie d'autre part; et ce, au moment où les musées cherchent à élargir leurs publics et à marchandiser leurs richesses patrimoniales, par le biais de la numérisation.

Pour leur part, Éric George et Maryse Rivard présentent une réflexion sur l'accès à l'information comme facteur de progrès de la démocratie. À la lumière de l'expérience de la première « ville numérique » française, Parthenay, ils s'interrogent sur les enseignements possibles du point de vue des contenus et des usages sociaux des technologies de l'information et de la communication. En ce sens, ils posent la question de la généralisation à d'autres sites, compte tenu de la spécificité de ce projet expérimental.

Quant à Franck Rebillard, il développe l'idée que la convergence des technologies est un construit social mis en place par les différents protagonistes - pouvoirs publics, industriels, concepteurs, littérateurs, utilisateurs. À partir du cas d'Infonie (un service en ligne commercial), l'auteur compare les visions de la technologie tant du point de vue des actions entreprises par les promoteurs que des écrits journalistiques. Cependant, il constate que même dans la presse, les lignes de pensée divergent, entre autres sur la capacité d'anticipation des mutations technologiques et sur une argumentation d'ordre économique dans un contexte qui oscille entre interventionnisme et libéralisme.

Enfin, Guillaume Latzko-Toth s'interroge sur le phénomène médiatique de la diffusion des sciences à partir d'un cas spécifique, la « crise de la vache folle » survenue en Europe au printemps 1996. Par une analyse des articles et des communiqués scientifiques à l'origine de la crise, il considère que la problématique de la transmission de cette maladie bovine à l'humain doit être considérée surtout du point de vue culturel et communicationnel.

En terminant, soulignons l'ajout (imminent!) de « boîtes de commentaires » à la fin du présent éditorial et de chacun des articles. Ce « nouvel espace d'échanges » entre nos lecteurs, nos auteurs et l'équipe de COMMposite a pour objectif d'élargir la dimension interactive de la revue, de recueillir et éventuellement de publier les réactions de nos lecteurs. Vous êtes donc invités, suite à votre lecture, à inaugurer ce nouvel espace interactif en nous faisant part de vos réflexions sur le rôle des publications électroniques ainsi que sur les thèmes abordés dans ce numéro.

[Le comité éditorial](#)

Références

Cambrosio, A, et Jacobi, D., novembre 1997, L'écriture dite électronique est-elle susceptible de modifier la production des écrits scientifiques primaires? [En ligne]: <http://www.enssib.fr/eco-doc/com.jacobi.html>

Chartron, G., novembre 1997, Nouveaux modèles pour la communication scientifique, [En ligne]: <http://www.enssib.fr/eco-doc/chartron.html>

Harnad, S., novembre 1997, Comment accélérer l'inéluctable évolution des revues érudites vers la solution optimale pour les étudiants et les chercheurs? [En ligne]:

<http://www.enssib.fr/eco-doc/harnadinteg.html>

Journées SFSIC-ENSSIB Villeurbanne, 19-20 novembre 1997, Une nouvelle donne pour les revues scientifiques? Problématique, [En ligne] <http://www.enssib.fr/eco-doc/problematique.html>

Pélachaud, G., novembre 1997, Quelques réflexions en forme de perspectives, [En ligne]:

http://www.enssib.fr/eco-doc/Pelachaud_int.html



Copyright © [COMMposite v98.1](http://commposite.org/v1/98.1/) - 1998 - Tous droits réservés.



(v98.1)

l'antichambre

fragments

sédiments

Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation (1ère partie)

résumé

sommaire

bio

par [Florence Millerand](#)

Étudiante en doctorat de communication - Université de Montréal
© Florence Millerand - 1998 - Tous droits réservés.

▲ Résumé

Les recherches réalisées dans le domaine des usages des médias et des technologies se caractérisent par une grande variété, à la fois dans les objets de recherches privilégiés, les problématiques développées et dans les positions théoriques qui les fondent. L'auteur livre dans ce texte une synthèse présentant trois approches de l'étude des usages, à savoir l'approche de la *diffusion*, l'approche de l'*innovation* et l'approche de l'*appropriation**. Pour chacune d'entre elles sont précisés : le contexte intellectuel qui les a fait émerger, les postulats sur lesquels elles sont basées, et le paradigme dans lequel elles s'inscrivent. Le modèle de l'utilisateur à l'œuvre ainsi que les différentes acceptations de la notion d'usage sont également dégagés de façon à mettre à jour les divers clivages théoriques et méthodologiques existant entre ces approches.

*La [2^e partie](#) de cet article, traitant de l'approche de l'appropriation, a été publiée dans COMMposite [v99.1](#).

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

Descripteurs : usages, usagers, médias, technologies, diffusion, innovation, appropriation, théories, modèles.

▲ Sommaire

1ère partie :

1. [Introduction](#)
[Sur la notion d'usage](#)

2. [De la technique au social](#)
[Penser la technique](#)
[De l'objet au sujet](#)
[De la quotidienneté](#)
3. [La « mise en objet » de la technique](#)
[L'objet « outil », l'objet « signe social », et le « dispositif »](#)
[Des objets aux contenus](#)
4. [L'évolution des approches théoriques](#)
5. [L'approche de la diffusion](#)
[Le paradigme diffusionniste](#)
6. [L'approche de l'innovation](#)
[L'école de la traduction](#)

2ème partie :

7. L'approche de l'appropriation
 - 7.1. Les formes de l'appropriation
L'écart entre les usages prescrits et les usages effectifs
Les « significations d'usage »
 - 7.2. Les technologies domestiques et l'évolution des modes de vie
Le remodelage des frontières entre les sphères publique et privée
La technicisation de la relation de communication
 - 7.3. L'utilisateur actif, autonome et privé : consommateur ou citoyen ?
La socio-politique des usages
8. Conclusion
9. [Bibliographie](#)



▲1. INTRODUCTION

Le contexte actuel est marqué par la profusion des "nouvelles technologies de communication", qui font l'objet de nombreux discours, tantôt apologétiques, tantôt apocalyptiques, que le phénomène de l'Internet a contribué à amplifier de façon considérable. L'introduction de ces nouvelles technologies dans les foyers a commencé il y a déjà quelques années, notamment avec l'introduction du magnétoscope et les premières expérimentations de réseaux télématiques dans les années 80. À l'heure actuelle, ces « objets techniques » sont beaucoup plus nombreux et plus complexes. Un inventaire réaliste des objets généralement présents dans la plupart des domiciles pourrait être le suivant : téléviseur, magnétoscope, console de jeux vidéo, chaîne hi-fi, téléphone, télécopieur, répondeur ou autre boîte vocale, télévision interactive (au Québec) ou Minitel (en France), micro-ordinateur, etc. Un grand nombre de ces objets pourrait être écrit au pluriel, vu le phénomène du multi-équipement: le nombre de téléviseurs ou de téléphones notamment, est en évolution constante.

Depuis quelques années, la tendance est aux "machines intelligentes"; on s'efforce de rendre plus "intelligentes" aussi bien la télévision que la machine à laver, par exemple en les parant de microprocesseurs, de systèmes de recherche automatique ou de programmeurs. Il reste que les technologies que nous appelons « interactives » (1) se différencient des autres appareils domestiques par la complexité de leurs modes opératoires, et par l'étendue de la gamme d'usage qu'ils permettent. À la différence du réfrigérateur ou du four à micro-ondes par exemple, la télévision peut servir de gardienne d'enfants, de compagnon de jeux, de bruit de fond assumant l'illusion d'une présence ou de terminal d'accès à de l'information - si elle est, en plus, interactive. Elle peut offrir des sujets de conversation au bureau, permettre aux différents membres d'un foyer de "se retrouver", devenir un enjeu de pouvoir entre les parents et les enfants, etc. Elle peut divertir, informer, enseigner, et éduquer.

Le propos contenu dans ce texte concerne de très près les « nouvelles technologies », les « outils de communication », les « machines à communiquer » (2) ou encore les « technologies interactives », qui se présentent à nous sous la forme d'objets techniques, et qui peuplent nos domiciles. Dans ce texte, nous nous intéressons plus spécifiquement aux aspects sociaux de ces technologies interactives de communication, dans un contexte où la médiation technique occupe une place cruciale dans les activités quotidiennes, qu'elles soient de communication ou non. À travers un questionnaire centré sur *l'usage* de ces technologies - qui, souvent, semble être considéré comme allant de soi - nous étudierons la question de *l'appropriation sociale* de celles-ci et interrogerons *le rapport des individus aux objets techniques* - ainsi qu'à leur contenu - à la lumière de différentes approches théoriques et méthodologiques.

Quelques décennies de recherche sur les médias et les technologies permettent de donner suffisamment de visibilité aux travaux sur la question des usages. Nous présentons ici les trois courants de recherche que nous regroupons sous le vocable de "sociologie des usages" (3), à savoir les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation. L'objectif de ce travail consiste moins à défendre une thèse particulière qu'à faire état des différentes théories et méthodologies utilisées dans les recherches du domaine. Pour ce faire, nous nous basons sur le travail de Pierre Chambat publié en 1994 dans un article intitulé « Usages des TIC : évolution des problématiques », article que nous utiliserons ici comme canevas pour notre synthèse. L'analyse de Pierre Chambat est, à notre connaissance, la seule à présenter de façon aussi étayée les différentes approches dans le domaine de la sociologie des usages (4). Il est intéressant dans la mesure où il met en perspective celles-ci en les faisant dialoguer sur la base de trois « problèmes » qu'il pose comme des questions nodales, à savoir la technique, les objets et le quotidien. Nous reprendrons ici ces distinctions. En ce qui concerne la présentation des approches, nous avons choisi de présenter rapidement celles de la diffusion et de l'innovation, pour insister davantage sur celle de l'appropriation. Cette dernière semble être en effet la moins bien documentée bien qu'elle regroupe une grande quantité d'études et de travaux de recherche.

Nous discuterons dans un premier temps de la place du « technique » et du « social » et nous traiterons ensuite de la « mise en objet » de la technique sous la forme d'objets matériels ou « dispositifs techniques ». Les approches théoriques et les options méthodologiques utilisées dans les recherches sur les usages des médias et des technologies seront présentées par la suite; les divers clivages théoriques et méthodologiques existant entre ces approches y seront explicités. Pour chacune des trois approches (approche de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation), nous tâcherons de préciser le contexte intellectuel qui les a fait émerger, les postulats sur lesquels elles sont basées et le paradigme dans lequel elles s'inscrivent. Dans la mesure du possible, nous nous efforcerons de dégager les positions théoriques et méthodologiques de chacune des approches, ainsi que les principales questions de recherche abordées. Nous dégagerons le ou les modèle(s) de l'usager à l'oeuvre ainsi que les différentes

acceptations des notions d'usage et d'appropriation.

▲1.1. Sur la notion d'usage

Avant de poursuivre plus avant, la notion d'usage doit être précisée. Cette notion connaît de nombreuses acceptions différentes, qui sous-tendent des conceptions tout aussi différentes de la « technique » et du « social ». Une lecture rapide de la littérature du domaine suffit se rendre compte de la confusion entre les termes ; le terme usage est utilisé pour celui d'emploi, d'utilisation, de pratique, ou encore d'appropriation. L'ambiguïté qui entoure la notion d'usage tient également au fait, comme le souligne Chambat, qu'elle est utilisée à la fois pour « repérer, décrire, et analyser des comportements et des représentations relatifs à un ensemble flou : les NTIC (...) » (1994, p.250).

Jouët fait une première distinction entre les notions d'usage et de pratique : « l'usage est [...] plus restrictif et renvoie à la simple utilisation tandis que la pratique est une notion plus élaborée qui recouvre non seulement l'emploi des techniques (l'usage) mais les comportements, les attitudes et les représentations des individus qui se rapportent directement ou indirectement à l'outil » (1993b, p.371). Toutefois, dans la plupart des recherches, cette distinction n'est pas reprise et usages et pratiques se confondent. En revanche, l'expression « usages sociaux » semble s'imposer. Lacroix propose une définition intéressante : « les usages sociaux sont des modes d'utilisation se manifestant avec suffisamment de récurrence et sous la forme d'habitudes suffisamment intégrées dans la quotidienneté pour s'insérer et s'imposer dans l'éventail des pratiques culturelles préexistantes, se reproduire et éventuellement résister en tant que pratiques spécifiques à d'autres pratiques concurrentes ou connexes » (1994, p.147).

Pour conclure et de notre point de vue, nous retenons ici les considérations suivantes : l'usage renvoie à l'utilisation d'un média ou d'une technologie, repérable et analysable à travers des pratiques et des représentations spécifiques ; l'usage devient « social » dès qu'il est possible d'en saisir - parce qu'il est stabilisé - les conditions sociales d'émergence et, en retour d'établir les modalités selon lesquelles il participe de la définition des identités sociales des sujets.

▲2. De la technique au social

▲2.1. Penser la technique

Le statut de la technique est particulier selon les approches théoriques mobilisées dans les diverses recherches sur les usages des technologies. Au risque d'une réduction abusive, et même si les conceptions ne sont pas aussi prononcées, nous posons le problème de la technique sur un continuum allant du déterminisme technologique à son symétrique, le déterminisme social en passant par les positions plus nuancées qui caractérisent la majorité des chercheurs en sociologie des usages.

La tendance au déterminisme technologique est forte et de nombreuses recherches, qui pourtant cherchent à s'en écarter, montrent certains glissements, syntaxiques notamment. Les expressions "impacts des TIC" ou "effets des TIC" (très présentes dans la littérature journalistique, mais également dans les écrits scientifiques) révèlent une forme de déterminisme technologique qui analyse les rapports entre la technique et la société en termes d'impacts de la première sur la deuxième, postulant de fait une autonomie propre de la technique. Les positions les plus radicales affirment le caractère prescriptif de la technique - perçue en terme d'offre technique - sur les usages et les pratiques - perçus en terme de demande. Le déterminisme technologique repose sur un schéma de causalité linéaire

depuis la technique jusqu'au social, similaire à celui qui fait découler le demande de l'offre. Les recherches qui s'inscrivent dans ce courant partent du principe selon lequel « le repérage des caractéristiques propres d'un média dominant permet d'aborder ensuite ses conséquences sur la culture et le fonctionnement de la société » (Chambat, 1994, p.251).

Alors que les tenants du déterminisme technologique se font de plus en plus rares ou présentent des positions plus nuancées, les discours médiatiques - et politiques - dominants restent très fortement marqués par cette tendance, révélant ainsi la prégnance des mythes technologiques ancrés dans l'imaginaire social. Dans le cas des technologies d'information et de communication, la fascination envers la technique est d'autant plus grande que les discours s'articulent autour d'une figure de l'utilisateur promu au rang d'un sujet plus libre et plus actif.

Les recherches de McLuhan, notamment sa prophétie du village global et sa théorie de la communication dont on a essentiellement retenu que « le médium est le message », ont contribué au développement de nouvelles problématiques liées aux effets et à l'impact des médias sur la société. Les discours actuels sur les autoroutes de l'information permettant de relier les foyers reprennent d'ailleurs la métaphore du village global, elle-même renforcée par les discours institutionnels qui consacrent la « société de l'information » [\(5\)](#), autrement dit l'idée selon laquelle les technologies de communication sont à l'origine d'un changement de la nature de la société (passage de la société industrielle à la société de l'information).

De la même façon, certains chercheurs, tel Pierre Lévy, qui s'attachent à l'examen des potentialités offertes par les nouvelles techniques, notamment sur le plan cognitif, peuvent témoigner d'une certaine forme de déterminisme technologique dans la mesure où la technique est abordée du point de vue de ses incidences sur les structures mentales et les modes de pensée (Jouët, 1992, p.374), et considérée comme la source d'une véritable mutation anthropologique. Il semble que ces recherches visent davantage à alimenter les réflexions sur la dimension technique des médias et des technologies en tant que telle, plutôt qu'à rendre compte des usages effectifs (Chambat, 1994, p.249).

▲2.2. De l'objet au sujet

Scardigli retrace sur un axe chronologique les grandes étapes du regard porté sur la technique en distinguant différents modèles explicatifs. Les années 70 - pendant lesquelles la priorité était la croissance économique - ont été marquées par « la technicisation progressive de tous les domaines de l'activité industrielle et sociale » (1994, p.309). Les recherches menées à cette période relèvent, selon Scardigli, d'une « techno-logique du changement social ». Les deux modèles explicatifs dominants de l'époque sont les modèles techniciste (ou volontariste) et évolutionniste qui postulent que les techniques nouvelles transforment inéluctablement la société dans le sens prévu par leurs concepteurs » (ibid., p.299).

Les recherches effectuées dans les années 80-90 vont remettre en cause ce consensus. Les chercheurs vont s'attacher à l'étude « du sens que chaque micro-acteur social entend donner à sa vie » et les comportements de refus, de détournements ou de contournements d'usages imposés vont être questionnés. Scardigli parle d'une « socio-logique du changement social » pour caractériser cette tendance en matière de recherche. Il évoque également Touraine et la « redécouverte du sujet » [\(6\)](#) pour comprendre ce passage « du produit - bien ou services qui intègre la nouvelle technologie - à la personne, à la fois consommateur, travailleur, habitant d'une cité » (ibid., p.310).

Les recherches sont donc progressivement passées d'un questionnement centré sur les techniques à celui sur les usages. Le déterminisme technologique pur semble avoir été abandonné et les positions

actuelles sont beaucoup plus nuancées; certaines peuvent témoigner d'une forme relativisée de déterminisme technologique. Dans la mesure où il les présuppose, le schéma linéaire à la base de ce courant ne permet pas de rendre compte des usages effectifs. Cependant, faire fi des contraintes techniques renvoie à la position symétrique tout aussi réductrice du déterminisme social.

▲2.3. De la quotidienneté

Actuellement, les pratiques médiatiques et les usages des outils de communication sont indissociables des activités quotidiennes; elles font partie intégrante de "la vie ordinaire" : « les pratiques de communication, à la différence des pratiques de loisirs souvent perçues comme résiduelles ou compensatrices par rapport au travail aliénant, apparaissent centrales, car les TIC se diffusent dans l'ensemble des activités quotidiennes. » (Chambat, 1994, p.260). Depuis l'écoute matinale de la radio ou de la télévision, la lecture de la presse, (ou maintenant la consultation du courrier électronique), à l'usage du téléphone, jusqu'au programme télévisé de la soirée, la journée est remplie de ces pratiques communicationnelles.

Les études quantitatives effectuées en sociologie des loisirs sur les pratiques culturelles montrent très bien la tendance à l'augmentation du temps passé à l'utilisation de ces machines à communiquer : le téléphone est une pratique quotidienne (accentuée avec l'utilisation du téléphone mobile), la télévision scande le rythme journalier ou hebdomadaire, et l'usage du micro-ordinateur est croissant, notamment avec l'arrivée dans les foyers des ordinateurs multimédias et le phénomène Internet. Les pratiques associées aux technologies de communication viennent renforcer la sphère domestique comme centre de loisirs et d'information (Jouët, 1993a). En effet, les possibilités d'obtention d'information à partir du foyer, de réalisation d'opérations de gestion bancaire, d'achat, etc., « confortent le rôle croissant pris par le domicile dans l'évolution des modes de vie » (ibid., p.112).

Défini sociologiquement comme « un système organisé de pratiques » selon Chambat (1994, p.253), le statut de la vie quotidienne oscille entre un déterminisme social qui lui accorde un pouvoir de résistance face aux pressions de l'offre économique, et un déterminisme économique qui lui refuse toute autonomie en le faisant découler directement des conditions de production ou encore en l'ignorant (Rogers, 83). En réalité, les positions sont moins caricaturales. La sociologie des usages a mis en évidence le rôle primordial du quotidien comme véritable « terreau » de formation des usages (Mallein et Toussaint, 1994).

L'ensemble des recherches s'accorde donc pour dire que le quotidien joue un rôle considérable dans la formation des usages et donc dans l'appropriation des technologies, et cela, qu'il soit appréhendé dans des termes liés au contexte spatial du domicile - avec la notion de « sphère domestique » - ou temporel - la « vie quotidienne » - ou encore dans le terme globalisant du « social ». Parler de « ré-invention » ou de « ré-appropriation » des technologies par les usagers (Rogers, 83), ou encore d'« hybridation » et de « filières d'usage » entre différentes objets (Chambat, 1994) interdit de considérer leur diffusion comme une source de changement radical : « la diffusion des TIC n'opère pas dans le vide social; elle ne procède pas davantage par novations ou substitutions radicales. Elle interfère avec des pratiques existantes, qu'elle prend en charge et réaménage » (ibid., p.253).

Selon les différentes approches de la sociologie des usages, le quotidien ou le contexte de la vie quotidienne domestique ou résidentielle dans lequel viennent se diffuser, s'approprier, ou se constituer des innovations technologiques est perçu et pris en considération de façon différente. En effet, en fonction des modèles d'analyse, la vie quotidienne est considérée essentiellement en termes de niveau de vie (la variable socio-démographique importante est celle du revenu), de modes de vie ou de styles de vie (les histoires personnelles des sujets ainsi que leurs conditions de vie en termes de revenu sont

intégrées dans l'analyse).

Cette réflexion sur le quotidien incite à re-situer l'étude des usages dans une réflexion plus large sur l'évolution des modes et styles de vie en termes sociaux, économiques voire politiques. Chambat incite à faire le pas entre les « comportements micro-sociaux et les tendances macro- sociales » (ibid., p.253). Proulx (1996) plaide pour situer l'étude de la réception médiatique dans l'ensemble des conditions sociales, économiques et politiques de production des contenus médiatiques et invite à introduire dans l'analyse le contexte de la mondialisation des médias. L'étude du quotidien implique en effet d'étendre l'analyse à la prise en considération des tendances sociales profondes et des bouleversements plus larges de la société globale qui contribuent à l'évolution des modes de vie.

▲3. La « mise en objet » de la technique

Discuter des usages des technologies de communication dans les termes abstraits de la « technique » et du « social » ne doit pas faire oublier que ces technologies se présentent aux yeux de ceux qui les utilisent avant tout sous la forme d'objets. Le rapport qu'entretiennent les usagers avec leurs téléviseurs, téléphones, ou micro-ordinateurs est d'abord un rapport concret et physique. Ainsi, comme l'a précisé Chambat, « on ne saurait raisonner abstraitement à partir de schémas techniques envisagés indépendamment de leur objectivation sous forme d'objets relevant de la culture matérielle » (1994, p.252).

Ces objets qui prennent la forme de boîtiers électroniques, de terminaux informatiques, d'appareils téléphoniques ou de téléviseurs, constituent les interfaces entre la technique - audiovisuelle, informatique, télématique - et les usagers. Le choix de telle ou telle interface pose la question de la « mise en objet » de la technique, directement liée à l'acculturation technique (Chambat, 1992, p.104). Cette idée suggère l'existence de différents types de rapports aux objets, en fonction de leurs caractéristiques d'une part, et, d'autre part, selon les différentes significations auxquelles ils renvoient chez les usagers.

▲3.1. L'objet « outil », l'objet « signe social », et le « dispositif »

On retrouve d'ailleurs dans les recherches qui traitent des usages sociaux des technologies, différentes façons de définir les objets techniques, qui varient selon les problématiques. Trois modes d'appréhension des objets qui sous-tendent trois conceptions différentes de la notion d'usage peuvent être distingués. Les objets envisagés comme « outils » conduisent à une conception de l'usage comme une utilisation plus ou moins fonctionnelle et performante. Les recherches qui les envisagent comme des « signes sociaux » définissent l'usage comme l'expression plus ou moins distinctive du statut social. Enfin, la substitution de la notion d'objet par celle de « dispositif » témoigne d'une conception de l'usage comme l'assujettissement plus ou moins accentué à des normes sociales (Chambat, 1994, p.252). Par ailleurs, différentes recherches ont mis en évidence le parallèle entre les notions de « filière d'objets » et de « filière d'usage » (Pronovost, 1994 ; Chambat, 1994) et ont montré que les usages que l'on pourrait qualifier de « banalisés » véhiculent un certain rapport à l'objet. Pronovost notamment, questionne la possibilité d'intégrer des usages de nature instrumentale à une technologie apparemment dédiée au divertissement, la télévision.

Les technologies interactives viennent complexifier cette problématique dans la mesure où elles apportent avec elles des modes opératoires spécifiques, qui impliquent non seulement une présence continue de l'utilisateur pour fonctionner, mais également sa participation active. L'ordinateur ne

fonctionne qu'en réponse à une action de l'utilisateur, et s'inscrit ainsi en rupture avec le modèle de la réception dans lequel on regroupe les "anciens" médias. Ces objets interactifs peuvent devenir des partenaires au quotidien, de véritables prothèses, qui accompagnent l'utilisateur dans sa vie de tous les jours. Les téléphones et ordinateurs portatifs en constituent de bons exemples. D'autre part, à la différence des appareils ordinaires présents au foyer, ces technologies offrent une gamme diversifiée d'usages, tour à tour compagnon de jeux, gardien d'enfants, objet de décoration, etc. Leur utilisation peut viser l'illusion d'une présence ou bien la permettre, notamment en offrant la possibilité de communiquer avec d'autres personnes situées à l'extérieur du foyer.

▲3.2. Des objets aux contenus

Réfléchir sur les technologies de communication en tant qu'objets techniques pose également le problème de leur nature, directement liée à leur contenu. La tendance actuelle est marquée par une évolution vers des sortes de « terminaux branchés sur des réseaux et qui délivrent des services » (Chambat, 1994, p.253). C'est le cas de la dernière des technologies arrivée dans les foyers, l'Internet ; les systèmes de télévision interactive ou de terminaux télématiques comme le Minitel en France constituaient les premiers exemples. Le développement des objets technologiques s'inscrit en effet dans le contexte plus large de la montée du secteur des services. Chambat pose la question d'une possible remise en cause des analyses centrées sur les objets, au bénéfice d'analyses centrées sur les services, qui aboutiraient à « disqualifier les approches en terme d'équipement, de consommation et de demande au profit de réflexions centrées sur les services, la commutation et le lien social » (ibid., p.253).

Cette prise en compte de la nature des technologies, à travers les services qu'elles délivrent, renouvelle le problème de la prescription des usages dans la mesure où on distingue l'offre technique (les objets) de l'offre de services (les contenus) ; et également dans la mesure où les services deviennent plus importants que l'équipement lui-même (ibid., p.260). L'exemple de l'ordinateur branché sur l'Internet est particulièrement intéressant, et montre bien comment un même objet peut servir une visée instrumentale (à travers la gestion de la comptabilité personnelle), ludique (utilisation de jeux) ou encore sociale (utilisation du courrier électronique ou participation à des groupes de discussion ou des MOO [\(7\)](#)).

▲4. L'évolution des approches théoriques

L'évolution des approches théoriques et des méthodologies qui traitent de la question des usages des médias et des technologies est marquée par un déplacement conceptuel similaire à celui que l'on retrouve en sociologie des médias de masse, à savoir le passage de l'analyse des effets à celle de la réception (Chambat, 1994, p.249). Ainsi, après s'être penché sur l'analyse de la diffusion des médias et des technologies en termes d'« adoption » et d'« acceptabilité » de la technologie par les usagers, qui part de l'antériorité de la technique et, selon un schéma linéaire, en fait découler les usages [\(8\)](#) , les recherches se sont attachées à l'analyse des innovations techniques comme des construits sociaux [\(9\)](#) et à l'étude de leur appropriation du point de vue des usagers, autrement dit à l'analyse de la formation des usages sociaux à travers leur mise en oeuvre [\(10\)](#) . On observe ainsi un déplacement de l'intérêt centré sur la technologie vers les usagers, qui s'accompagne d'un recours croissant aux méthodologies de type ethnographique ou microsociologique.

▲5. L'approche de la diffusion

▲5.1. Le paradigme diffusionniste

Les recherches qui relèvent de ce type d'approche s'attachent à l'analyse de l'adoption d'une innovation technologique au moment de sa diffusion, c'est-à-dire sans prêter attention à l'étape de la conception du produit qu'elle étudie. Les questions de recherche s'attachent d'une part à savoir comment se diffusent les innovations et qui en sont les adoptants, en élaborant des modèles comportementaux, et, d'autre part, à mesurer l'impact de leur adoption à travers les changements opérés dans les pratiques.

L'approche de la diffusion est née de la théorie de la diffusion des innovations de Everett M. Rogers (dont la première publication date de 1962), qui a insufflé un certain nombre de recherches [\(11\)](#). Les travaux de Rogers s'inscrivent dans une longue tradition anthropologique connue sous le nom de "diffusionnisme", dont le principal instigateur est un anthropologue, Kroeber (1923) [\(12\)](#), qui s'est intéressé à la pénétration des innovations techniques dans le tissu culturel. Bien qu'ayant fait l'objet de nombreuses critiques et de quelques aménagements, les recherches de Rogers ont contribué de façon considérable à alimenter les connaissances sur la façon dont une innovation circule à travers les réseaux sociaux.

Dans le modèle diffusionniste, l'adoption est perçue comme un processus caractérisé par plusieurs phases, depuis la première exposition de l'utilisateur à l'innovation, jusqu'à la confirmation ou le rejet de l'adoption [\(13\)](#). Selon Rogers, ce sont les caractéristiques de l'innovation telles qu'elles sont perçues par les individus, qui déterminent son taux d'adoption. Cinq attributs caractérisent une innovation : son avantage relatif, sa compatibilité avec les valeurs du groupe d'appartenance, sa complexité, la possibilité de la tester, et sa visibilité. Les usagers sont classés selon cinq profils types : les innovateurs, les premiers utilisateurs, la première majorité, la seconde majorité et les retardataires.

Rogers établit sa théorie sur un ensemble de typologies dans le but de suivre l'évolution du taux d'adoption (qui décrit une courbe en S), considéré comme la variable descriptive essentielle de la diffusion. Ainsi, ce classement des adoptants en différentes catégories est intégré dans le processus de diffusion sur une échelle de temps : le profil des adoptants passerait d'un groupe restreint et marginal à un groupe plus large d'adoptants, puis à un bassin de plus en plus représentatif de la population en général.

Les recherches [\(14\)](#) qui s'inscrivent dans ce paradigme présentent en général une finalité prescriptive. Sur le plan de la démarche méthodologique, ces travaux cherchent à faire état, dans un premier temps, des disparités en terme de taux d'équipement selon les groupes sociaux (qui possède quoi) puis à analyser les conditions et les disparités d'utilisation (qui fait quoi, avec quelle fréquence). On cherche ensuite à expliquer ces disparités en les corrélant avec les variables socio-démographiques classiques pour définir les groupes sociaux : âge, sexe, profession, revenu, habitat, taille de la famille, etc. Des techniques statistiques sophistiquées sont mobilisées pour permettre de cerner la ou les variables explicatives des écarts constatés. De la même façon, les corrélations entre les taux d'équipement et la fréquence d'usage, ainsi que les pratiques de sociabilité, de loisirs, de déplacement, etc., permettent d'obtenir des données sur les éventuels changements dans les pratiques (Chambat, 1994, p.254). Les techniques employées dans cette approche sont des méthodes sociologiques essentiellement quantitatives et se présentent sous la forme d'enquêtes avec utilisation de questionnaires.

En plus d'avoir suscité de nombreuses recherches empiriques, l'intérêt majeur du modèle diffusionniste est d'avoir permis de décrire tout le réseau social de circulation d'une innovation au sein d'une société (Flichy, 1995, p.30). De plus, les recherches qui se sont penchées en particulier sur les facteurs déterminants dans la décision d'adoption ont permis de mettre en avant le rôle des contacts interpersonnels dans la décision, c'est-à-dire le réseau d'influence, qui est au cœur de la théorie de

Rogers [\(15\)](#) .

Néanmoins, ce modèle de la diffusion a fait l'objet de nombreuses critiques. Parmi les plus courantes, on peut citer le caractère pro-innovateur de cette théorie, en particulier en ce qui concerne la typologie des adoptants en « types- idéaux » (Bardini, 1996, p.130). La présence de ce biais empêche de tenir compte des phénomènes d'abandon après l'adoption, pourtant très importants dans l'analyse; l'utilisateur peut décider en effet de rejeter l'innovation à n'importe quel moment, et pas seulement lors de la prise de décision.

La critique majeure faite au modèle diffusionniste concerne le statut de la technique. Selon Boullier (1989), Rogers a contribué à propager une conception fautive de la notion de diffusion, à savoir celle selon laquelle la diffusion d'une innovation interviendrait seulement lorsque l'innovation est achevée et prête à être adoptée. Cette « vision positiviste de la technologie » révèle une passivité chez les usagers, qui acceptent ou non l'innovation. Ce n'est qu'à la troisième édition de sa théorie que Rogers a intégré la notion de « réinvention » pour rendre compte de la façon dont les usagers modifient le dispositif qu'ils adoptent. Sur le plan méthodologique, il faut signaler que les données récoltées restent des déclarations de pratiques, et non des pratiques effectives constatées. D'autre part, la taille des échantillons ne permet pas toujours de repérer les tendances émergentes.

En ce qui concerne la façon d'appréhender les usagers, l'insuffisance des variables socio-démographiques habituellement retenues pour décrire les innovateurs a été maintes fois soulignée [\(16\)](#) . Par ailleurs, les contraintes liées au caractère souvent extrêmement versatile des technologies étudiées rendent difficiles toutes tentatives de discernement des dimensions communes des adoptants. La solution serait dans la mobilisation de démarches complémentaires, qui allieraient aux approches traditionnelles empiriques de nature quantitative, une dimension ethnographique dans le but d'examiner comment s'opère l'appropriation de nouveaux outils technologiques à l'intérieur des sphères domestique et sociale.

▲6. L'approche de l'innovation

Les recherches que nous regroupons sous le label de la sociologie de l'innovation s'attachent à l'étude des processus d'innovation technique, c'est-à-dire au moment particulier de la conception des innovations, qui implique des prises de décision et des choix d'ordre technique, social, économique, et politique.

Le courant dominant actuellement, car relativement novateur dans les modèles qu'il propose, est représenté par les sociologues (Callon, Latour et Akrich pour les plus connus) du Centre de sociologie de l'innovation (CSI) de l'École des Mines de Paris, dont les recherches s'inscrivent dans l'école de la traduction. Pour la plupart, ces travaux s'appuient sur des études de cas d'innovations techniques qui n'ont pas réussi à s'implanter [\(17\)](#) .

Les travaux de Flichy (1994, 1995) s'inscrivent dans la même mouvance même s'ils s'en distinguent en ce qui concerne notamment sa position sur les compétences des acteurs (concepteurs et usagers) inégales selon lui. Flichy se distingue également par son approche socio-historique et par l'introduction dans l'analyse des notions d'« imaginaire technique » et d'« imaginaire social », à l'oeuvre dans le processus d'élaboration du dispositif technique.

Dans une autre perspective, Vedel et Vitalis (1994) ont développé une socio-politique des usages qui plaide pour une réintégration - au moment de la conception - de la figure du citoyen dans le modèle de l'utilisateur. Leur analyse pose les questions de la représentation institutionnelle de l'utilisateur dans le

processus d'innovation technique et du rôle des institutions publiques dans les choix concernant l'offre technique. Cette approche se démarque par le fait qu'elle tente de lier la dimension macro-sociale d'analyse de l'offre technique avec la dimension micro-sociale de l'étude des usages en pratique. En ce sens, cette approche tente de faire le pont entre les démarches centrées exclusivement sur l'analyse des processus d'innovation et celles basées exclusivement sur l'analyse des usages en situation, et réussit, en fin de compte, à dresser un tableau intéressant des différentes « logiques » qui président à la formation des usages. Nous reviendrons plus en détail sur la socio-politique des usages de Vedel et Vitalis dans la partie qui concerne l'approche de l'appropriation.

▲6.1. L'école de la traduction

Les principales questions de recherche auxquelles se proposent de répondre les recherches qui s'inscrivent dans ce paradigme consistent d'une part à démontrer la dimension sociale de l'innovation technique, et, d'autre part, à identifier le jeu d'interactions des divers acteurs qui participent à l'élaboration de l'innovation. Les tenants de ce courant parlent de « système socio-technique » (Akrich, 1993a, 1993b) ou de « cadre socio- technique » (Flichy, 1994, 1995). Même si ceux-ci reconnaissent l'antériorité de l'offre sur la demande et une certaine autonomie de la technique dans les pratiques, les dispositifs techniques sont perçus comme étant des construits sociaux ; et « ni des nécessités purement techniques, ni l'imposition de certaines formes socio- politiques ne peuvent expliquer la forme prise par les innovations » (Akrich, 1993b, p.36).

Le courant développé au Centre de sociologie de l'innovation prend ses racines dans celui du socio-constructivisme, qui s'attache à l'analyse des controverses scientifiques et dont la figure de proue est le chercheur américain D. Bloor (18). Les socio-constructivistes se sont attachés à montrer en quoi la validité d'une proposition scientifique ne relevait pas seulement d'arguments techniques, mais résultait également de négociations et de débats au sein de la communauté scientifique (19). Par la suite, cette approche a été étendue à l'étude des innovations techniques, notamment avec les travaux de T. Pinch et W.E. Bijker (20). Les objets techniques y sont définis comme des construits résultant des interactions entre les différents acteurs ou groupes sociaux. Dans cette perspective, et à la manière des faits scientifiques, « un processus d'innovation technique se présente [...] comme une compétition entre différents projets et s'achève lorsque l'un d'eux s'impose sur les autres » (Vedel, 1994, p.21).

Le courant développé au CSI a essentiellement cherché à examiner « la nature des interactions sociales dont les technologies faisaient l'objet » (ibid., p.21). L'examen des controverses qui accompagnent tout processus d'innovation a montré l'imbrication étroite des contenus techniques et sociaux; ce qui explique que deux projets en compétition impliquent en général la confrontation de deux conceptions du monde et de la société. L'idée est qu'un système socio-technique se stabilise après qu'une série d'opérations de traduction, d'enrôlement, ou d'intéressement aboutisse à la constitution d'alliances et/ou d'oppositions entre divers acteurs (21).

Dans cet ordre d'idées, l'élaboration des techniques peut être vue comme « l'élaboration d'un scénario constitué d'un programme d'action, de la répartition de ce programme d'action à des entités diverses ([les] dispositifs techniques qui font l'objet de l'innovation, mais aussi d'autres dispositifs auxquels l'innovation va être associée, [les] utilisateurs bien sûr, mais encore [les] techniques, installateurs, distributeurs, etc.) et enfin d'une représentation de l'environnement dans lequel le programme d'action peut ou doit se réaliser » (Akrich, 1993a, p.91). En résumé, le processus d'innovation est défini comme une succession d'épreuves et de transformations où une série d'acteurs (humains et non-humains) se trouvent en relation.

« Le travail du sociologue consiste alors à décrire les opérations par lesquelles le scénario de départ,

qui se présente essentiellement sous une forme discursive, va progressivement, par une série d'opérations de traduction qui le transforment lui-même, être approprié, porté par un nombre toujours croissant d'entités, acteurs humains ou dispositifs techniques. » (Akrich, 1993a, p.92). Autrement dit, il s'agit d'étudier les transformations successives d'un énoncé (ou d'un programme d'action), qui débouche sur un objet final.

Ces opérations de transformation sont analysées en terme d'« in-scription » et de « de-description » de l'environnement dans l'innovation (c'est-à-dire le dispositif technique). Les tests techniques (tests d'utilisabilité par exemple), les associations avec d'autres acteurs, les expérimentations auprès des usagers peuvent être interprétés comme des « confrontations entre l'environnement inscrit dans le dispositif et l'environnement décrit par [le] déplacement [du dispositif] » (ibid.). Les acteurs, les éléments naturels et les dispositifs techniques sortent transformés de ces confrontations. C'est en ce sens que les innovations produisent à la fois des savoirs, des dispositifs techniques et des formes d'organisations, par le biais de la médiation technique (ibid.).

Les notions d'« in-scription » et de « de-description » renvoient au modèle texte-lecteur, utilisé plutôt comme métaphore dans les différentes analyses. Woolgar (1991) notamment, considère la technologie comme un texte, et montre comment la conception d'une innovation technique (en l'occurrence une nouvelle gamme d'ordinateurs) revient à configurer ses usagers, c'est-à-dire à intégrer dans le dispositif une définition de l'identité des usagers ainsi que différentes contraintes susceptibles d'intervenir lors de l'utilisation. Dans l'utilisation, les usagers font un travail d'interprétation (de lecture) sur la technologie, guidé par la façon dont la technologie a été conçue (écrite).

La notion de médiation est centrale dans l'approche de la traduction, elle permet de montrer l'enchevêtrement de la technique et du social, notamment à travers les diverses représentations de l'utilisateur, inscrites dans le dispositif technique. L'objet technique est appréhendé comme « une suite de compromis entre différents acteurs sociaux porteurs d'un projet social inscrit dans leurs propositions techniques » (Chambat, 1994, p.257). Sur le plan méthodologique, les techniques ethnographiques sont privilégiées pour « le suivi de l'innovateur au travail », afin de décrire les mécanismes par lesquels il mobilise différentes entités (Akrich, 1993b, p.35), et l'analyse des discours permet de discerner les différentes transformations des énoncés.

Une des principales limites de l'approche de l'innovation - d'ailleurs reconnue par les tenants eux-mêmes (ibid., p.36-37) - tient à son absence de considération du rôle des pratiques, c'est-à-dire de l'action de l'utilisateur sur le façonnage de l'objet technique. Comme le souligne Akrich : « (...) dès que l'objet technique devient objet de consommation ou d'utilisation, il cesse d'intéresser l'analyste qui ne voit dans l'utilisateur que le prolongement non problématique du réseau constitué par l'innovateur. Autrement dit, [la sociologie des techniques] a certes redonné de l'épaisseur aux objets, mais cela, au détriment des acteurs qui s'en saisissent. » (ibid., p.36).

Akrich s'est penchée sur ce problème de l'absence de la prise en compte du rôle des pratiques des usagers. Elle a montré notamment comment les innovateurs avaient une définition riche de l'action, qui, selon elle, ne peut être réduite à l'abstraction du face-à-face de l'objet et de son utilisateur détachée de tout contexte : « l'environnement dans lequel l'action est susceptible de prendre son sens se trouve spécifié, et un certain nombre de compétences psychomotrices mais aussi proprement sociales sont imputées aux acteurs. » (ibid., p.38). La relation de l'utilisateur avec le dispositif est perçue comme une coopération : « [il y a une] inscription de l'utilisateur dans le dispositif, [ainsi qu'une] inscription - par la pratique - du dispositif dans le corps de l'utilisateur par le recours à des intermédiaires : modes d'emploi, instruments annexes, formes socialisées d'apprentissage. » (ibid., p.56). Cependant, même si cette approche réussit à démontrer comment le dispositif prend en charge les actions futures de l'utilisateur, elle ne permet pas d'en restituer les pratiques effectives.

Bardini s'est penché sur la pertinence de la notion d'inscription, et propose de la remplacer par celle d'*affordance* (22) pour « réintroduire la matérialité des objets dans l'analyse » (1996, p.128). Selon Bardini, l'utilisation de la notion d'*affordance* permet d'appréhender les objets à travers leur rapport concret et matériel avec les usagers et, par là, de dépasser l'unique dimension symbolique à l'oeuvre dans l'étude des usages dans les termes du modèle texte - lecteur. Les objets technologiques ainsi considérés sont plus que des textes à lire : au-delà de la dimension symbolique d'analyse, le rapport qu'ils entretiennent avec les individus est d'abord concret et relève de la perception. Bardini parle ainsi de la « virtualité de l'usager » (représentations de l'usager que le concepteur traduit en *affordances* dans le dispositif) et de la « virtualité du concepteur » (limites à l'usage fixées sous forme d'*affordances* que l'usager rencontre dans son utilisation du dispositif), qui sont toutes deux présentes dans le dispositif technique et qui peuvent être actualisées ou non dans l'usage.

Les travaux de Flichy (1994, 1995) sur l'innovation s'inscrivent dans le même paradigme, même s'ils se distinguent des travaux entrepris au CSI sur un certain nombre de points. En s'inspirant des notions de « cadre naturel » et de « cadre social » de Goffman, Flichy définit un « cadre de fonctionnement », qui renvoie aux fonctionnalités de l'objet et à l'usage technique, et un « cadre d'usage », qui réfère à l'usage social. L'alliage de ces deux cadres aboutit à la constitution d'un nouveau « cadre socio-technique », mélange de technique et de social, une fois l'innovation stabilisée. La mise au point du cadre de fonctionnement implique plusieurs acteurs, et pas seulement les innovateurs (les usagers peuvent participer à la création de ce cadre) ; le cadre d'usage n'est pas fixe, il peut être transformé via les premières utilisations (exemple du Minitel français) ou modifié selon les époques (exemple du téléphone). Tous deux s'élaborent au cours de processus complexes (1994, p.412).

Flichy introduit dans l'analyse un modèle des acteurs basé sur les notions de « concepteurs-stratèges » et d'« usagers- tacticiens », qui reprend la distinction entre stratégie et tactique qu'on trouve chez de Certeau (23). Cette notion de concepteurs-stratèges permet à Flichy de rendre compte de l'inégalité des positions entre les différents acteurs. En effet, certains peuvent acquérir un avantage compétitif par rapport à d'autres en mettant au point une bonne stratégie d'innovation. Les usagers peuvent également, dans certains cas, être des stratèges ; il reste qu'ils sont le plus souvent des tacticiens. L'exemple du groupe de pression constitué en réaction à l'implantation du nouveau système de réservation de billets de trains en France (24) en est un contre-exemple : les usagers ont obtenu la modification du système et un retour au cadre d'usage déjà en place. Toutefois, Flichy précise avec raison que ce genre de situation est assez rare quand il s'agit d'usagers du grand public dans la mesure où les concepteurs sont le plus souvent confrontés à leurs propres représentations des usagers (ibid. p.424).

Par ailleurs, Flichy dépasse le niveau d'analyse micro-social et insiste sur l'importance de l'imaginaire technique, qui renvoie aux représentations de l'objet technique, autant chez les concepteurs que chez les usagers, et qui alimentent le développement du « cadre de fonctionnement » d'une nouvelle technique. De la même façon, à travers son histoire des télécommunications, Flichy a mis à jour les différents « cadres d'usages » des outils de communication notamment, en fonction des grandes représentations dominantes d'une époque (25). Lorsqu'il est appréhendé d'un point de vue historique, le rôle des représentations liées à la technique, les valeurs et les mythes qui l'entourent, apparaissent essentiels dans les processus d'innovation, en ce qu'ils contribuent à la création des significations d'usages d'une part, et dans la mesure où ils véhiculent un certain projet de société d'autre part. L'exemple de l'intelligence artificielle est d'ailleurs particulièrement révélateur de la dimension idéologique de la technique et de la communication (Breton et Proulx, 1989, cité dans Chambat, 1994, p.257).

N.B.: La suite de ce texte (2ème partie) sera publiée dans le prochain numéro de *COMMposite* qui

paraîtra à l'automne 98.



▲Notes

(1) La notion d'interactivité fait partie de ces notions fourre-tout dont on trouve quantité de définitions différentes d'un auteur à l'autre. Certains y voient une norme idéale à atteindre en matière de communication, d'autres l'identification du principe de réciprocité à l'oeuvre dans toute communication interpersonnelle, ou encore, plus simplement, la possibilité de choisir des options parmi un ensemble délimité de possibilités. Les définitions techniques de la notion et des adjectifs qui s'y rattachent (interactif, interactive) existent depuis déjà quelques temps, même si elles ont été presque toujours absentes des discours sur les technologies de communication. Elles sont intéressantes dans la mesure où elles mettent l'accent sur la finalité proprement instrumentale de l'interactivité.

Ainsi, selon le Commissariat Général de la Langue française, l'adjectif interactif qualifie les « matériels, programmes, ou les conditions d'exploitation qui permettent des actions réciproques en mode dialogué avec des utilisateurs ou en temps réel avec des appareils ». Dans cet ordre d'idée, la notion d'interaction renvoie l'idée d'une « fonction réflexive assurant les différentes phases du dialogue personne-système, ou terminal- ordinateur », et le néologisme interactivité est relatif au « degré d'interaction entre l'utilisateur et le système informatique lors d'un traitement en mode dialogué ». De plus, nous considérons la notion d'interactivité comme étant intimement liée à l'idée de simulation; l'interactivité permet la simulation d'une activité langagière (un dialogue entre une personne et un système), ainsi que la simulation d'un rôle (simulation de partenaire humain, par exemple dans le cas d'un guichet automatique). Dans notre perspective, la propriété d'interactivité caractérise essentiellement un mode d'accès, qui peut être considéré comme étant interactif s'il permet à un utilisateur de dialoguer quasi instantanément avec un système pour orienter le déroulement d'un programme.

Pour les définitions techniques, voir : Commissariat Général de la Langue française. 1989. *Lexique usuel des nouvelles technologies de communication*, Paris : DAICADIF. Sur la notion d'interactivité et la simulation informatique, voir l'article de J.L. WEISSBERG dans le numéro 33 de la revue Réseaux, CNET/Issy Les Moulineaux, 1989. Sur « l'idéologie de l'interactivité », voir : PROULX, S. et SENEAL, M. 1995. « L'interactivité technique, simulacre d'interaction sociale et de démocratie ? », *TIS*, 2, 239-255. Voir aussi le numéro du Bulletin de l'IDATE sur l'interactivité (1985).

(2) Le concept de « machines à communiquer » a été inventé par Pierre Schaeffer en 1971. Schaeffer désignait à travers lui l'ensemble des médias de l'époque, à savoir le cinéma, la télévision et la radio, aujourd'hui appelés communément les "médias traditionnels". Nous reprenons ici ce concept en l'étendant aux nouvelles technologies telles le magnétoscope, le téléphone, la télévision interactive, le micro-ordinateur, etc., et conservons de la définition de Schaeffer la notion de simulacre : « Les machines à communiquer produisent des simulacres [...] qui se donnent pour réalité ». Voir SCHAEFFER, P. 1971. *Machines à communiquer*, Paris : Le Seuil.

(3) Ce que nous désignons par « la sociologie des usages » n'est ni une sous-discipline ni un courant de recherche en tant que tel. Elle représente surtout un ensemble de recherches aux préoccupations communes, qui s'inscrivent dans le champ des usages sociaux des médias et des technologies.

(4) Nous renvoyons le lecteur aux travaux suivants, qui présentent les différentes approches en sociologie des usages de façon plus ou moins synthétique, en insistant en particulier sur l'approche de l'innovation : FLICHY, P. 1995. *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Paris : La Découverte ; MIÈGE, B. 1997. *La société conquise*

par la communication. Tome 2. *La communication entre l'industrie et l'espace public*, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble ; VEDEL, T. 1994. « Sociologie des innovations technologiques des usagers : introduction à une socio-politique des usages », dans *Médias et nouvelles technologies. Pour une socio-politique des usages*, sous la direction de A. Vitalis, Rennes : Éditions Apogée, 13-43. Pour une présentation synthétique des différentes problématiques reliées à l'étude des usages et pratiques des nouveaux outils d'information et de communication, se référer à: JOUËT, J. 1993. « Usages et pratiques des nouveaux outils de communication », dans *Dictionnaire critique de la communication*, sous la direction de L. Sfez, Paris : Presses Universitaires de France.

(5) Les rapports Nora-Minc pour la France ou du Ministère des Communications Canadien pour le Canada s'inscrivent dans cette logique. Voir : NORA, S. et MINC, A. 1978. *Rapport au Président de la République : l'informatisation de la société française*, Paris : La Documentation Française ; et Ministère des Communications Canadien. 1972. *L'arbre de vie*, Ottawa : Ministère des approvisionnements et services.

(6) TOURAINE, Alain. 1992. *Critique de la modernité*, Paris : Fayard. (Cité dans Scardigli, 1994, p.310).

(7) Les MOO (*Multiple Oriented Object*) sont des environnements virtuels dans lesquels l'utilisateur circule et participe à des discussions, des jeux ou des aventures en compagnie d'autres internautes.

(8) Signalons tout de même que la théorie de la diffusion des innovations d'Everett M. Rogers à laquelle il est fait allusion, a connu quelques aménagements, notamment avec l'introduction de la notion de réinventions de la technologie par les usagers dans la dernière édition (1983).

(9) Citons notamment le courant de recherche né autour du paradigme de la traduction au Centre de sociologie des innovations (CSI) de l'École des Mines de Paris (Callon, Latour, Akrich).

(10) Cette approche - relativement récente - regroupe un grand nombre de recherches empiriques, nées dans le contexte de la profusion des innovations médiatiques et technologiques (magnétoscopes, téléphones mobiles, vidéotex, télévision interactive, etc.), qui sont caractérisées par des positions tant théoriques que méthodologiques assez éclatées.

(11) Deux études en particulier sont souvent citées : l'une analysant la diffusion du maïs hybride dans l'Iowa (RYAN, B. 1943. « The Diffusion of Hybrid Seed Corn in Two Iowa Communities », *Rural Sociology*, 8 : 15-24) et l'autre traitant de la diffusion d'un médicament (KATZ, E. 1971. « The Social Itinerary of Technical Change : Two studies of the Diffusion of Innovations », dans *The Process of Effects of Mass Communication*, sous la direction de W. Schramm et D. Roberts, University of Illinois Press).

(12) KROEBER, A.L. *Anthropology : Culture Patterns and Processes*, New York : Harcourt, Brace & World. (Cité dans Bélanger, 1992).

(13) Les cinq phases du modèle de l'adoption défini par Rogers (83) sont : 1. la connaissance (l'individu est exposé à l'innovation et acquiert quelques notions sur son fonctionnement); 2. la persuasion (l'individu amorce une prise de position au sujet de l'innovation); 3. la décision (l'individu s'engage dans des activités lui permettant d'adopter ou de rejeter l'innovation); 4. l'implantation (l'individu utilise l'innovation au quotidien et l'évalue); 5. la confirmation (l'individu tente d'obtenir des informations venant renforcer son choix).

(14) Citons notamment la thèse de Pierre Bélanger (1992) sur les modalités d'adoption du système de

télévision interactive Vidéoway au Québec, qui constitue une bonne illustration de ce type d'approche. En effet, parmi les objectifs fondamentaux de sa thèse, figure l'identification des « principales dimensions à partir desquelles il devient possible de prédire l'adoption de cette technologie auprès d'un échantillon qui en a fait l'essai pendant une période de six mois ». Signalons également le fait que cette recherche a permis de répertorier un ensemble de données à une très grande échelle.

(15) Citons à titre d'illustration la recherche de André H. Caron, Luc Giroux et Sylvie Douzou (85) sur la diffusion et l'adoption du micro-ordinateur domestique au Québec. Cette étude a révélé l'importance des contacts interpersonnels dans la décision d'adoption de l'ordinateur, notamment en mettant en avant le rôle du milieu de travail et du milieu familial dans la création de l'intérêt chez l'adoptant.

(16) Dans sa thèse de doctorat sur les modalités d'adoption du système Vidéoway, Bélanger a souligné que « la décision d'adopter découlerait essentiellement de la qualité de l'expérience in situ avec l'objet » et que « la prédiction d'adoption ne peut s'établir directement ni à partir des caractéristiques socio-démographiques des usagers ni à partir de leurs habitudes de vie ou de la variété des appareils technologiques qu'ils possèdent » (Bélanger, 1992, p.iv). D'après ses conclusions, les principaux déterminants sont davantage liés aux attitudes et aux comportements exhibés lors la phase d'implantation, inhibant ainsi, dans une certaine mesure, les barrières socio- démographiques.

(17) Citons notamment l'étude de Michel Callon sur le véhicule électrique. CALLON, Michel. 1986. « The Sociology of an Actor- Network: the Case of the Electric Vehicle », dans *Mapping the Dynamics of Science and Technology: Sociology of Science in the real world*, sous la direction de Callon et al., Basingstoke: Macmillan, 19-34.

(18) BLOOR, D. 1976. *Knowledge and social imaginery*, Chicago : University of Chicago. L'approche du socio- constructivisme s'inscrit en continuité d'un ensemble de travaux menés en sociologie de la connaissance au début des années 70, connus sous le nom d'EPOR (*Empirical Program of Constructivism*).

(19) Voir à ce sujet l'ouvrage de Bruno Latour et de Steve Woolgar : LATOUR, B., WOOLGAR, S. 1979. *Laboratory Life : The Social Construction of Scientific Facts*, Beverly Hills : Sage.

(20) Citons comme ouvrages de référence : BIJKER, W. E. et al. 1987. *The Social Construction of Technological Systems*, Cambridge : MIT Press ; BIJKER, W. E. et LAW, J. 1992. *Shaping Technology / Building Society. Studies in Sociotechnical Change*, Cambridge : MIT Press.

(21) Citons le travail de Hugh Aitken qui, dans son histoire de la radio, avait déjà montré le rôle spécifique de traducteur joué par les différents acteurs (Hertz, Lodge et Marconi), notamment en mettant à jour les opérations de traduction prenant place entre les différents domaines de compétence de chacun. Voir : AITKEN, H. 1993. « Science, technique et économie, pour une problématique de la traduction », *Réseaux*, 60, 61- 85 (traduction d'une partie de l'ouvrage de Aitken paru en 1985 chez Princeton University Press).

(22) La notion d'"affordance" a été utilisée pour la première fois en 1977 par J.J. Gibson. Voir GIBSON, J.J. 1977. « The Theory of Affordances », dans *Perceiving, acting, and knowing. Toward an ecological psychology*, sous la direction de R. Shaw et J. Bransford, Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum, 67-82.

(23) La stratégie chez de Certeau est définie comme « le calcul des rapports de forces qui devient possible à partir du moment où un sujet du vouloir et de pouvoir est isolable d'un "environnement". [La stratégie] postule un lieu susceptible d'être circonscrit comme un propre et donc de servir de base à une

gestion de ses relations avec une extériorité distincte ». Au contraire, la tactique est « un calcul qui ne peut pas compter sur un propre, ni donc sur une frontière qui distingue l'autre comme une totalité visible. La tactique n'a pour lieu que celui de l'autre. », (de Certeau, 1980, p.xlvi).

(24) Il s'agit du système de réservation SOCRATE implanté par la SNCF, qui se voulait analogue à celui de la réservation aérienne ; les usagers ont refusé cette implantation et préféré la conservation de l'ancien système, basé sur des principes de type service public. (Exemple tiré de Flichy, 1994, p.424).

(25) Au XVIIIe siècle, le téléphone à ficelle était associé à la correspondance intime. À partir de la Révolution, la télécommunication est apparue comme un nouveau moyen de gestion de l'État. Dans les années 1830, le nouveau cadre d'usage des outils de télécommunication était la transmission des informations boursières (Flichy, 1995, p.411).



▲Bibliographie

AKRICH, Madeleine. 1993a. « Les formes de la médiation technique », *Réseaux*, 60, 87-98.

AKRICH, Madeleine. 1993b. « Les objets techniques et leurs utilisateurs. De la conception à l'action », *Raisons Pratiques*, 4 : 35-57.

BELANGER, Pierre. 1992. *Le système Vidéoway - Les modalités d'adoption d'un système interactif de télévision*, Thèse de doctorat inédite, Département de communication, Université de Montréal.

BARDINI, Thierry. 1996. « Changement et réseaux socio- techniques : De l'inscription à l'affordance », *Réseaux*, 76, 126-155.

BOULLIER, Dominique. 1994. « Construire le téléspectateur: récepteur, consommateur ou citoyen », dans *Médias et nouvelles technologies. Pour une socio-politique des usages*, sous la direction de A. Vitalis, Rennes : Éditions Apogée, 63-74.

BOULLIER, Dominique. 1989. « Du bon usage d'une critique du modèle diffusionniste: discussion-prétexte des concepts de Everett M. Rogers », *Réseaux*, 36 : 31-51.

BRETON, Philippe, PROULX, Serge. 1989. *L'explosion de la communication*, Paris/Montréal : La Découverte/Boréal.

CARON, André H., GIROUX, Luc, DOUZOU, Sylvie. 1985. « Diffusion et adoption des nouvelles technologies : le micro-ordinateur domestique », *Canadien Journal of Communication*, 11(4) : 369-389.

CERTEAU (DE), Michel. 1980. *L'invention du quotidien*, Paris : UGE.

CHAMBAT, Pierre. 1994. « NTIC et représentation des usagers », dans *Médias et nouvelles technologies. Pour une socio-politique des usages*, sous la direction de A. Vitalis, Rennes : Éditions Apogée, 45-59.

CHAMBAT, Pierre. 1994. « Usages des technologies de l'information et de la communication », *Technologies et Société*, 6(3) : 249-270.

CHAMBAT, Pierre. 1992. « Technologies à domicile », *Esprit*, 186, 99-112.

FLICHY, Patrice. 1995. « L'action dans un cadre sociotechnique. Comment articuler technique et usage dans une même analyse? », dans *Les autoroutes de l'information, un produit de la convergence*, sous la direction de J.-G. Lacroix et G. Tremblay, Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec, 405-433.

FLICHY, Patrice. 1995. *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Paris : La Découverte.

GIBSON, J. J. 1977. « The Theory of Affordances », dans *Perceiving, Acting, and Knowing. Toward an Ecological Psychology*, sous la direction de R. Shaw et J. Bransford, Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum, 67-82.

JOUËT, Josiane. 1993a. « Pratiques de communication et figures de la médiation », *Réseaux*, 60, 99-120.

JOUËT, Josiane. 1993b. « Usages et pratiques des nouveaux outils de communication », dans *Dictionnaire critique de la communication*, sous la direction de L. Sfez, Paris : PUF.

LACROIX, Jean-Guy, TREMBLAY, Gaëtan, PRONOVOST, Gilles. 1993. « La mise en place de l'offre et la formation des usages des NTIC. Le cas de Vidéoway et de Télétel », *Cahiers de recherche sociologique*, 21, 80-122.

LACROIX, Jean-Guy. 1994. « Entrez dans l'univers merveilleux de Vidéoway », dans *De la télématique aux autoroutes électroniques. Le grand projet reconduit*, sous la direction de J.-G. Lacroix et G. Tremblay, Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 137-162.

LEVY, Pierre. 1990. *Les technologies de l'intelligence*, Paris : La Découverte.

MALLEIN, Philippe, TOUSSAINT, Yves. 1994. « L'intégration sociale des TIC : une sociologie des usage », *Technologie de l'information et société*, 6 (4) : 315-335.

MORLEY, David. 1986. *Family Television. Cultural Power and Domestic Leisure*, London: Routledge.

MORLEY, David. 1992. *Television, Audience and Cultural Studies*, London : Routledge.

NORMAN, Donald, A. 1994. « Les artefacts cognitifs », *Raisons Pratiques*, 4, 15-34.

PERRIAULT, Jacques. 1989. *La logique de l'usage. Essai sur les machines à communiquer*, Paris : Flammarion.

PRONOVOST, Gilles. 1994. « Médias: éléments pour l'étude de la formation des usages », *Technologie de l'information et société*, 6 (4) : 377-400.

PROULX, Serge, LABERGE, Marie-France. 1995. « Vie quotidienne, culture télévisuelle et construction de l'identité familiale », *Réseaux* 70, 121-140.

PROULX, Serge. 1983. « Une lecture de l'oeuvre de Michel de Certeau : l'invention du quotidien,

paradigme de l'activité des usagers », *Communication*, 15 (2) : 171-197.

ROGERS, Everett M. 1983. *Diffusion of innovations*, New York : Free Press.

ROGGE, J.U. 1989. « The media in everyday family life : Some biographical and typological aspects », dans *Remote Control. Television, Audiences, and Cultural Power*, sous la direction de E. Seiter et al., London : Routledge, 168-179.

SAMMER, Christine, COMBES, Yolande. 1994. « Évolutions structurelles : des espaces temps revisités à travers l'étude de pratiques d'outils mobiles en milieu professionnel », *Technologie de l'information et société*, 6 (4) : 353-374.

SANTERRE, Lise. 1994 « L'informatisation de la production et le bouleversement des modes de vie : des rapports d'interdépendance », *Technologie de l'information et société*, 6 (4) : 337-359.

SCARDIGLI, Victor. 1994. « Déterminisme technique et appropriation culturelle : évolution du regard porté sur les technologies de l'information », *Technologie de l'information et société*, 6 (4) : 299-314.

SILVERSTONE, Roger, HIRSCH, Eric, MORLEY, David. 1992. « Information and communication technologies and the moral economy of the household », dans *Consuming Technologies. Media and Informaiton in Domestic Spaces*, sous la direction de R. Silverstone, E. Hirsch et D. Morley, New York : Routledge, 15-31.

SILVERSTONE, Roger, MORLEY, David, DALHERG, A., et al. 1989. « Families, Technologies and Consumption : the Household and Information and Communication Technologie s », *ESRC Program on Information and Communication Technologies Conference*, Brunel University.

TOUSSAINT, Yves. 1992. « La parole électrique. Du minitel aux nouvelles "machines à communiquer" », *Esprit*, 186, 127-139.

VEDEL, Thierry. 1994. « Sociologie des innovations technologiques des usagers : introduction à une socio-politique des usages », dans *Médias et nouvelles technologies. Pour une socio-politique des usages*, sous la direction de A. Vitalis, Rennes : Éditions Apogée, 13-43.

VITALIS, André. 1994. « La part de citoyenneté dans les usages », dans *Médias et nouvelles technologies. Pour une socio-politique des usages*, sous la direction de A. Vitalis, Rennes : Éditions Apogée, 35-44.

WOOLGAR, Steve. 1991. « Configuring the user », dans *A Sociology of Monsters : Essays on Power, Technology and Domination*, sous la direction de J. Law, London: Routledge, 57-102.





Vers les musées numérisés : de la visite à la navigation

[résumé](#)[sommaire](#)[bio](#)par [Geneviève Vidal](#)

Étudiante de doctorat en S.I.C. - Université Paris VIII et École normale supérieure de Fontenay-Saint-Cloud

© Geneviève Vidal - 1998 - Tous droits réservés.



▲ Résumé

Dans le contexte de marchandisation qui englobe maintenant les musées, l'auteure jette les bases d'une analyse comparative entre les caractéristiques des études en muséologie et celles des études des usages des technologies multimédias afin d'évaluer si les méthodes d'analyse peuvent être considérées comme relevant du ou des mêmes paradigmes. Elle démontre que les différentes approches sont susceptibles de se féconder mutuellement du fait de leur convergence autour du débat entre deux paradigmes: l'un, dominant, mettant en avant l'utilisateur-acteur; et l'autre, qui redonne de l'importance aux macro-sujets, en l'occurrence les systèmes technique et économique.

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

Descripteurs :

multimédia, musée, muséologie, appropriation, diffusion, usager, public, interactivité, logique technique, logique économique, logique sociale.



▲ Sommaire

[Introduction](#)[1. Du musée réel au musée virtuel](#)[2. Méthodologies](#)[Les études en muséologie](#)

[Les études quantitatives](#)[Les études qualitatives](#)[Les études des produits et services multimédias à contenu muséal](#)[Les analyses quantitatives et qualitatives](#)[Tableau récapitulatif](#)

[3. Paradigmes](#)

[Un paradigme commun : la place centrale de l'individu](#)[Le poids structurant des choix du concepteur et du producteur](#)[Conclusion](#)[Notes](#)[Références](#)

▲1. Introduction

Dans le cadre du processus généralisé de l'industrialisation de la société et de la marchandisation des biens et des services, l'un des secteurs resté longtemps en marge a été incontestablement celui de la culture. Cependant, depuis le développement de la presse à grand tirage au milieu du XIX^{ème} siècle, la part des échanges culturels soumis à la marchandisation a toujours été croissante. En 1989, Bernard Miège écrivait :

La culture et l'information, les deux principales composantes de ce secteur indécis et composite qu'est la communication, sont de plus en plus accessibles sous la forme de marchandises produites industriellement et offertes sur des marchés (1989, 21).

Les différents médias véhiculant la culture ont contribué inégalement à cette tendance. Le télégraphe, la photographie, le cinéma, la presse à grand tirage, la radio et la télévision ont été autant de secteurs ayant largement favorisé l'intégration d'une grande partie des échanges culturels à la sphère marchande. En revanche, d'autres secteurs comme les musées et les arts vivants sont restés en retrait par rapport à ces processus d'industrialisation et de marchandisation, et cela en raison de leur nature même, qui rend problématique toute reproduction élargie. Il est en effet plus ou moins difficile de reproduire à volonté des pièces de théâtre, des symphonies, des opéras ou des expositions.

Par ailleurs, dans certains cas, les stratégies des acteurs ont tenu compte d'une logique de service public dont certains objectifs, notamment liés à une plus grande démocratisation en terme d'accès, vont à l'encontre d'une logique exclusivement marchande. Tel est par exemple le cas des musées, dont le développement a toujours été marqué par des préoccupations relevant de la conservation puis, plus récemment, de l'éducation, c'est-à-dire des préoccupations antinomiques, du moins théoriquement, avec un processus de rentabilisation.

Néanmoins, le processus en cours d'omnimarchandisation (Latouche, 1997, 142) atteint désormais les musées via diverses stratégies, comme le développement de nouvelles formes d'expositions temporaires se déplaçant à travers le monde, et l'utilisation des richesses des musées à des fins de création de produits dérivés multimédias, entre autres des CD-ROM et des sites Web, parfois qualifiés de "musées virtuels". Ainsi, le secteur de la culture contribue-t-il significativement, tant en termes symboliques qu'économiques, à favoriser la diffusion des produits multimédias au sein de la sphère domestique (1).

Dès lors, parallèlement à la visite de la salle d'exposition, se développe la navigation au cœur des contenus muséaux numérisés.

Pour toutes ces raisons, il nous apparaît pertinent d'analyser comparativement les caractéristiques des études en muséologie et des études des usages des technologies multimédias. Les méthodes d'analyse peuvent-elles être considérées comme relevant du ou des mêmes paradigmes ? Telle est la question à laquelle nous proposons d'apporter quelques éléments de réponse.

▲ Du musée réel au musée virtuel

Il convient tout d'abord de définir ce que nous entendons à propos de musée et de " multimédia de musée ", les deux notions qui sont au centre de notre propos. Définir le musée ne constitue pas une tâche aisée car celui-ci recouvre plusieurs définitions variant selon le point de vue adopté, cette diversité portant en elle-même la pluralité des visions de sa place dans la société. Ainsi, le musée peut être appréhendé selon ses objectifs. *Stricto sensu*, on peut alors le considérer comme ayant une triple mission : la recherche, la conservation et la diffusion ; plus globalement, on peut le voir comme la marque d'une politique, c'est-à-dire le reflet d'une vision du monde à un moment donné, ou bien encore comme un facteur de développement local, parce qu'il fournit un moyen d'échanges entre les citoyens.

Cette diversité des définitions autour de ses différents rôles a un avantage : elle permet une ouverture dans la conception du musée ; mais elle a également un inconvénient : elle peut entraîner une confusion en termes de représentations. Parfois, une définition institutionnelle est mise en avant, ce qui permet d'éviter les débats partisans. Il en est ainsi avec la proposition du Conseil international des musées (International Council of Museum ou ICOM) :

Le musée est une institution permanente, sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public, et qui fait des recherches concernant les témoins matériels de l'homme et de son environnement, acquiert ceux-là, les conserve, les communique et notamment les expose à des fins d'études, d'éducation et de délectation (ICOM, 1986).

De son côté, le multimédia de musée peut être considéré comme un média qui intègre simultanément des images fixes ou animées, des sons et des textes qui ont été numérisés à partir de documents visibles dans les salles du musée, ou bien à partir de documents provenant de collections fermées au public, faute de place suffisante pour les exposer. Il s'agit concrètement de produits et services à contenu muséal. Actuellement, les deux supports techniques les plus répandus sont le CD-ROM et le site Web. Cependant, la situation tend à devenir un peu plus complexe avec la création de CD-ROM dits hybrides qui donnent directement accès à l'Internet (2).

Avec le développement des accès aux richesses patrimoniales et aux savoirs par le biais de la numérisation, il est parfois question de " musée virtuel ", ce qui constitue bien une référence au musée réel. Les musées virtuels présentent des expositions, issues d'expositions réelles ou bien conçues exclusivement pour être mises en réseau ou sur disque optique, des informations sur les activités du musée, des articles, des fiches de lecture sur les oeuvres. Ils peuvent être gérés par les acteurs traditionnels des musées, mais aussi par les responsables des services touristiques des villes cherchant à valoriser leur patrimoine, ou encore par des individus passionnés.

Ces caractéristiques étant posées, on peut souligner avec intérêt le fait que la définition institutionnelle de l'ICOM reproduite ci-dessus peut englober l'ensemble des musées virtuels du fait que l'emploi de termes tels que conservation, communication et exposition ne renvoie nulle part à une quelconque nécessaire matérialité.

▲ Méthodologies

Comme nous allons le constater ci-après, les recherches consacrées aux musées et aux usages des technologies multimédias à contenu muséal présentent des similitudes en termes méthodologiques à la fois parce que ces deux types d'études s'inscrivent au sein des sciences sociales et parce qu'elles ont un objet en commun : le patrimoine.

▲ Les études en muséologie

La muséologie est entendue comme la science des musées. Dans le cadre de cette science, les recherches, théoriques ou appliquées, touchent le musée en tant qu'offre de contenus culturels, la médiation culturelle, la muséographie, mais également les publics et les usagers. Habituellement, on peut diviser en deux catégories génériques les recherches en muséologie qui portent plus spécifiquement sur les visiteurs de musées (3) : les recherches quantitatives et les recherches qualitatives.

▲ Les études quantitatives

Les études quantitatives mesurent la fréquentation des musées selon une grille classique de classification des publics (âge, sexe, domicile, formation, catégories sociales et professionnelles, lieu d'habitation). Elles placent l'utilisateur comme récepteur des collections, expositions et parcours dans le musée. L'étude de la fréquentation vise à fournir des informations pour développer l'offre muséale et pour adapter la structure institutionnelle à la bonne réalisation de ses finalités (4). Ce type d'étude permet d'identifier différentes catégories de publics et de photographier instantanément les fréquentations des musées. Ainsi, dans son numéro trois, la revue *Publics & Musées* (1993) publie des réflexions sur le public des musées, chercheurs et praticiens des musées parlant de "visiteurs" et de "publics". Si les publics de musées sont considérés comme étant des personnes qui viennent visiter le musée, il n'est pas question de ce qu'ils y font concrètement, ni pourquoi, ni ce qu'ils font de leurs visites. Ce type d'étude donne des réponses aux questions liées à la capacité d'accueil, à l'investissement en équipement, à la définition de contraintes fonctionnelles et vise ainsi à aider à établir des politiques spécifiques, des budgets, des priorités.

Les études quantitatives s'effectuent notamment grâce à des questionnaires distribués à un nombre important de personnes constituant des échantillons représentatifs ou alors à partir de données qui sont collectées directement par les musées (à l'exemple du nombre d'entrées quotidien, directement déductible du nombre de billets vendus chaque jour). Généralement, les musées sont dotés de différents outils comme des observatoires ou des services des publics (5) qui visent à mettre en place des enquêtes de publics plutôt en termes quantitatifs. Mais comme le soulignent Olivier Donnat et Denis Cogneau dans l'introduction de la grande étude nationale menée par le département des études et de la prospective du Ministère de la Culture en France : "toute enquête par sondage du type de "Pratiques culturelles des Français" porte en elle des limites..." (1990, p.11).

▲ Les études qualitatives

Les études qualitatives visent à observer les visites, à recueillir les représentations des visiteurs des musées, à saisir la façon dont ceux-ci s'approprient les musées. On parle d'études d'évaluation et non plus d'études de fréquentation. Les recherches visent alors à dresser des monographies retraçant les parcours de musée afin de mettre en relief les objectifs des visites, les objets plus ou moins regardés, ou bien encore les manipulations effectuées pendant la visite. Des entretiens auprès des visiteurs observés permettent de poser des questions sur le sens et les finalités de leurs visites. Outre les entretiens effectués avant ou après la visite, des observations lors de la visite permettent de relever les circuits, les arrêts, les durées, les gestes, les paroles. Constituées de récits de visites et d'itinéraires dans les expositions, ces enquêtes visent l'établissement de monographies et à chercher à déterminer si "les parcours conceptuels et thématiques correspondent à une déambulation aléatoire ou à un cheminement intellectuel, s'ils sont le résultat d'une décision, d'une démarche rationnelle qui serait l'expression d'une curiosité" (Habib, 1995,

p. 95). Par ailleurs, des méthodes d'enquêtes utilisées récemment sur les publics de musée utilisent de techniques originales - vidéo, photographie par exemple - et ont justement pour objectif d'enrichir la dimension qualitative des études de public. D'autres études portent sur l'interaction sociale au musée. Pour ce faire, des enquêtes sont menées auprès de visiteurs en groupe. Les interactions relevées lors d'observations de visites de groupe "aboutissent à différents types d'appropriation des éléments d'exposition" (Mac Manus, 1994, p 77).

▲ Les études des produits et services multimédias à contenu muséal

Les études des usages des multimédias de musée sont à la fois liées aux recherches sur les musées et aux recherches menées en sociologie des usages des technologies de communication. Cette double filiation paraît logique car l'objet de ces études amène à la fois à s'interroger sur la relation de l'utilisateur avec le contenant - le dispositif technologique - et avec le contenu muséal, les deux dimensions étant d'ailleurs difficilement dissociables en l'état. Or, traditionnellement, les recherches consacrées aux usages des médias et des technologies de l'information et de la communication (TIC) sont également schématiquement séparées en deux catégories : les analyses quantitatives et les analyses qualitatives, comme pour les études de muséologie.

▲ Les analyses quantitatives et qualitatives

Dans le premier cas, on retrouve l'approche de la diffusion développée notamment à partir des travaux d'Everett M. Rogers alors que, dans le second, figurent un ensemble de recherches plutôt consacrées à l'appropriation. C'est en partie en réponse aux limites des approches quantitatives de la sociologie de la diffusion qu'est née cette approche axée sur l'étude des pratiques du point de vue de l'utilisateur. Ici, il n'est plus question de taux d'adoption et autres données macro-sociales mais plutôt des usages réels des technologies ainsi que des significations que revêtent ces pratiques auprès des individus ou des groupes.

En ce qui concerne plus spécifiquement l'introduction de technologies dites interactives dans les foyers, la nouveauté de celles-ci rend difficile toute analyse quantitative fiable liée aux contenus muséaux étant donné le manque de signes forts et récurrents qui permettraient de saisir des tendances en termes de constitution d'un public de consommateurs de produits et services multimédias à contenu muséal. Néanmoins, bon nombre d'études partielles sont menées. L'approche quantitative basée sur des variables classiques est adoptée, notamment lorsque des questionnaires sont mis en ligne sur l'Internet, pour comptabiliser les connexions et ainsi évaluer la fréquentation des sites Web de musée, dans un souci d'étude du processus de diffusion des technologies et un souci marketing (par exemple, en évaluant la possibilité de vendre des services en ligne).

Mais tout en ne négligeant pas les premières données quantitatives sur la fréquentation des sites Web des musées ou sur les ventes de CD-ROM culturels, les méthodes d'analyse qualitative semblent plus pertinentes pour mener des études consacrées à l'usage des multimédias de musée. Travaillant pour le compte de la Réunion des musées nationaux (RMN) et/ou pour la Direction des musées de France (DMF), des chercheurs (Davallon, Gottesdiener et Le Marec, 1997) commencent à étudier les usages de produits et services multimédias à contenu muséal en faisant appel aux méthodes issues de la micro-sociologie. Avec les technologies de communication les plus modernes, les musées peuvent compter également sur des indicateurs qu'ils recueillent eux-mêmes. Il en est ainsi du courrier électronique échangé avec les usagers qui peut être fort intéressant en termes de pratiques et de représentations de la technologie.

▲ Tableau récapitulatif

	Méthodes
--	----------

Musée	Quantitatives (fréquentation) : ■ nombre de visiteurs, catégories socio-professionnelles (CSP), fréquence des visites, âge, sexe, autres pratiques culturelles, motifs de visites
	Qualitatives (évaluation) : ■ observations, entretiens, suivis des parcours
Multimédia de musée	Quantitatives (diffusion) : ■ <u>sur l'Internet</u> : nombre de connexions au site Web, nombre de consultations des pages dans le site, statistiques des provenances des internautes par pays, questionnaires en ligne avec questions fermées (CSP, âge, sexe, temps passé, etc.) ■ <u>sur CD-ROM</u> : nombre d'ordinateurs, de lecteurs CD-ROM, de CD-ROM vendus, titres des CD-ROM vendus, CSP des acheteurs, lieux d'achats, satisfaction, motifs d'achats
	Qualitatives (appropriation) : ■ observations, entretiens

▲Paradigmes

▲Un paradigme commun : la place centrale de l'individu

Un parallèle peut être établi entre les deux séries d'études sur le plan paradigmatique. Dans les deux cas, une tendance remontant aux années 1970 - en ce qui concerne les recherches en muséologie - et aux années 1980 - à propos des études portant sur les usages des technologies - a consisté en la multiplication des travaux mettant en avant la figure de l'individu-usager-consommateur face aux structures de production culturelle : ceux-ci sont appréhendés comme des visiteurs (pour le musée) ou comme des usagers (pour les technologies de l'information et de la communication).

Alors que l'utilisateur des médias était souvent considéré de façon plutôt passive par les approches traditionnelles de la sociologie des usages (6) (notamment l'approche de la diffusion), l'approche de l'appropriation "situe ses analyses sur le plan de la mise en oeuvre ou "mise en usage" dans la vie sociale des objets techniques"(Millerand, 1998). De plus, "l'étude des usages dans les termes de l'appropriation sociale des technologies s'attache à l'étude de leur formation du point de vue des usagers" (ibid.) Cette nouvelle approche des usages coïncide avec une mise en avant de la figure de l'utilisateur-acteur.

Il en est de même au sein de la muséologie avec ce qu'il est convenu d'appeler la "nouvelle muséologie", un courant de recherches au cœur duquel prennent place des réflexions selon lesquelles "on ne peut plus se contenter d'une conception du musée comme lieu didactique ou médiatique" (Caillet, 1995, p. 43). Depuis le début des années 1970, la nouvelle muséologie a engagé des recherches pour une plus grande participation des citoyens, entraînant notamment la création des écomusées (7). Ainsi, en 1987, lors de "l'International Workshop on New Museology", l'accent était mis sur "la libération, les progrès et la transformation de la société par la prise de conscience et la participation de la population" (ibid., p. 43). Cette approche place l'utilisateur comme sujet susceptible de devenir expert de par ses pratiques muséales et prend en compte les interactions entre pratiques de musées et d'autres pratiques culturelles.

L'émergence et l'utilisation du concept d'interactivité illustre bien cette tendance. En sociologie des usages, celui-ci fait essentiellement référence à l'interaction entre l'être humain et la machine, à travers notamment l'hypertexte et l'hypermédia, qui offrent un certain choix dans la navigation. Dans le cas des produits multimédias, l'interactivité décrit donc la possibilité technique pour l'utilisateur de faire des combinaisons à partir d'images, de sons, et de textes et définit un type d'accès, un mode d'interaction avec une machine.

Mais l'interactivité ne se borne pas à des considérations de relation entre l'utilisateur et la technique mais devient vite une notion centrale dans les débats sur le "pouvoir" ou l'autonomie de l'utilisateur, qu'il soit simple utilisateur, sujet social, citoyen. La notion d'interactivité joue un grand rôle dans l'imaginaire social qui accompagne le développement des technologies d'information et de communication (TIC) et en particulier dans la formation du mythe "libérateur", "salvateur" associé à ces technologies. Pierre Chambat note que "la notion ambiguë - technique et sociale - d'interactivité est au centre de la réévaluation de l'utilisateur" (1994, p. 261). Cette notion met en avant la question de l'autonomie de l'utilisateur ou de son pouvoir vis-à-vis du poids accordé traditionnellement à l'offre dans les études.

Par ailleurs, en révélant la problématique du rôle actif *versus* le rôle passif de l'utilisateur via le concept d'interactivité, les recherches sur l'appropriation des TIC ont marqué une rupture avec celles menées en sociologie des médias de masse. Les premières observations d'usages portant sur les sites de musées sur l'Internet mettent d'ailleurs en relief cet imaginaire autour de l'interactivité. Ainsi l'instauration d'échanges entre les professionnels des musées et les internautes *via* la messagerie électronique est souvent considérée comme relevant d'une communication dialogique entre producteurs et consommateurs de produits culturels.

Du côté des musées, les professionnels et notamment les évaluateurs parlent d'interactivité, voire d'interaction, entre musée et visiteurs. De façon générale, lorsqu'il est question d'interactivité dans les expositions des musées, celle-ci désigne la relation qui s'établit entre les visiteurs et les dispositifs muséaux. Remontant à quelque temps déjà, l'interactivité dans les musées peut prendre plusieurs formes : une interactivité de type "presse-bouton", permettant au visiteur de manifester son choix parmi plusieurs réponses au cours de son parcours ; des expériences scientifiques invitant les visiteurs à manipuler des éléments pour construire une expérience ; et l'introduction de bornes interactives puis d'ordinateurs soit sur place, soit en accès distant du musée.

Une fois encore, la figure de référence a été celle d'un visiteur libre de ses choix dans sa consommation de biens et de services culturels. Toutefois, comme l'écrit Joëlle le Marec, il est essentiel de discuter l'interprétation que l'on peut faire de la place du public, lorsque celle-ci prend l'allure d'un pouvoir :

La capacité créatrice du récepteur a conduit à masquer les limites dans lesquelles s'exerçait cette capacité. Ces limites sont liées aux contraintes des différents supports d'information... mais aussi aux intérêts que trouve l'idéologie néo-libérale marchande dans la célébration du pouvoir du récepteur, qui n'est qu'une manière de nommer le consommateur, ou le client (1996, page 3).

▲ Le poids structurant des choix du concepteur et du producteur

Il reste en effet que la liberté imputée à l'utilisateur s'avère tout à fait relative. L'utilisateur de produits multimédias consulte des textes, des sons ainsi que des images fixes ou animées. Sur un CD-ROM ou un site Web, il prend connaissance des données mises à sa disposition par le concepteur en respectant plus ou moins les choix effectués par celui-ci, le contenu multimédia se présentant comme un ensemble de parcours à suivre grâce aux liens hypertextes ou hypermédias (par exemple, il est possible de choisir de naviguer par ordre chronologique, thématique, ou par la modélisation spatiale du musée). Cependant, l'utilisateur doit également tenir compte de choix et de contraintes imposées de l'extérieur. En conséquence et en suivant André Vitalis, il nous apparaît pertinent de situer l'usage au carrefour de trois logiques principales : "une logique technique, qui définit le champ des possibles ; une logique économique, qui définit le champ des utilisations rentables ; et une logique sociale, qui détermine la position particulière de l'utilisateur avec ses besoins et ses désirs" (1994, 36). C'est l'interaction de ces trois logiques qui donne vie aux usages observés au quotidien. Cette approche n'exclue pas l'existence de détournements d'usages par rapport à ceux qui étaient prescrits, mais elle encadre la liberté de l'utilisateur à l'intérieur des choix et des contraintes découlant des logiques technique et économique mises en oeuvre par les concepteurs et les producteurs.

Dans un contexte marqué par la marchandisation croissante des expositions muséales, on peut d'ailleurs reprendre la phrase d'André Vitalis mentionnée ci-dessus et l'adapter aux visites des musées. C'est ainsi qu'une déambulation au sein d'une exposition dépend non seulement des besoins et des désirs des visiteurs mais aussi à la fois des choix et des contraintes d'ordre technique et économique qui permettent de comprendre pourquoi telle oeuvre est exposée plutôt que telle autre, ou pourquoi tel lieu d'exposition est préféré à tel autre. Les poids du technique et celui de l'économie relèvent respectivement de la matérialité du musée et de la marchandisation de celui-ci. Par ailleurs, autant dans le cas des usages des multimédias de musée que dans celui des usages des musées, il existe des détournements d'usage par rapport à la façon dont les concepteurs envisagent la visite, ou la navigation.

▲ Conclusion

Ce travail comparatif des méthodes d'analyse des études en muséologie et des études des usages des technologies multimédias indique que les approches sont susceptibles de se féconder mutuellement du fait de leur convergence autour du débat entre les deux paradigmes mentionnés précédemment. Cette constatation apparaît être d'autant plus intéressante que les usages observés dans les musées tant virtuels que réels sont parfois intimement liés. La question des interactions entre les pratiques de musée et les usages de produits et services multimédias à contenu muséal constitue d'ailleurs un vaste terrain d'étude. La prise en compte de ces interactions peut contribuer à repenser les études sur les visites de musée et celles sur l'utilisation des dispositifs techniques permettant l'accès au musée numérisé.



▲ Notes

(1) Le succès du CD-ROM du Louvre intitulé "Peintures et Palais. La visite interactive du plus grand musée du monde" est intéressant à cet égard. Vendu à plus de 200.000 exemplaires et constituant ainsi la plus forte vente culturelle, il est devenu l'une des figures emblématiques d'un nouveau média. Ce CD-ROM a également été acheté par les bibliothèques et les établissements scolaires.

(2) À partir de ceux-ci, il est possible de se connecter au site de l'éditeur qui propose des informations actualisées ou le téléchargement d'autres fichiers prenant place "à côté" du CD-ROM sur l'écran de l'ordinateur de façon transparente.

(3) De manière générale, les choix méthodologiques en muséologie dépendent non seulement des objets d'études, mais également des origines disciplinaires des chercheurs : muséologie, mais aussi sociologie, psychologie, sciences cognitives, ethnologie, entre autres.

(4) Il existe trois formes d'études, distinguées sur la base du moment de réalisation des enquêtes : les évaluations préalables, celles effectuées pendant la période de conception du musée et les évaluations sommatives "qui se font après l'ouverture de l'exposition" (d'après Caillet, 1995, pp. 164 et 165).

(5) Dans certains musées, les responsables mettent en place des services d'étude des publics, sans que ceux-ci ne soient reconnus institutionnellement comme des observatoires, mais dont la mission relève d'une fonction d'observatoire.

(6) Pierre Chambat fait un parallèle intéressant entre les recherches sur la réception médiatique et celles sur l'appropriation des technologies de la communication. Dans les deux cas, l'accent est mis dans les années 80 sur le rôle actif du consommateur.

(7) Les écomusées cherchent à valoriser la connaissance du territoire pour contribuer à assurer la protection d'un patrimoine de proximité, naturel et culturel.



▲Références

CAILLET Élisabeth, 1995, *À l'approche du musée, la médiation culturelle*, Lyon : Presses Universitaires de Lyon

CHAMBAT Pierre, 1994, "Usages des technologies de l'information et de la communication". *Technologies et Société*, 6(3), pages 249-270

DAVALLON Jean, mars 1995, "Les nouvelles méthodes : usage, utilité, avantages, limites", dans *Symposium franco-canadien sur l'évaluation des musées*, Québec : Musée de la civilisation, service de la recherche et de l'évaluation, pages 107 à 111

DAVALLON Jean, GOTTESDIENER Hana, LE MAREC Joëlle, janvier 1997, *Approche de la construction des usages de CD-ROM culturels liés aux musées*, Saint-Étienne : Centre d'Étude et de Recherche sur les Expositions et les Musées, Université Jean Monnet, Ministère de la Culture, DMF/RMN, diffusion restreinte

DONNAT Olivier et COGNEAU Denis, 1990, *Les pratiques culturelles des Français - 1973-1989*, Département des études et de la prospective du Ministère de la Culture et de la Communication, Paris : La Documentation française

HABIB Marie-Claire, mars 1995, " Récits de visite et itinéraires dans les expositions de la Cité des Sciences et de l'Industrie ", dans *Symposium franco-canadien sur l'évaluation des musées*, Québec : Musée de la civilisation, service de la recherche et de l'évaluation, pages 95 à 103

LATOUCHE Serge, 1er semestre 1997, " La mondialisation et la fin du politique : diagnostic et perspectives ", *La Revue du M.A.U.S.S. semestrielle, Comment peut-on être anticapitaliste ?*, Paris : éditions La Découverte, pages 137 à 150

LE MAREC Joëlle, 29 janvier 1996, *Le visiteur en représentations. L'enjeu des évaluations préalables en muséologie*, Saint-Étienne : Université de Saint-Étienne, Thèse de Doctorat, diffusion restreinte.

MAC MANUS Paulette, 1994, " Le contexte social : un des déterminants du comportement d'apprentissage dans les musées ", *Publics & Musées*, n° 5, Lyon : Presses Universitaires de Lyon, pages 59 à 77.

MIEGE Bernard, 1989, *La société conquise par la communication*, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble

MILLERAND Florence, à paraître, *COMMposite*, [En ligne] " Usage des NTIC, les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation, 2ème partie ".

Revue Publics & Musées, n° 3, 1993, Lyon : Presses Universitaires de Lyon

RIVIÈRE Georges-Henri, 1989, *La muséologie, Cours de muséologie/textes et témoignages*, Paris : éditions Dunod

VITALIS André, 1994, " La part de citoyenneté dans les usages ", dans *Médias et nouvelles technologies. Pour une socio-politique des usages*, VITALIS André (sous la direction de), Rennes : Éditions Apogée, pages 35-44



© [COMMposite v98.1](http://commposite.org/v1/98.1) - 1998 - Tous droits réservés.



Parthenay... entre passé médiéval et avenir numérique

par [Éric George](#)

Étudiant en doctorat de sciences de la communication - Université du Québec à Montréal et École normale supérieure de Fontenay/Saint-Cloud

résumé

sommaire

et [Maryse Rivard](#)

Étudiante à la maîtrise en communication - Université du Québec à Montréal

© Éric George et Maryse Rivard - 1998 - Tous droits réservés.

▲ Résumé

Les auteurs de cet article proposent de visiter « virtuellement » la première « Ville numérique » française. C'est à l'occasion d'un colloque sur « La démocratie et les réseaux multimédia », organisé par l'association Veille européenne et citoyenne sur les autoroutes de l'information et le multimédia (VECAM) à Parthenay en septembre 1997, que ceux-ci ont pu découvrir à la fois la petite cité et le projet de « Ville numérique ». Intéressés par le processus d'informatisation des sociétés et curieux de voir si une telle expérimentation peut être porteuse d'enseignements sur les contenus et les usages sociaux des technologies de l'information et de la communication, ils ont entrepris une étude sur les multiples facettes qui donnent sa substance au concept de « Ville numérique » à cette petite ville encore marquée par son passé médiéval et rural.

À partir d'observations de terrain, d'échanges avec les principaux acteurs, d'une analyse du site Internet de la ville, et de la lecture des premiers rapports d'expérimentation produits par des chercheurs associés au projet, ils tentent de répondre aux questions suivantes: Quelles sont les caractéristiques des dispositifs techniques mis en oeuvre à Parthenay? Peut-on déjà mettre en évidence des utilisations de ces dispositifs, voire des usages sociaux en formation? Dans quelle mesure cette expérience est-elle exemplaire? Est-elle généralisable ou est-elle unique?

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

Descripteurs :

« Ville numérique », Parthenay, technologies d'information et de communication (TIC), Internet, dispositifs techniques, usages sociaux, démocratie, citoyenneté.

▲ Sommaire

[Des discours aux réalités](#)

[Parthenay, entre tradition et modernité](#)

[La Cité médiévale et rurale](#)

[La « Ville numérique »](#)

[Le babillard](#)

[« L'In-Town-Net »](#)

[L'accès gratuit à Internet](#)

[Les espaces numérisés](#)

[Les spécificités de cette expérimentation](#)

[La réhabilitation du Politique](#)

[L'ouverture du local au global](#)

[Parthenay, exemplaire et ... unique ?](#)

[Pour en savoir plus](#)

[Quelques sites intéressants](#)

[Références](#)

[Notes](#)



▲ Des discours aux réalités

L'explosion du multimédia, les promesses de l'autoroute de l'information et l'émergence d'une nouvelle société sont autant de thèmes médiatiques récurrents qui occupent de plus en plus les actualités au cours de cette décennie. Pour la plupart dithyrambiques, les propos émanant des sphères politique, économique, scientifique et journalistique se multiplient. Le vice-président des États-Unis, Albert Gore voit dans les autoroutes de l'information « un nouvel âge athénien de la démocratie forgé dans les forums créés par l'infrastructure globale de l'information » ([1994, en ligne](#)) (1). Bill Gates, le patron de l'entreprise phare de la micro-informatique, Microsoft, estime que « nous assistons à un événement historique. Il provoquera une secousse sismique dans le monde, aussi forte que la découverte de la méthode scientifique, l'invention de l'imprimerie et l'industrialisation » ([1995, 330](#)). Joël de Rosnay, directeur des relations internationales à la Cité des Sciences et de l'Industrie de La Villette à Paris, considère que nous sommes dans une phase de transition entre la société industrielle et la « société informationnelle », une société « interactive et responsabilisante », qui devrait être marquée par « la pratique solidaire de l'intelligence collective » ([1996, en ligne](#)) .

Au-delà de ces discours, il est difficile pour le moment d'appréhender toutes les dimensions du développement du multimédia et des autoroutes de l'information au sein de la société, ne serait-ce que parce que les modes de production, de distribution, de financement ainsi que les premiers usages des technologies de l'information et de la communication (TIC) (2) qui sont au cœur de la transformation annoncée ne sont pas encore stabilisés.

Nous vous proposons dans cet article de visiter « virtuellement » Parthenay, la première « Ville numérique » française. Il nous est apparu intéressant d'étudier le processus d'informatisation de cette petite ville et de voir si celui-ci peut être porteur d'enseignements sur les contenus et les usages sociaux des technologies de l'information et

de la communication, susceptibles d'émerger à plus grande échelle. Pour ce faire, nous nous sommes posés les questions suivantes: Quelles sont les caractéristiques des dispositifs techniques mis en oeuvre à Parthenay ? Peut-on déjà mettre en évidence des utilisations de ces dispositifs, voire des usages sociaux en formation ? Dans quelle mesure cette expérience est-elle exemplaire ? Est-elle généralisable ou est-elle unique ?

Nous allons en premier lieu présenter les quatre facettes qui donnent sa substance au concept de « Ville numérique » à Parthenay: le babillard, « l'In-town-Net », l'accès au contenu d'Internet et les espaces numérisés. Nous décrirons les caractéristiques des dispositifs techniques mis en place et ferons une brève analyse des premières utilisations qui se développent actuellement. Dans un deuxième temps, nous nous attarderons à décrire certains aspects du processus d'introduction des technologies de l'information et de la communication qui font de Parthenay une expérience spécifique. Nous considérerons tout d'abord le fait que le projet a été initié et continue d'être soutenu par la sphère politique locale et nous examinerons ensuite comment l'ouverture vers l'extérieur s'appuie sur la dimension structurante du local tout en ne négligeant pas le rôle intermédiaire de l'État entre « local » et « global ». Enfin, nous conclurons sur la mise en évidence de quelques paradoxes dont l'évolution sera particulièrement intéressante à suivre dans le cadre du développement de ce projet, un développement qui pourrait bien être unique en son genre notamment à cause de ces mêmes paradoxes.

Nous avons eu l'occasion de découvrir Parthenay lors d'un colloque intitulé « La démocratie et les réseaux multimédia », organisé par l'association Veille européenne et citoyenne sur les autoroutes de l'information et le multimédia (VECAM) les 25, 26 et 27 septembre 1997. Pendant ces trois jours, nous avons arpenté la ville de part et d'autres et rencontré les acteurs sociaux locaux. Conscients qu'à l'occasion de ces Rencontres, Parthenay avait tout mis en oeuvre pour paraître « sous son meilleur jour » et que la présence de quelques trois cents congressistes transformait considérablement la ville, nous sommes restés quelques heures après le départ des dernières navettes afin de voir comment les citoyens se réappropriaient leur cité. Puis, une fois de retour à Montréal, nous avons poursuivi l'enquête à distance notamment grâce à Internet qui nous a permis de continuer les échanges engagés avec des acteurs locaux, en plus d'avoir accès à de nombreuses sources d'information.

C'est donc à partir d'observations de terrain, d'échanges avec les principaux acteurs, d'une analyse du site Internet de la ville, et de la lecture des premiers rapports d'expérimentation produits par des chercheurs associés au projet [\(3\)](#) que nous tentons de répondre aux questions spécifiques énoncées précédemment.

▲ Parthenay, entre tradition et modernité

La Cité médiévale et rurale

La juxtaposition des toits en ardoise et en tuile ainsi que la variété des accents des citoyens révèle la situation mitoyenne de la cité. Située à la limite entre le nord et le sud du pays, la ville de Parthenay est surtout connue pour son patrimoine architectural, particulièrement représentatif d'une ville médiévale [\(4\)](#). Le château et les fortifications, les églises romanes et gothiques restaurées selon les règles de l'art, ainsi que les pittoresques ruelles du vieux village donnent aux visiteurs l'impression de voyager dans le temps. Les nombreuses maisons à pans de bois qui jalonnent encore les rues du centre-ville témoignent d'ailleurs de l'activité commerciale de la bourgeoisie de la fin du Moyen-Âge.

La tradition commerçante s'est perpétuée autour du marché aux bestiaux jusqu'au XX^{ème} siècle, la figure emblématique de la ville - présente sur les armoiries - étant ... une vache, la « Parthenaise ». Le dynamisme économique caractéristique de la période des « Trente Glorieuses » s'est incarné dans les secteurs des industries agro-alimentaire et mécanique, entraînant une augmentation de la population de Parthenay et des villages alentour. Mais, à l'instar de bon nombre d'autres petites villes rurales, Parthenay a ensuite été durement marquée par la crise économique. Son histoire récente en témoigne avec des pertes d'emploi dans ses principaux secteurs d'activité économique et un exode rural notable (perte de 2,7% de ses habitants entre 1982 et 1990) vers les métropoles régionales et l'Ile-de-France.

Constatant que le redéploiement vers d'autres formes d'emploi, notamment tertiaires ne contribuait qu'imparfaitement à relancer l'économie locale, les acteurs sociaux de la région, à commencer par les pouvoirs publics de la Municipalité et du District, se sont engagés, il y a une vingtaine d'années, dans une dynamique de revalorisation du

local. Pour ce faire, ils ont misé sur la curiosité, la participation active et l'esprit créatif des citoyens en mettant en place des lieux de rencontres, organisés autour d'« agents de développement » chargés d'être à l'écoute des besoins de la population et de fournir des informations à celle-ci sur toutes les questions relatives au développement local. C'est dans le cadre de cette politique que les pouvoirs publics locaux se sont intéressés aux technologies de l'information et de la communication à partir de 1995.

▲ La « Ville numérique »

Sous ce vocable à la mode, se cache l'ambition des responsables politiques de relier électroniquement plus des trois quarts de la population et de « ré-inventer la Cité: c'est une fantastique opportunité pour proposer des « services publics » renouvelés, susciter la créativité des acteurs et des partenariats de type nouveau, inventer de nouvelles gouvernances locales et ré-inventer ainsi l'espace démocratique de la cité » affirme le maire de Parthenay, [Michel Hervé, \(1997, 25\).](#)

Obtenant le label de « Ville numérique » (ou « Ville numérisée ») décerné par la Commission européenne, la petite ville rurale a pu compter sur son insertion dans deux projets visant le développement et l'appropriation des technologies, à savoir les projets METASA [\(5\)](#) et MIND [\(6\)](#). Parallèlement à ce soutien des pouvoirs publics européens, Parthenay a également pu bénéficier de la collaboration de groupes industriels, dont certains (Siemens-Nixdorf et France Télécom) sont associés à l'ensemble des projets européens, ainsi que du savoir des chercheurs en sciences sociales mentionnés précédemment. À l'échelle locale, les principaux acteurs sociaux intégrés au projet regroupent les collectivités territoriales (à savoir la commune et le District de Parthenay qui représentent respectivement un peu plus de 10.000 et de 17.000 habitants) mais aussi un millier de petites et moyennes entreprises, ainsi que plus de trois cents associations oeuvrant dans différents secteurs sociaux.

Au titre de citoyens, les Parthenaisiennes et les Parthenaisiens ont progressivement accès depuis 1996 au babillard local, à « l'In-Town-Net », à Internet, et aux espaces numérisés répartis dans la ville, soit autant de facettes de l'implantation des technologies de l'information et de la communication qui fondent localement le concept de « Ville numérique ». Nous les présentons ci-dessous en mettant l'accent sur leurs caractéristiques démocratiques potentielles ainsi que sur les premières utilisations dans la mesure où des observations ont déjà été effectuées.

▲ Le babillard

Généralement plus connu sous l'appellation anglaise de Bulletin Board System (BBS), un babillard local [\(7\)](#) a été mis en place en janvier 1996. Il proposait alors trois types de services :

- des rubriques d'informations et de services (revue de presse des médias locaux, programmes de cinéma, nouvelles agricoles et économiques, services fiscaux, etc.);
- des forums de discussion consacrés à la vie de la cité et à des débats d'idées;
- des petites annonces (stages, emplois, immobilier, automobile, etc.).

Un an et demi après sa mise en fonction, il comptait près de 380 usagers connectés en entreprise, dans le milieu scolaire, au sein des associations, dans l'administration ou à domicile. En un peu plus d'une année, il totalisait près de 5500 heures de connexions avec 38.600 connexions effectuées, environ 700.000 dossiers ouverts, et quinze giga-octets de données échangées [\(8\)](#). Les utilisations du babillard ont été plus importantes que prévues dans la mesure où conçue initialement pour recevoir quatre connexions simultanées, l'infrastructure de celui-ci a dû être modifiée pour en recevoir huit. Puis, toujours confronté à des problèmes de connexions, et plus récemment à un manque d'interopérabilité, le babillard a effectué à partir de novembre 1996 un transfert de contenu vers « l'In-Town-Net » qui offre des potentialités d'utilisation évolutives.

D'ores et déjà, un groupe d'usagers, les médiateurs locaux, [\(9\)](#) ont progressivement calqué leur utilisation du babillard sur les rythmes hebdomadaire et annuel de travail, en consacrant de moins en moins de temps à cette pratique en fin de semaine et en vacances et ce, à la différence des premières utilisations qui avaient été intensives à tout moment. « On peut penser que ce mode de communication est pour eux devenu très vite un moyen normal, qui ne bouscule pas ou peu le mode de vie » estiment [Emmanuel Eveno et Luc Jaëcklé, \(1997, en ligne\).](#) En sociologie des usages,

cette observation ne pourrait-elle pas être analysée comme relevant de la formation d'usages « sociaux » au sens entendu par Jean-Guy Lacroix ? Celui-ci entend le terme d'« usages sociaux » en tant que « modes d'utilisation se manifestant avec suffisamment de récurrence et sous la forme d'habitudes suffisamment intégrées dans la quotidienneté pour s'insérer et s'imposer dans l'éventail des pratiques culturelles préexistantes, se reproduire et éventuellement résister en tant que pratiques spécifiques à d'autres pratiques concurrentes ou connexes ». ([Lacroix, 1994, 147](#))

▲ L'In-Town-Net

« Réseau de la ville » serait une traduction assez conforme du terme anglais « In-Town-Net » qui se définit comme un outil de proximité pour les citoyens. Le « Réseau de la ville » est structuré selon l'architecture propre aux protocoles Internet (TCP/IP) et son contenu correspond en fait à un « super-site » composé de huit rubriques - « Intranet », « Commerce », « Cité », « Annonces », « Jeunes », « Économie », « Infos » et « Loisirs » dans l'ordre d'apparition à l'écran (voir figure ci-dessous) - qui constituent en fait autant de sites plus ou moins indépendants les uns des autres. De façon générale, ces rubriques présentent une certaine homogénéité en termes iconographiques mais cela n'empêche pas certaines d'entre elles d'être présentées différemment.

Concrètement, le Réseau de la ville se présente ainsi:

 Intranet	 Commerce	 Cité	 Annonces
Annuaire	Univers	S.Publies	Emploi
Forums	Boutiques	Mairie	Immobilier
Internet		Infos administratives	Automobiles
Gestion		Social-Emploi-Santé	Annonces Légales
			Divers
 Jeunes	 Economie	 Infos	 Loisirs
Education	Industrie/Commerce	Médias	Sport
Loisirs	Agroalimentaire	A la Une	Tourisme
Point Info Jeunes	Associations	Infos Services	Où sortir ?
	Web d'Entreprises	Parthenay	Culture

Particulièrement complète, la rubrique « Économie » permet d'avoir accès à des nouvelles concernant l'économie locale, pouvant émaner aussi bien de la Mairie de Parthenay que de la Commission Européenne à Bruxelles. Cette rubrique factuelle apparaît comme le complément du « Tableau de bord » de l'économie du District au sein duquel on trouve des informations générales sur la population et l'emploi, sur les entreprises situées dans les secteurs du commerce, de l'industrie, des services ou de l'artisanat ainsi que sur les créations et les radiations d'entreprises dans ces différents secteurs. Il est également possible de rechercher un local d'entreprise grâce à un choix de critères (type de local, transaction, superficie et localisation). Par ailleurs, l'ensemble des responsables municipaux des affaires relatives à l'économie, à l'industrie et à l'agriculture peuvent être contactés par le biais du courrier électronique. Enfin, chacune des entreprises du District est présentée brièvement avec, éventuellement, un lien effectué vers son site Web. L'ensemble fort complet est réalisé par le Service économique du District de Parthenay en collaboration avec la Chambre de Commerce et d'Industrie des Deux-Sèvres, la Chambre des Métiers des Deux-Sèvres, l'Agence Nationale pour l'Emploi (ANPE) de Parthenay, l'Institut national des statistiques et études économiques (INSEE) de Niort, et le Service des Eaux du District de Parthenay.

En cliquant sur le lien « Univers », les consommateurs ont la possibilité de passer leur commande auprès de l'un des deux centres commerciaux locaux qui offrent deux modes de distribution au choix: passer prendre la commande à

partir de dix-sept heures à un endroit précis du supermarché, ou se faire livrer celle-ci à domicile ou au bureau.

En ce qui concerne les affaires de la ville, la rubrique « Cité » fournit un nombre considérable de renseignements accessibles en ligne. Ainsi, des informations relatives à l'état civil, aux marchés publics et aux règlements (qu'il s'agisse d'affichages de publicité, d'autorisations temporaires d'occupation du domaine public, de la circulation en ville ou bien encore des détails concernant le budget et les impôts) sont mises à disposition par les services administratifs locaux.

La sous-rubrique appelée « Mairie » permet d'envoyer un courrier électronique à la plupart des responsables de ses différents services: Administration générale, Ressources humaines et Finances-Marchés publics(10). On peut également noter une certaine transparence dans la mise à disposition d'informations difficiles à obtenir par les voies traditionnelles, ne serait-ce que parce que ces dernières sont souvent méconnues.

Quant aux « services publics » - essentiellement nationaux - ils sont présents mais le plus souvent de façon discrète. Ainsi, la Société nationale des chemins de fer (SNCF) propose simplement un renvoi sur le site national. Quant à Électricité de France, Gaz de France, La Poste et France Télécom, elles se contentent d'indiquer leurs coordonnées postales et téléphoniques locales. En revanche, sans qu'il soit déjà question d'effectuer sa déclaration de revenus en ligne, il est possible d'avoir accès à une documentation (actualité fiscale, impôts sur le revenu, taxe d'habitation, etc.), et d'échanger par le biais du courrier électronique avec la Direction Générale des Impôts. Fait intéressant, selon la municipalité, c'est la première administration centrale du pays qui a rencontré les autorités locales afin de pouvoir expliquer aux administrés comment on paye des impôts et de quelle façon on calcule ceux-ci.

Enfin, en ce qui concerne les services publics, les Sapeurs Pompiers de Parthenay disposent de leur propre site avec un historique, une présentation des ressources humaines et matérielles, ainsi que des actualités, des informations pratiques, un livre d'or à signer, etc. Le tout est présenté sous une forme originale en regard de l'identité visuelle du « Réseau de la ville ». Pour sa part, la société locale de transport routier, la SCETA, se contente de fournir deux numéros de téléphone où les voyageurs sont susceptibles d'obtenir des renseignements.

La rubrique « Annonces » propose quantité d'autres services: de la recherche d'une automobile selon différents critères (marque, genre, modèle, carburant et prix), à celle d'un emploi avec la collaboration de l'Agence nationale pour l'emploi (ANPE). Une autre section consacrée aux « Loisirs » permet d'obtenir des informations sur les associations et les activités culturelles et sportives. Une dernière section intitulée « Infos » permet d'avoir accès aux sites Web des médias locaux, du journal quotidien « Le Courrier de l'Ouest » à la station de radio locale « Gatine FM ». Cette rubrique donne également accès à un ensemble d'informations relatives au développement de la « Ville numérique », qu'il s'agisse d'actualités concernant la vie locale, de la présentation des deux projets européens auxquels la ville est associée ou des réflexions des chercheurs dont les travaux portent sur Parthenay. Enfin, il est également possible de visiter les sites conçus et réalisés par les internautes parthenaisiens ainsi que ceux réalisés au sein des villes jumelées comme Edmunston, ville acadienne de la province du Nouveau-Brunswick au Canada.

▲ L'accès gratuit à Internet

Afin d'éviter que les facteurs financiers ne constituent un frein à l'utilisation du « réseau des réseaux », le District a signé des ententes avec les représentants de plusieurs entreprises (Siemens-Nixdorf pour les ordinateurs, Cetelem pour les crédits à la consommation et France Télécom pour les liaisons téléphoniques) dans le but d'offrir à l'ensemble des habitants, des associations, ainsi que des petites et moyennes entreprises du District, des conditions privilégiées d'accès à Internet.

Ainsi, en ce qui concerne le matériel, il est possible de disposer d'un ordinateur multimédia avec modem et de deux cents heures annuelles de connexion sur Internet moyennant un versement de 300 francs par mois(11). Par ailleurs, le financement de l'accès au « Réseau de la ville » et à Internet est pris en charge par les deniers publics étant donné que la mairie est son propre fournisseur d'accès. Une fois équipés, les internautes peuvent se brancher sur Internet à partir de leur domicile. Pour ce faire, un technicien rémunéré par la collectivité locale est disponible pour configurer les ordinateurs, installer les logiciels nécessaires aux différentes applications et dispenser quelques conseils d'utilisation et ce, à titre gratuit pour les gens qui en font la demande. Ce dernier service est également proposé gracieusement grâce à une assistance téléphonique. À la fin de l'année 1997, plus de 10% de la population était

connectée à Internet au foyer, ce qui tranchait avec un taux national environ dix fois moindre.

▲ Les espaces numérisés

Au nombre de quatre à la fin de l'année 1997, les « espaces numérisés » ont pour objectif d'offrir aux citoyens du District un accès à un ensemble d'applications multimédia. L'accès à ces lieux est gratuit et il est possible de demander une assistance à des animateurs employés par le District ou à des bénévoles d'une association locale nommée Parthenet(12).

Un premier lieu baptisé « l'Espace Numérisé Armand Jubien » a été inauguré le 9 Juillet 1996 au sein d'un centre hébergeant les services sociaux et les associations d'insertion, désormais rebaptisé « Maison de la citoyenneté active ». Un deuxième, le « Garage-Centre multimédia », ouvert le 3 novembre de la même année, s'adresse à une population plutôt intéressée par la création d'entreprises et par l'utilisation des technologies au travail. Un troisième espace a ouvert ses portes à l'Hôtel de Ville le 30 janvier 1997. Il comporte une tonalité plus spécifiquement politique et administrative. Enfin, le quatrième lieu orienté autour de la culture, a été inauguré en septembre 1997 dans le cadre de la « Maison des cultures de pays ».

Ces espaces proposent des connections au babillard local, vers l'ensemble des contenus du « Réseau de la ville » et d'Internet mais également d'autres supports comme des lecteurs de CD-I, des bornes interactives et des services Télétel sur Minitel. À l'image des logiciels de traitement de texte, on peut aussi trouver des applications informatiques sur micro-ordinateurs hors réseau. Le nombre de ces espaces numérisés devrait augmenter au cours de l'année 1998 car plusieurs acteurs sociaux ont en effet prévu d'installer un relais numérique dans leurs propres locaux à côté d'activités plus traditionnelles. C'est par exemple le cas de l'Auberge de Jeunesse située à la fois dans un édifice où elle côtoie bon nombre d'associations et dans un quartier périphérique du centre-ville essentiellement résidentiel et assez éloigné des espaces numérisés existants.

Emmanuel Eveno et Luc Jaëcklé notent que dès à présent, certains indicateurs montrent que des processus d'appropriation sont à l'oeuvre au sein de la population. « À une simple mise en contact, succède aujourd'hui une logique d'appropriation, voire une logique d'usage des dispositifs techniques » (1997, en ligne). Ainsi, les observations menées conjointement par ces chercheurs et les animateurs de la ville montrent que 5000 à 6000 personnes sont venues au moins une fois dans un espace numérisé entre juillet 1996 et avril 1997. En août 1996, la durée moyenne d'une activité était d'une heure environ. Les deux chercheurs émettent l'hypothèse que les mêmes personnes reviennent de plus en plus fréquemment car les statistiques de fréquentation sont soit en hausse soit stables selon les moments, alors que les indicateurs de renouvellement du public baissent.

Ils estiment également que des logiques d'usage commencent à prendre forme, avec notamment des cas de détournements d'usages. Ainsi, « l'Espace Numérisé Armand Jubien », lieu consacré traditionnellement à l'insertion sociale, avait été conçu au départ pour accueillir les personnes défavorisées de tous âges. Or, il est plutôt investi par les jeunes, ce que nous avons pu constater au cours du samedi après-midi suivant la clôture du colloque. Les congressistes ayant quitté les lieux, les « usagers naturels » avaient dès lors réinvesti l'espace numérisé. Un groupe de jeunes adolescents occupait tous les postes disponibles dans une ambiance conviviale. Les observations ont également montré qu'une partie de ces jeunes est constituée de marginaux peu intégrés au système scolaire, mais qui s'impliquent en revanche fortement dans l'apprentissage d'Internet et des pratiques informatiques. Enfin, les utilisations diffèrent selon les périodes de l'année. Alors que les postes de la « Maison de la citoyenneté active » sont occupés en juin à moitié par des activités de bureautique hors-ligne, la grande majorité de ceux-ci fonctionnent en réseau en juillet. Emmanuel Eveno et Luc Jaëcklé émettent deux hypothèses expliquant cette différence:

soit les ordinateurs du District pallient les carences des institutions scolaires et de formation locales en matière d'équipement bureautique, soit de nombreux jeunes sont en formation dans les villes universitaires proches (Niort et Poitiers): ils viennent en juin, après la fin des cours, pour rédiger et imprimer leurs rapports de stages, sans quitter le District où ils résident (1997, en ligne).

Plus généralement, les deux chercheurs constatent que « les utilisateurs choisissent d'aller dans tel ou tel espace en fonction de critères d'usage (besoin de tel ou tel outil, recherche de tranquillité ou de convivialité) » (1997, en ligne). En conséquence, il peut y avoir des différences entre les usages prévus à l'origine et les usages effectifs. Au sein de

la sociologie des usages des TIC, l'approche de l'appropriation a bien mis en évidence ces différences entre les usages prescrits et les usages réels ([Perriault, 1989](#)). À Parthenay, les acteurs locaux n'hésitent d'ailleurs pas à reconnaître ces imprévus et à tenir compte de ceux-ci dans la poursuite de leurs politiques: « nous n'avons plus retrouvé les mêmes lignes d'exclusion qui existent par ailleurs dans la société » affirme le maire de Parthenay (Hervé, 1997, 21) en faisant référence à l'appropriation de « l'Espace Numérisé Armand Jubien » par de jeunes défavorisés.

▲ Les spécificités de cette expérimentation

La réhabilitation du Politique

Dans un contexte général marqué par la domination de l'idéologie néo-libérale et le recul du rôle des pouvoirs publics, l'expérience de Parthenay s'avère être un cas où l'action politique de la collectivité locale joue le rôle principal. À Parthenay, les pouvoirs publics disposent non seulement d'un pouvoir de catalyse visant à mobiliser les acteurs sociaux mais mènent des politiques qui visent le moyen terme. Emmanuel Eveno et Luc Jaëcklé ont ainsi remarqué qu'il y a dans la gestion du projet « District » les « signes d'un jeu de substitutions provisoires et partielles qui fondent une régulation par l'acteur public, lorsque celui-ci pense disposer d'une « meilleure capacité » que les acteurs du secteur privé » (1997, en ligne). « Un fort engagement politique de la Municipalité paraît en effet déterminant pour la réussite des projets de type « villes numérisées » ([13](#)) affirme Michel Hervé (1997, 25). Or, justement, dans cette petite ville, cette réhabilitation du Politique s'incarne essentiellement dans la figure d'un acteur social, celle du maire. Ce dernier a joué un rôle central dans le projet et ce, à double titre.

D'une part, il a longtemps travaillé sur la problématique du développement local dans le cadre de ses responsabilités sociales d'entrepreneur. Ainsi, selon ses propos (1997, 18) ses interrogations sur les façons de développer la créativité à l'échelle locale l'ont amené à mettre l'accent de sa politique municipale sur les deux actions suivantes: encourager les citoyens à participer activement aux affaires de la cité et à entreprendre à l'échelle locale; favoriser l'esprit de curiosité par une ouverture vers d'autres horizons, en termes d'expertises, de stratégies, d'expériences, etc. C'est dans cette double perspective qu'ont été notamment créées des structures sociales capables d'accueillir les « agents de développement ». D'autre part, Michel Hervé a été président d'« Europe 99 politique de civilisation » ([14](#)) et ayant été en contact étroit - à ce titre et à d'autres - avec les instances communautaires à Bruxelles depuis plusieurs années, il a logiquement proposé la candidature de sa ville au projet « Ville numérisée » afin que celle-ci bénéficie des expérimentations initiées par les autorités bruxelloises.

Par ailleurs, d'après les discours mais également d'après les premières réalisations, cette implantation de technologies d'information et de communication s'inscrit dans un projet politique plus large qui vise le développement de la participation active des citoyens à la vie politique et économique locale. Or, une politique visant le long terme était nécessaire sinon suffisante pour que les citoyens soient susceptibles de s'approprier leur « Ville numérique ». À titre d'illustration, Michel Hervé pense que le développement progressif des communications autour des services d'« agents de développement » a favorisé une implantation du babillard beaucoup plus rapide à Parthenay que dans d'autres villes:

Le terrain était déjà préparé ... les citoyens à Parthenay avaient déjà acquis une capacité de communication transversale: d'où la possibilité de se servir de l'outil comme celle d'un moyen d'échange dans le cadre d'un espace-temps capable d'accroître le volume d'échange entre nos concitoyens (1997, 20).

Le concept d'« agents de développement » s'est vu de nouveau mis à l'honneur, afin de favoriser l'implantation des dispositifs techniques. Désormais, ces agents sont chargés « d'observer, d'apporter de l'information et de créer les conditions de la rencontre » (Hervé, 1997, 22) entre la technique et l'être humain.

▲ L'ouverture du local au global

Une autre spécificité du modèle de Parthenay consiste en un pari audacieux: miser sur l'ouverture au monde pour

agir localement. L'exode rural caractéristique de la deuxième moitié du vingtième siècle a été le plus souvent combattu par des méthodes qui mettaient l'accent sur des facteurs endogènes favorisant un développement centré sur les atouts locaux. À Parthenay en revanche, les acteurs du développement local ont misé sur des facteurs à la fois endogènes et exogènes. Ainsi, le « Réseau de la ville » est divisé entre services ouverts à l'ensemble des internautes de la planète et services destinés exclusivement à la population locale sous la forme d'un Intranet. Ainsi, en cliquant sur la rubrique Intranet, on a, par exemple, accès aux forums de discussion en cours; mais seuls les citoyens ayant un mot de passe peuvent y accéder. Par ailleurs, la majeure partie du contenu accessible « hors les murs » a été essentiellement conçue pour les internautes locaux. Les autres pourront trouver des informations intéressantes mais ils vont vraisemblablement centrer leur attention avant tout sur la dimension touristique, voire économique s'il s'agit d'entrepreneurs.

L'expérience de Parthenay montre que le développement des TIC à l'échelle locale s'intègre dans des dynamiques de développement local. Cela ne signifie pas que ces technologies n'influencent pas les circuits économiques, l'organisation géographique ou nos consciences mais il n'en demeure pas moins que tous ces projets ont avant tout besoin de se fonder sur un territoire existant, ne serait-ce que parce qu'ils sont développés par des acteurs sociaux (politiques, économiques, associatifs) historiquement et géographiquement déjà en place.

En considérant que les trois niveaux de structuration des échanges et des identités culturelles sont en fait le local, le national et l'international, Chantal de Gournay note qu'il est :

couramment admis que le national constitue le maillon le plus fragile compte tenu de la crise de l'idée de nation en Europe et dans le monde. Par ailleurs, la sociologie et la philosophie de la Communication n'ont cessé de prédire, depuis bientôt deux décennies, la « collusion » croissante des deux niveaux, local et international ([Gournay, 1994, 13](#)).

Or, on peut estimer dans le cas de Parthenay que l'objectif du « Réseau de la ville » consiste à rendre compte de l'ensemble des services proposés par les différents paliers de décisions politiques: local, départemental, régional, national et international. En fait, une relative absence des services publics nationaux au sein du « Réseau de la ville » témoigne sans doute du centralisme jacobin et de l'absence de déclinaison régionale, départementale ou municipale des sites de ces services publics, mais certainement pas d'une volonté d'évincement de l'échelon national par les pouvoirs publics locaux.

▲ Parthenay, exemplaire et ... unique ?

De par ses caractéristiques de « Ville numérique » et les spécificités de la politique municipale, Parthenay apparaît jusqu'à maintenant exemplaire en matière d'implantation des technologies de l'information et de la communication. D'ailleurs, alors que les propos politiques et économiques de cette fin de siècle sont de plus en plus souvent marqués par la place considérable accordée aux technologies de l'information et de la communication, l'approche à la Parthenaisienne ne fait pas appel aux habituels discours prophétiques sur l'avènement de la société de l'information. Les technologies sont présentées soit comme étant développées dans le but de répondre aux besoins exprimés des citoyens, soit comme autant d'expérimentations susceptibles de contribuer à créer de nouveaux besoins non exprimés jusqu'alors (Hervé, 1997, 19).

Cependant, trois paradoxes, qui sont à suivre dans le cadre du développement du projet et qui contribuent à rendre ce cas unique en son genre, doivent être soulignés. Premièrement, il semble un peu étonnant qu'une politique communale et districale très volontariste pour ne pas dire dirigiste ait pour objectif de développer une citoyenneté active. Ainsi, Emmanuel Eveno et Luc Jaëcklé ont-ils noté:

Parthenay s'est mise au centre du système de pilotage de ce dispositif. Cette place a été conquise « naturellement » et s'explique par l'histoire du projet. Sur le site, les partenaires doivent s'adapter ou se conformer, à leur gré ou contre leur gré aux décisions de la Ville [...] Cette gestion est efficace parce qu'elle favorise de façon magistrale la prise de risque et l'autonomie (sous contrôle) des différents chefs de service et chefs de projet qui font partie de l'Administration locale. Ce système marche parce qu'il n'y a pas d'intermédiaire entre les chefs de services, les chefs de projet et le Maire. En effet, la commune de

Parthenay présente la singularité de ne pas avoir de Secrétaire Général [...] Ce mode de gestion évite toute « appropriation » abusive d'une parcelle de légitimité, toute apparition d'un contre-pouvoir interne [...] (Eveno et Jaëcklé, 1997, en ligne).

Cette omniprésence d'un acteur local, le maire, légitimé par le système politique de la représentation, ne risque-t-elle pas d'être confrontée aux aspirations de citoyens souhaitant développer une forme de démocratie plus participative ? Sans pouvoir répondre maintenant à cette question, il faut souligner qu'en France, la politique de la Cité est importante aux yeux des citoyens, les taux de participation élevés aux élections municipales en témoignent. Il est donc possible d'envisager avec un certain optimisme la prise en main de la vie publique par les citoyens. Les TIC pourraient alors constituer un moyen de maintenir « des liens essentiels dans l'intervalle des rencontres et [si] les réseaux techniques ne suffisent pas à constituer des réseaux durables, [...] [ces TIC pourraient] constituer une ressource non négligeable dans l'entretien des identités et la mobilisation nécessaire à l'action en direction de l'opinion publique » ([Chambat 1995, 93](#)).

Au-delà, le projet de « Ville numérisée » de Parthenay ne serait-il pas susceptible d'aller jusqu'à remettre en cause la légitimité du système politique de représentation ? Là encore, il est évidemment impossible de répondre actuellement mais Alain d'Iribarne, observateur attentif du cas Parthenay, fournit une piste de réflexion intéressante quand il affirme qu'une :

approche d'interdépendance complexe entre le technique, l'économique, le social et le culturel, plus conforme aux enseignements de l'histoire longue de la connaissance et à la tradition humaniste européenne [...] qui, au consommateur objet, substitue l'utilisateur sujet, fait entrer la production d'innovation technique dans une aire de co-production d'innovation technique et sociale. Elle donne par ce biais à la citoyenneté une signification nouvelle. Allant très au-delà de la participation traditionnelle à la chose publique à travers l'élection, elle la fait entrer dans une participation élargie à la production même du cadre de vie, dans la perspective d'une maîtrise sociale du progrès technique, objet par ailleurs d'interrogations croissantes sur sa pertinence par rapport aux besoins les plus fortement ressentis ([Iribarne, \(d'\), 1994, en ligne](#)).

Deuxièmement, on peut se demander si Parthenay ne restera pas un cas exemplaire mais isolé à cause des conditions extrêmement favorables dont elle bénéficie. Nous avons déjà abordé les conditions politiques particulières. D'un point de vue financier maintenant, si plusieurs entreprises contribuent actuellement à augmenter les chances de réussite de l'opération par leurs différents concours, cela ne signifie pas pour autant qu'elles poursuivront cette politique. Pour l'allemande Siemens-Nixdorf, la française France Télécom ou l'états-unienne Microsoft, cette petite ville du Poitou-Charentes constitue un laboratoire grandeur nature particulièrement intéressant⁽¹⁵⁾. En conséquence, il est possible de justifier une politique de bas prix, qu'il s'agisse d'achats, de locations d'ordinateurs, ou de communications téléphoniques. Mais nul n'est besoin d'être grand clerc pour se rendre compte que cette aide financière des entreprises ne constitue qu'un moyen pour elles de tester un marché et ce, afin de trouver comment développer de nouveaux créneaux profitables. Paradoxalement, en favorisant d'une façon ou d'une autre la présence de conditions favorables, ces entreprises contribuent ainsi à relativiser l'importance de cette expérience. Par ailleurs, au-delà des aspects purement financiers, il n'est pas sûr que les entreprises soient toujours aussi partisans de collaborer à des expérimentations de ce type. Ainsi, les entreprises partenaires du projet devaient largement s'intégrer à l'expérimentation parthenaisienne mais selon Emmanuel Eveno et Luc Jaëcklé, elles ont été étonnées des difficultés à s'implanter localement :

Certains industriels semblent même avoir quelques difficultés à comprendre la nature d'un processus, dont ils n'ont jamais maîtrisé les arcanes [...] L'accès à l'information locale, sa traduction (non seulement linguistique mais aussi et peut-être surtout politique, culturelle et sociologique) est devenue rapidement un problème. Il n'a jamais été ignoré, aucun Industriel ne semble avoir été dupe mais chacun semble avoir été surpris par l'importance de ce problème (1997, en ligne).

Il est vrai que l'intermédiation commerciale a largement été le fait des pouvoirs publics locaux qui se sont ainsi substitués aux industriels en adaptant la démarche aux exigences de service public (éviter l'exclusion en tenant compte des populations à faible revenu, des personnes âgées, des personnes handicapées, etc.). Les deux chercheurs notent d'ailleurs à ce sujet « la méfiance manifestée notamment par les médiateurs locaux vis-à-vis de la démarche jugée trop commerciale des Industriels du consortium » (1997, en ligne). En conséquence, « l'amertume des

Industriels » - expression employée par Emmanuel Eveno et Luc Jaecklé - pourrait bien les amener à avoir une attitude plus conventionnelle dans d'autres cas.

Enfin, Parthenay doit compter avec une forte médiatisation. Journaux et magazines nationaux - « Le Monde », « Libération », « l'Express », etc. - stations de radio - dont une émission sur « France Culture » - et chaînes de télévision - françaises mais aussi états-uniennes - se sont déplacées dans cette « ville-laboratoire ». Elle doit également répondre à un grand nombre de demandes de visites de toutes sortes, qu'il s'agisse de touristes français ou étrangers qui désirent visiter un espace numérisé ou de représentants de collectivités locales chargés d'effectuer des expertises. Or, s'il est impossible de mesurer avec précision le rôle de la médiatisation dans le développement des pratiques des technologies de l'information et de la communication, il est néanmoins sûr que cette influence existe, ne serait-ce que parce que Parthenay se doit d'être exemplaire: « cette surmédiatisation du « modèle » place Parthenay dans la contrainte d'une perpétuelle surenchère d'innovations et de signes de réussite pour conserver son statut particulier dans les médias » estiment Emmanuel Eveno et Luc Jaecklé (1997, en ligne). Or, ces conditions vont également être différentes au fur et à mesure que les projets se développeront en France et ailleurs. L'intérêt pour des expériences de ce genre sera en effet d'autant moins important que les exemples seront toujours plus nombreux.

In fine, le projet « Ville numérisée » de Parthenay prend place dans le cadre du développement global des technologies de l'information et de la communication et d'Internet mais il contribue aussi directement et indirectement à influencer l'évolution de ces TIC et d'Internet. Les rapports entre l'expérimentation locale et les développements d'ordre global concernant les autoroutes de l'information sont en effet de nature réflexive⁽¹⁶⁾. Illustrant les propos de [Patrice Flichy \(1996, 5\)](#), Parthenay montre bien qu'Internet n'a pas encore trouvé sa stabilité et reste jusqu'alors modelable dans le cadre des conflits et des négociations entre acteurs sociaux. À Parthenay, ce sont les pouvoirs publics locaux qui mènent la danse. Mais ailleurs, qui donne le rythme ?

▲ Pour en savoir plus

Quelques sites intéressants

Sur la ville de Parthenay visitez le site du District de Parthenay (le « Réseau de la ville »):

<http://www.district-parthenay.fr/>

Sur le Centre Interdisciplinaire d'études Urbaines (CIEU) à l'Université de Toulouse-II Le Mirail, lieu de travail d'Emmanuel Eveno : <http://www.univ-tlse2.fr/rech-cieu.html>

Sur le développement local, Éric Langevin de VECAM a développé une base documentaire « Horizon Local de Globenet ». Elle a pour objectif de capitaliser de l'information sur le développement local et diffuse, dans ce cadre, de l'information provenant d'une vingtaine d'associations: <http://www.globenet.org/horizon-local>

Troisièmes Rencontres de Parthenay, « La démocratie et les réseaux multimédia »:

<http://www.globenet.org/vecam/SitePIII/frame.html>

Sur le développement et l'évolution des TIC en Europe:

Veille européenne et citoyenne sur les autoroutes de l'information et le multimédia (VECAM):

<http://www.globenet.org/vecam/>

La Revue Transversales Sciences et Culture: <http://www.globenet.org/transversales/>

Sur les expérimentations Européennes:

Philippe Gerland propose une sélection d'une quinzaine d'expériences originales de développement rural (en France) ainsi que le recensement de différentes sources d'informations sur le développement rural:

<http://www.chez.com/pgerland>.

Les Nouveaux Cahiers de l'Irepp tracent les contours de la ville numérique et dessinent le profil des nouveaux

médiateurs en europe. Dans un article intitulé: « Panorama des expériences », Philippe Parmantier présente un état des lieux. Institut de recherches et prospective postales, juin 1997, « Internet et nous 2. L'Homme dans la cité numérique: le printemps des médiateurs », Irepp, Corlet, no 21, p. 23-30. [En ligne]: <http://www.irepp.com>

▲ Références

[CHAMBAT, Pierre](#), 1995, « Espace public, espace privé: le rôle de la médiation technique », dans PAILLART Isabelle (sous la direction de), L'espace public et l'emprise de la communication, Grenoble: éditions Ellug, pages 65 à 98

[EVENO, Emmanuel et JAËCKLÉ, Luc](#), 1997, (téléchargement 25/10/97), Rapport MIND/Chercheurs, Parthenay, modèle de « Ville numérisée », juillet 1997, [En ligne]: <http://www.district-parthenay.fr/Parthenay/APropos/MIND.html>

[FLICHY, Patrice](#), mai-juin 1996, « Présentation », Réseaux, Dossier: les usages d'Internet, numéro 77, pages 5 et 6

[GATES, Bill](#), 1995, La route du futur, éditions Robert Laffont, Paris. Édition originale: The road ahead, éditions Viking Penguin, Penguin Books.

[GORE, Albert](#), 21 mars 1994, Rencontre de l'Union Internationale des Télécommunications à Buenos-Aires, [En ligne]: <http://www1.whitehouse.gov/WH/EOP/OVP/html/telunion.html>

[GOURNAY, \(de\) Chantal](#), mai-juin 1994, « En attendant les nomades. Téléphonie mobile et modes de vie », Réseaux, Dossier La communication itinérante, numéro 65, pages 9 à 25

[GIDDENS, Anthony](#), 1987, La constitution de la société: éléments de la théorie de la structuration, Paris: éditions des Presses universitaires de France. Édition originale en langue anglaise: The constitution of society: outline of the theory of structuration, 1984, Berkeley: éditions de l'University of California Press

[HERVÉ, Michel](#), juillet-août 1997, « Les expériences menées à Parthenay », Transversales Sciences/Culture, Paris, numéro 46, pages 17 à 25 [En ligne]: <http://www.globenet.org/transversales/46/herve.html>

[IRIBARNE, \(d'\) Alain](#), décembre 1994, « Pour une approche socio-culturelle des autoroutes de l'information », Transversales Sciences Culture, Paris, numéro 30, [En ligne]: <http://www.globenet.org/transversales/base/base.html>

[LACROIX, Jean-Guy](#), 1994, « Entrez dans l'univers merveilleux de Vidéoway », dans LACROIX Jean-Guy, MIÈGE Bernard et TREMBLAY Gaëtan (sous la direction de), De la télématique aux autoroutes électroniques. Le grand projet reconduit, Sainte-Foy: Presses de l'Université du Québec, Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, pages 136 à 162

[PERRIAULT, Jacques](#), 1989, La logique de l'usage. Essai sur les machines à communiquer, Paris: éditions Flammarion

[ROSNEY, \(de\) Joël](#), août 1996, « Ce que va changer la révolution informationnelle », Le Monde Diplomatique, Paris. [En ligne]: http://www.monde-diplomatique.fr/md/1996/08/DE_ROSNEY/5801.html



▲ Notes

¹ Traduction libre du texte original suivant: « The GII will not only be a metaphor for a functioning democracy, it will in fact promote the functioning of democracy by greatly enhancing the participation of citizens in decision-making. And it will greatly promote the ability of nations to cooperate with each other. I see an new Athenian Age of democracy forged in the fora the GII will create » ([Gore, 1994, en ligne](#)).

[2](#) Nous faisons ici notamment référence à Internet, réseau reliant plusieurs dizaines de millions d'ordinateurs entre eux. Le « réseau des réseaux » est l'exemple d'autoroute de l'information le plus développé jusqu'alors à une échelle internationale. Les technologies de l'information et de la communication peuvent également correspondre à d'autres dispositifs techniques comme les bornes interactives, les services Minitel et les lecteurs CD-I, ainsi que les déclinaisons actuelles du Digital Versatil Disc (DVD) et les déclinaisons à venir de la télévision interactive (TVI).

[3](#) Autour d'Alain d'Iribarne, professeur à l'université d'Aix-Marseille II et d'Emmanuel Eveno, maître de conférences à l'université Toulouse II le Mirail.

[4](#) Depuis 1993, le District de Parthenay est reconnu « Pays d'Art et d'Histoire » par le Ministère français de la Culture. Ce label est à la fois la preuve d'un centre historique de qualité mais également une marque de la reconnaissance des actions de mise en valeur qui y sont menées.

[5](#) METASA est un projet de recherche et développement qui s'inscrit dans le cadre du programme « applications télématiques » de la Commission européenne (Direction Générale XIII). Il rassemble dans un même consortium européen quatre petites villes européennes (Arnedo (Espagne), Parthenay (France), Torgau et Weinstadt (Allemagne)), des équipes de chercheurs en sciences sociales et des industriels, constructeurs, opérateurs, ou producteurs de contenu: Philips qui assure le rôle de coordinateur, Siemens-Nixdorf, Thomson-Sysec, France Télécom, Électricité de France (EDF), Météo-France et le Centre national d'Études à Distance (CNED)).

[6](#) MIND est un projet de démonstration de court terme soutenu par la Direction Générale III (Industrie) de la Commission européenne. Il est distinct mais complémentaire du précédent: l'objectif poursuivi par le projet MIND est de susciter l'émergence d'une « véritable communauté électronique locale » à base d'échanges d'informations, de communications et de transactions, intégrant l'ensemble des acteurs économiques, sociaux et administratifs de la Cité.

[7](#) Un babillard (BBS) est un système de panneaux d'annonces informatisé dont le contenu est géré par un ordinateur sur lequel tourne un logiciel spécialisé.

[8](#) Ces chiffres sont extraits du Dossier de présentation intitulé « Parthenay, « ville numérisée » ». Ils sont consultables sur le site Web du District à l'adresse suivante:
<http://www.district-parthenay.fr/Parthenay/APROPOS/BBS.htm> définition.

[9](#) Les médiateurs locaux - membres d'entreprises ou d'associations - sont censés relayer l'action des pouvoirs publics locaux auprès de la population afin de promouvoir le développement des TIC.

[10](#) Insistons sur le fait que nous parlons bien d'utilisations potentielles rendues possibles par la technique et non d'utilisations réelles.

[11](#) En Europe, les communications téléphoniques locales sont payées à la durée et ne sont pas incluses dans l'abonnement de base. Un utilisateur d'Internet à domicile paye donc une facture de téléphone en partie proportionnelle au temps passé en ligne, ce qui constitue une pratique tarifaire dissuasive. C'est pourquoi les pouvoirs publics parthenaisiens ont tenu à passer un accord avec l'opérateur France Télécom pour proposer une formule forfaitaire qui reste unique en son genre en France.

[12](#) « L'association Parthenet [...] a été créée en mai 1996 sous l'impulsion d'entrepreneurs et de demandeurs d'emplois. Elle établit en son sein des relais entre l'action districale, le privé et le secteur public d'État. (Sa composition) vérifie la complémentarité et l'imbrication des secteurs privés, de la fonction publique d'état, de la fonction publique territoriale, de l'associatif et des personnes à la recherche d'un emploi » (Eveno et Jaecklé, 1997, en ligne)

[13](#) en gras dans le texte original.

[14](#) « Europe 99 politique de civilisation » est une association où se rencontrent chercheurs et

intellectuels, responsables politiques, sociaux, associatifs et économiques, « citoyens actifs ». Avec d'autres réseaux européens, elle contribue aux Conférences « Inter Citoyennes », initiative qui vise à démocratiser le processus de révision des traités de l'Union européenne ouvert en mars 1996. Le président de l'association est Edgar Morin. Michel Hervé est désormais vice-président. Il est possible de contacter Valérie Peugeot, la coordinatrice de l'association, à l'adresse de courrier électronique suivante: europa99@Globo.net

¹⁵ N'oublions pas que Siemens-Nixdorf et France Télécom, deux des principaux partenaires industriels de Parthenay, comptent parmi des partenaires à l'échelle de l'expérimentation européenne.

¹⁶ Nous nous inspirons ici du concept de « dualité du structurel » développé par [Anthony Giddens \(1987\)](#). Ce concept signifie que « les propriétés structurelles des systèmes sociaux sont à la fois le médium et le résultat des pratiques qu'elles organisent de façon récursive » (1987, 75). Il prend place au cœur de la théorie de la structuration qui a pour ambition de lier les dimensions macro et micro au sein d'une même théorie du social.



© [COMMposite v98.1](#) - 1998 - Tous droits réservés.



(v98.1)

l'antichambre

fragments

sédiments

L'image d'Infonie dans la presse française ou la « divergence » des visions de la convergence des nouvelles technologies de communication.

résumé

sommaire

bio

par [Franck Rebillard](#)

Doctorant en sciences de l'information et de la communication à l'Université Lumière-Lyon

2

© Franck Rebillard - 1998 - Tous droits réservés.



▲ Résumé

La numérisation offre la possibilité de franchir une nouvelle étape dans le rapprochement entre informatique, audiovisuel et télécommunications. Elle entraîne un foisonnement de visions de la société - « autoroutes de l'information », « cyberspace », « ère multimédia » - réactivant le grand projet de « convergence » socio-technique esquissé depuis une vingtaine d'années en réponse à la crise des pays occidentaux. Cependant, cette « convergence » ne va pas de soi ; loin de répondre à un simple déterminisme technique, elle est surtout un construit résultant de l'interaction entre les différents protagonistes (pouvoirs publics, industriels, concepteurs, littérateurs, utilisateurs) qui participent à sa constitution.

L'étude de la médiatisation d'Infonie, service en ligne français, permet de mettre l'accent sur la complexité de ce construit qui ne résulte pas simplement de l'interaction entre plusieurs catégories d'acteurs (ici journalistes et industriels) car à l'intérieur même de ces catégories (ici entre les différents journalistes) les points de vue peuvent s'avérer très divergents. L'analyse des réactions des journaux aux caractéristiques d'Infonie laisse en effet apparaître deux lignes d'opposition entre les professionnels de la plume : d'une part, ceux qui traitent habituellement les sujets liés aux NTIC anticipent davantage les mutations que les non-spécialistes ; d'autre part, les différences de perspective sont d'ordre économique plutôt que politique suivant un axe interventionnisme-libéralisme.

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

Descripteurs: Autoroutes de l'information, multimédia, informatique, techniques de communication, convergence, presse, journalistes, discours.



▲Sommaire

INTRODUCTION

La convergence des moyens de communication comme construit socio-technique

Infonie comme convergence partielle

Discours de convergence partielle

La médiatisation comme terrain privilégié pour l'étude des représentations de la convergence

DES JUGEMENTS OPPOSÉS SUR L'OUVERTURE DE LA COMMUNICATION

Des considérations opposées sur la circulation de l'information

Les réactions à l'architecture propriétaire d'Infonie : entrave à la liberté des échanges versus impératifs de sécurité

Arguments avancés face au cadre national d'Infonie : privation d'informations versus sélection qualitative

Des acceptations opposées de l'accès aux données

Charme « hi-tech » de la navigation versus besoins d'orientations

Désintérêt pour la simplification de l'utilisation versus démocratisation technologique

LE DEVENIR DE LA CONVERGENCE DANS UNE ÉCONOMIE MONDIALISÉE

L'imbrication de la convergence dans la mondialisation de l'économie

La convergence comme bataille économique à l'échelle planétaire

Les représentations d'une industrie des médias comme compétition entre de puissants holdings industriels

La comparaison avec la situation économique actuelle des médias

Implications pour la culture de la domination économique américaine

La référence d'Infonie à Canal Plus envisagée en tant que stratégie industrielle

Remarques finales

Notes

FICHE

ARTICLES DE PRESSE



▲ Introduction

L'origine de cette recherche est à trouver dans le foisonnement de formules telles que « autoroutes de l'information », « cyberspace », « ère multimédia », etc. Nées ou réapparues en même temps que la technologie numérique progressait, ces expressions véhiculent les représentations d'une profonde mutation des modes de vie engendrée par la convergence des moyens de communication que nous tentons d'analyser ici. Partant d'une perspective socio-technique plus nuancée d'ajustement réciproque entre les nouvelles technologies de communication et l'environnement socio-historique dans lequel elles prennent place ([VEDEL, 1994](#)), notre interrogation de départ peut se résumer de la manière suivante: À quel type de société de tels discours renvoient-ils?

Cette étude porte sur les représentations. Le propos n'est donc pas de pronostiquer quelle sera la société de demain mais plutôt de savoir comment on se l'imagine. Cette démarche est à notre avis toute aussi importante dans une période où se mettent en place les schèmes interprétatifs et les cadres cognitifs qui présideront peut-être aux « faire » : comme le note [Patrice Flichy \(1994, p.7\)](#), l'ensemble des discours autour du « multimédia » « n'est ni une production rhétorique pure qui n'embraye jamais sur la réalité, ni une prévision ».

Saisir l'ensemble de l'imaginaire social sur lequel reposent les « autoroutes de l'information » constituait un objectif bien trop ambitieux. C'est pourquoi nous avons procédé à un triple rétrécissement :

- Nous nous sommes d'abord intéressé à un thème particulier mais très récurrent de cet imaginaire, celui de l'utopie-idéologie de la communication, afin d'appréhender ce que recouvrent ses deux corollaires : la liberté et l'internationalisation des échanges.
- La presse écrite a ensuite constitué le « filtre » pour recueillir des éléments de cet imaginaire. Un rôle, quoique perverti, de médiation sociale et une méthode éprouvée pour en analyser le discours nous ont fait opter pour ce terrain d'enquête ([voir corpus en annexe](#)).
- Nous nous sommes enfin concentré sur Infonie ([voir fiche descriptive en annexe](#)), une réalisation technologique qui présente les particularités de se référer explicitement aux « autoroutes de l'information » et d'apparaître à un moment-clé dans notre cadre théorique de "convergence".

Il restait à articuler ces domaines pour appréhender la vision de la « société de communication » qui ressort de la médiatisation d'Infonie par la presse écrite. La construction scientifique de l'objet a consisté à analyser les discours sur ce thème en joignant l'interaction entre Infonie et presse comme acteurs de la convergence à celle entre promoteurs et journalistes en situation d'« information de communication ».

▲ La convergence des moyens de communication comme construit socio-technique

La perspective retenue dans cette recherche consiste à envisager les projets et réalisations issus des

progrès de la numérisation, emblématisés sous les termes d'« autoroutes de l'information », comme un construit socio-technique. Cela signifie que les « autoroutes de l'information » procèdent d'une double naturalisation. L'étude de l'utilisation de cette notion de « convergence » nous permettra ainsi de montrer :

- qu'un projet social est associé au progrès technologique en matière de numérisation. La convergence incite donc d'abord à ne pas céder au seul déterminisme technique mais à adopter une posture socio-technique ;
- que les « autoroutes de l'information » naissent de l'interaction entre plusieurs intervenants. La convergence doit donc être envisagée comme un construit.

Pour prendre la mesure de la dimension sociale et notamment politique de tels projets techniques, il est intéressant d'en faire la généalogie. Grâce à la généralisation de la numérisation, la possibilité technique de faire transiter sur un même support des données sous la forme de texte, d'image et de son, a été l'objet d'une captation par les pouvoirs publics sous les traits d'« autoroutes de l'information » ([Freedman, 1996](#)). Cette expression est directement inspirée des projets de la « National information infrastructure » présentés par le Vice-président américain, Al Gore dès 1993. Dans des pays occidentaux touchés de plein fouet par la crise économique, l'opportunité technique a été transformée en projet de relance industrielle et en nouveau modèle de société, suivant un mouvement déjà initié depuis deux décennies avec les espoirs placés dans l'informatisation de la société ([Lacroix et Tremblay, 1994](#)). À une amélioration technique répondrait ainsi un progrès social, voilà la convergence que les « autoroutes de l'information » sont censées porter en elles.

La deuxième phase de la convergence, assurée par la catégorie des acteurs industriels, en découle. Au-delà du premier facteur constitué par les opportunités de gains qu'ouvre un nouveau champ d'activités économiques, la décision pour un acteur industriel de se lancer dans le chantier des « autoroutes de l'information » est en effet en grande partie due aux pouvoirs publics. Ceux-ci non seulement les encouragent par des aides financières ou des dispositions réglementaires, mais surtout apportent une légitimation aux entreprises qui contribuent à bâtir ces « autoroutes de l'information ». Être acteur industriel de la convergence, c'est participer à ce projet de société. L'entrée des industriels dans l'engrenage de la convergence en renforce la naturalisation.

Les rapprochements et les alliances entre grands groupes internationaux issus des domaines autrefois séparés de l'audiovisuel, des télécommunications, de l'informatique, contribuent ainsi à accréditer l'idée d'une convergence des moyens de communication (ainsi pour compléter son développement sur l'Internet, le numéro *un* du logiciel Microsoft, déjà associé avec la chaîne NBC aux États-Unis, vient de s'allier avec France Télécom). Une vision qui attribue une puissance exagérée aux technologies et fait peu de cas des usages ([Barbier et Bertho-Lavenir, 1996](#)) : l'étude historique des techniques modernes de communication montre l'hétérogénéité des pratiques et laisse présager un déplacement des frontières entre les médias plutôt que la concentration autour d'un réseau et d'un terminal unique ([Flichy, 1991](#)). D'ailleurs une analyse relevant de l'économie industrielle de ces rapprochements entre multinationales montre à quel point chacun des protagonistes garde les spécificités de son domaine d'origine et tend à orienter la convergence sur des critères propres à son métier de base ([Rallet, 1995](#)).

Chacun pense la convergence en fonction de ses ressources et de ses contraintes. La convergence est donc un construit résultant de l'interaction entre les différents protagonistes qui s'y réfèrent. Les

premières réalisations concrètes s'en réclamant sont alors des occasions pour chaque acteur de porter un jugement. Ce sont donc des moments-clés dans lesquels se réorientent et se cristallisent les visions de la convergence. C'est à ce titre qu'Infonie nous a paru intéressant à étudier.

▲ Infonie comme convergence partielle

La position d'Infonie est intéressante à deux niveaux. D'une part, elle apparaît dans une période charnière : après les grands discours qui ont suivi les avancées technologiques notamment en matière de numérisation et avant la mise en place des grandes infrastructures publiques et des projets industriels qui ont suivi. D'autre part, l'hybridation technique dont elle est issue combine l'informatique avec les télécommunications mais laisse de côté le troisième domaine, l'audiovisuel. Que ce soit au niveau de son apparition chronologique ou de son appareillage, Infonie semble constituer en ce sens un cas exemplaire de « convergence partielle » ou « micro-convergence », elle est au coeur du « procès de sélection sociale des acteurs et des propositions pouvant devenir et devenant porteurs du grand projet [de convergence] et moteurs de sa concrétisation » ([Lacroix et Tremblay, 1994, p. 245](#)).

L'étude des écrits parus dans les revues scientifiques sur Infonie pousse à établir une nuance autour de cette notion de convergence partielle. La situation d'Infonie peut en effet être envisagée de deux manières. Infonie peut être vue comme la tentative de rassembler sur un même terminal, le micro-ordinateur, un ensemble de données variées et mises en réseau. [Grellier \(1995\)](#) voit ainsi Infonie comme le passage entre le Minitel et la télévision interactive. [Yves Gassot \(1995\)](#) adopte une position voisine en voyant une véritable continuité entre la « télématique PC » et les « applications audiovisuelles interactives ». Dans le premier cas, Infonie est une convergence partielle en ce sens qu'elle constitue une étape intermédiaire et transitoire. Un autre point de vue est adopté par Alain Busson qui sacrifie moins à l'idée d'une unification des moyens de communication. Les « services en ligne » comme Infonie, parce qu'ils ont une logique propre, devraient coexister dans les nouveaux dispositifs avec d'autres technologies de communication. S'inspirant de la fonction kiosque du Minitel, Busson leur destine un rôle de simple intermédiation, servant à mettre en liaison les différents contenus et en assurant l'organisation (1995). Si elles doivent être distinguées, ces deux approches ne doivent pas pour autant conduire à oublier l'essentiel : elles ne sont jamais que deux modalités de la même façon d'envisager Infonie comme convergence partielle. À ce titre, Infonie, autant réalisation technique que porteur d'une vision de la société, participe à cette construction de la convergence.

▲ Discours de convergence partielle

Les enjeux des « autoroutes de l'information » relèvent d'une construction par plusieurs intervenants qui consiste en l'association d'un projet de société à un développement technique. Infonie, réalisation précoce au coeur de ce processus, occupe une position-clé de convergence partielle.

Le rôle des représentations et de l'imaginaire de la technique a été évoqué dans le préambule de cette introduction. Il peut être défini plus généralement comme celui de « ressource disponible pour les acteurs, au même titre que les phénomènes physiques connus, ou les pratiques sociales existantes » ([Flichy, 1995, p.200](#)). L'importance d'une analyse des discours dans un processus d'innovation technique est ainsi soulignée.

Elle acquiert une dimension encore plus aiguë dans le cas d'Infonie. Sa situation de convergence partielle la rend particulièrement exposée à cette activité de représentation. Sur cette réalisation intermédiaire vont se cristalliser et se rencontrer les multiples références à la convergence. Celles-ci seront d'abord étudiées à partir des éléments théoriques retenus sur la convergence, en mettant en avant l'interaction entre les deux protagonistes qui nous intéressent directement : le promoteur Infonie et la presse.

Définir la convergence comme un construit socio-technique constitue une perspective qui entraîne deux types d'implication pour effectuer une analyse des représentations. La convergence se caractérise d'abord par la mise en correspondance d'un projet de refondation sociale avec les opportunités offertes par la généralisation de la numérisation. S'inscrire dans cette convergence est à ce titre gratifiant. En conséquence, apparaître dans les discours comme relevant de cette convergence a valeur de légitimation. Celle-ci sera recherchée par des acteurs comme Infonie pour qui elle est indispensable en vue de promouvoir leur projet. Ils seront dans cette optique directement en interaction avec la catégorie des « littérateurs » ([Flichy, 1995, p.187](#)) parmi lesquels les journalistes, qui participent à l'élaboration de cet imaginaire social de la convergence.

La référence à la convergence sera également stratégique. Ceci provient du fait, souligné dans la partie théorique, que chacun imagine la convergence en fonction de ses ressources et contraintes propres. Le concepteur présentera ainsi une réalisation largement déterminée par ses compétences initiales et donc un modèle de convergence inspiré par son domaine d'origine. Il aura ainsi tout intérêt à promouvoir une référence à la convergence qui fasse la part belle aux secteurs dans lesquels il est spécialisé.

À ce niveau là aussi, l'interaction avec la presse sera effective. Contrairement à ce que l'on pourrait croire, la presse est elle aussi - même si c'est le plus souvent de manière moins accentuée - directement impliquée dans la convergence et donc dans tel ou tel type de référence. L'exemple le plus célèbre à ce sujet reste celui de l'opposition des groupes de presse au lancement du Minitel ([Flichy, 1995](#)). Dans le cas qui nous concerne, la présence des supports de presse sur des réseaux concurrents pourrait altérer leur appréciation de la représentation de la convergence offerte par Infonie.

Ces stratégies de référence à la convergence seront d'autant plus visibles qu'elles s'effectueront à propos d'une convergence partielle, supposée porter « dans ses flancs la convergence » à-venir-mais-qui-se-fait-déjà ([Lacroix et Tremblay, 1994, p.248](#)). En ce sens, l'arrivée d'Infonie, tant par la période dans laquelle elle surgit que par son hybridation technique, constitue l'occasion rêvée, et une des premières offertes, de confronter ou d'appuyer sa vision de la convergence par rapport à une réalisation concrète. La situation de convergence partielle, dans laquelle l'interaction entre les discours de recherche d'une légitimité et ceux qui l'accordent est explicite, apparaît donc tout à fait propice à l'analyse des représentations de la convergence.

▲ La médiatisation comme terrain privilégié pour l'étude des représentations de la convergence

La convergence partielle se caractérise par une interdiscursivité très intense. De multiples références à la convergence, enjeux de légitimation, sont en interaction et parmi elles celles du promoteur Infonie et de la presse. Cette interaction peut être directement observable dans les articles de presse concernant Infonie. Notre affirmation repose sur l'évolution actuelle de la médiatisation vers une « information de communication » : de plus en plus, les journalistes ne disposent, comme matière pour effectuer leur travail, que d'un discours extérieur préparé à cet effet. Cette tendance contemporaine qui voit interagir

le discours orienté du service « communication » ou « marketing » d'Infonie et sa reprise négociée par les journalistes à qui il est destiné a été mise en parallèle avec la confrontation des références à la convergence du promoteur et de la presse.

Le journaliste d'aujourd'hui est un médiateur sédentarisé qui a de moins en moins recours aux indices recueillis in situ comme « matière première » du journal ([Lochard, 1996](#)). Les implications de ce changement pour la nature de l'information de presse et donc l'analyse de son discours doivent être examinées. Le principe fondamental de l'information de presse n'est évidemment pas ébranlé : elle reste un travail de mise en forme (« in-form-ation») tout en se présentant, sous les atours de l'« objectivité », comme une retranscription fidèle de la « réalité » ([Veron, 1995](#)). Cette mise en forme peut se faire directement, lors d'un reportage sur le terrain par exemple, ou de manière plus indirecte à partir de documents, le plus fréquemment sous la forme de dépêches d'agence de presse. C'est précisément sur ce deuxième point que la donne est modifiée car « les grandes institutions (publiques, privées ou para-publiques) tendent de plus en plus à se constituer en agences qui envoient leurs informations aux médias, et par suite à revendiquer le statut de sources (pures et transparentes) » ([Mouillard, Tétu, 1989, p.131](#)). On se trouve dans une situation où le journalisme d'opinion a peu à peu laissé place au journalisme d'information qui tend maintenant à s'effacer de plus en plus devant le journalisme de communication.

Cette propriété qui consiste à conjuguer autonomie et dépendance fait du discours de presse sur Infonie un objet adéquat pour notre recherche des représentations de la convergence. Sa dépendance à l'égard des promoteurs au niveau des « sources » l'oblige à prendre en considération les références à la convergence présentes dans les discours élaborés par les services « marketing » et « communication » d'Infonie. L'autonomie du discours du journal se caractérisera par un jugement porté sur les discours du promoteur. Son approbation ou son rejet, décelables dans les colonnes du journal, révéleront les représentations de la convergence dans la presse.

La comparaison entre les visions de la société de communication présentes dans le discours du promoteur Infonie et celles contenues dans la presse laisse apparaître une très grande hétérogénéité dans la façon d'appréhender la représentation offerte par Infonie comme une référence à la convergence. Il s'avère que les jugements sont très variables d'un support de presse à l'autre, voire d'un article à l'autre à l'intérieur d'un même journal ou magazine. Plus précisément, ces écarts entre les références à la convergence promues par les actions de communication d'Infonie et leur reprise variable par la presse, intervenant dans l'interaction directe lors du processus de médiatisation, tiennent finalement aux auteurs des articles eux-mêmes.

La diversité des discours est structurée par deux lignes d'opposition entre les journalistes : degré d'ancienneté de la pratique de l'Internet et en conséquence d'acculturation à sa philosophie libertaire d'un « échange sans frontières » ([Breton, 1997](#)), selon la familiarité avec le domaine des nouvelles technologies ; degré d'adhésion à une généralisation du libéralisme à l'échelle d'une société mondialisée ([Mattelart, 1997](#)) selon un clivage idéologique reposant sur des critères d'appréciation d'ordre économique. Du positionnement des journalistes sur ces deux axes découlera leur vision de la référence à la convergence selon une multitude de combinaisons dont une synthèse est présentée maintenant.

▲ « DES JUGEMENTS OPPOSÉS SUR L'OUVERTURE DE LA COMMUNICATION »

Les journalistes sont divisés sur ce thème. Une partie d'entre eux envisage l'ouverture de la

communication comme une des potentialités essentielles de la convergence tandis que l'autre partie a plutôt tendance à la rejeter ou en tout cas à ne pas l'envisager comme une voie positive.

Les choix d'Infonie en la matière sont critiqués par les premiers et appréciés par les seconds. Pour cela, les deux catégories de journalistes portent des jugements sur l'ouverture de la communication telle qu'elle existe pour l'Internet et établissent des comparaisons avec Infonie. Il ressort alors une ligne de partage très nette fondée sur la pratique de l'Internet et qui fait se ranger d'un côté les spécialistes, adeptes depuis longtemps du « réseau des réseaux », et les nouveaux venus qui portent un regard extérieur sur le domaine.

Des considérations opposées sur la circulation de l'information ?

La référence à l'Internet pour les journalistes spécialisés les fait opter pour la vision d'une circulation de l'information à la fois libre et mondialisée. Une telle conception les pousse à éloigner Infonie de la convergence en raison de son système, à la fois propriétaire et limité à la France. Ces deux éléments sont au contraire considérés comme allant dans le bon sens par les journalistes non-spécialisés.

Les réactions à l'architecture propriétaire d'Infonie : entrave à la liberté des échanges versus impératifs de sécurité complexe

Le choix d'Infonie d'une architecture propriétaire apparaît comme un anachronisme aux yeux des journalistes spécialisés pour qui l'évolution de la communication représentée par l'Internet préfigure celle des « autoroutes de l'information ». Cette vision est très explicite dans la rubrique multimédia de Lyon-Capitale du 25/10/95 : « Au moment où la dynamique des réseaux vient des systèmes ouverts et des réseaux mondiaux, on ne peut s'empêcher de penser que l'architecture fermée et centralisée d'Infonie va à l'encontre des aspirations du public et des producteurs d'informations », écrit I. Beczkowski.

La référence à l'Internet est très claire dans cette critique : « la richesse de l'Internet, par exemple, vient de ce que le réseau n'a pas de centre de gravité, qu'il n'a pas de propriétaire ». Le caractère décentralisé de l'Internet qui permet à chacun de faire circuler ses informations est opposé par les journalistes praticiens du « réseau des réseaux », à l'organisation rigide d'Infonie, interprétée comme un retour en arrière par rapport à la convergence.

La conception des non-spécialistes reprend le même point mais en arrive à des conclusions inverses. Les propos du journaliste du Figaro-multimédia du 16/04/1996⁽¹⁾ en sont symptomatiques : D. Sanz reste perplexe devant l'Internet, ce réseau « qui appartient à tout le monde et à personne », cette « nébuleuse » constituée de « liaisons plus ou moins sécurisées dans plusieurs pays ». À ce titre, le système propriétaire d'Infonie qui permet le contrôle du contenu semble une alternative naturelle à cette ouverture de la communication. Ce sont les services en ligne qui connaîtront le succès dans le futur « parce qu'ils sont rassurants ». Ce point de vue est évidemment à mettre en rapport avec l'actualité, le début de l'année 1996 étant marqué par l'inquiétude des médias généralistes vis-à-vis des serveurs néo-nazis ou pédophiles de l'Internet. Cette critique qui se focalise sur un point saillant de la nouvelle technologie au risque de passer sous silence tous les autres aspects positifs apparaît non seulement conjoncturelle mais aussi typique de journalistes extérieurs au domaine.

▲ Concepts duaux et théories... exponentielles!

La limitation d'Infonie au cadre national est interprétée selon deux voies complètement contradictoires. Pour les journalistes spécialisés, cela revient à un appauvrissement du contenu puisque l'ouverture de la communication permet de mettre en relation l'ensemble des informations présentes dans le monde, l'Internet constituant à cet égard un embryon de la convergence. Pour les journalistes non spécialisés au contraire, l'agrandissement de l'échelle de la communication ne représente pas forcément une amélioration du contenu: le cheminement progressif de la convergence vers une culture étrangère et donc difficilement appropriable, illustrée par l'Internet, doit être inversé. De telles parades de « décommunication » sont courantes et se réalisent souvent parallèlement à l'édification d'un système de communication trop abondant ([Mercier, Toussaint, 1994](#)).

Le débat est particulièrement visible dans la rubrique « Courrier » du Cahier multimédia de Libération. Deux courriers électroniques exprimant le sentiment de lecteurs sur Infonie illustrent parfaitement les deux conceptions contraires de la mondialisation de la communication. Celui publié le 20/10/95 s'oppose aux propos tenus deux semaines plus tôt par Bruno Bonnell dans le même journal : « nous voilà repartis dans le franco-français nauséux et autarcique. Qu'est-ce qui me pousserait à m'abonner à un tel réseau ? Je me fermerais ainsi au monde entier pour ne laisser que la France [...] je me fieraient entièrement à une équipe pour m'apporter une masse d'informations considérablement plus petite que celle que je peux obtenir sur le Net ».

Le courrier électronique intitulé « Oui à Infonie » et publié le 15/12/95 lui répond en présentant un point de vue radicalement différent : « L'Internet ne me semble pas avoir de réel intérêt pour le particulier [...]. Le contenu de l'Internet est en majeure partie en anglais, et les sites français sont pour la plupart anecdotiques [...] alors qu'Infonie propose un contenu en français. Dans l'état où je l'ai vu récemment, Infonie me paraît tout bonnement poser les pierres du Minitel de l'an 2000 ». Le désengagement par rapport à ces dires du Cahier multimédia de Libération, supplément spécialisé résolument orienté vers l'Internet, est repérable dans le commentaire qui le précède : la justification de la présence de ce courrier dans ses colonnes fait penser au ton du « droit de réponse ». Cette attitude est très différente de celle adoptée vis-à-vis de la conception exprimée dans le premier courrier électronique: le journal n'était alors pas intervenu du tout et l'avait de manière tacite approuvé.

▲ Des acceptations opposées de l'accès aux données

Les représentations que les journaux se font de leur lectorat influencent grandement leurs conceptions de l'ouverture de la communication. Les journaux spécialisés parce qu'ils pensent s'adresser à des personnes déjà habituées aux nouvelles technologies d'information et de communication, présenteront comme un bienfait l'élargissement des données accessibles, en l'occurrence grâce à l'Internet. L'accession à ces données n'étant pas encore effective pour leur public, les journaux non spécialisés considéreront quant à eux les efforts d'Infonie en la matière comme une véritable avancée vers une ouverture de la communication synonyme d'ouverture au plus grand nombre.

Charme « hi-tech » de la navigation versus besoins d'orientations

La navigation dans l'immensité des données disponibles sur le World Wide Web est perçue comme une source de plaisir par les journalistes spécialisés. Cette dimension qui fait le charme de l'ouverture de la communication selon eux disparaît avec le modèle proposé par les services en ligne comme Infonie « qui offrent un environnement protégé, standardisé, sans surprise et où l'information est soigneusement balisée » comme l'exprime Emmanuel Peyrac dans le numéro 7 de Planète Internet d'avril 1996.

L'idée est reprise quasiment dans les mêmes termes par le Figaro-multimédia du 16/04/96. Mais D. Sanz estime au contraire que cette mise en ordre des informations, apportée par les services en ligne, est une nécessité face à l'ouverture de la communication (point de vue également adopté dans [Mahieux, 1995](#)). L'abondance d'informations doit être gérée et à ce titre les services en ligne incarnent la convergence. L'article du Figaro multimédia illustre d'ailleurs clairement que le point de vue dégagé est celui d'un non-praticien de l'Internet : le « charme » de l'hypernavigation est évoqué mais par le biais du discours rapporté d'un « Internaute » et le journaliste se démarque encore plus nettement de cette conception lorsqu'il commente qu'avec les services en ligne, « il est impossible de s'égarer à moins d'emprunter la passerelle qui communique avec Internet ».

▲ Désintérêt pour la simplification de l'utilisation versus démocratisation technologique

Les spécialistes rejettent l'argument de simplification de l'accès à l'information que les promoteurs d'Infonie opposent à l'Internet. Il ne fait aucun doute pour eux que le World Wide Web est très facile d'accès, notamment depuis l'arrivée de logiciels de navigation ou de moteurs de recherche très « conviviaux ». Cette conception d'une ouverture de l'information aisément profitable à tous est renforcée par le fait qu'ils s'imaginent en train de s'adresser à des lecteurs déjà rompus à la pratique des nouvelles technologies d'information et de communication. La stratégie des services en ligne visant à « prendre l'utilisateur par la main » est même parfois moquée : Emmanuel Peyrac de Planète Internet rappelle par exemple incidemment que sur l'Internet, « AOLer figure en tête du palmarès des insultes les plus utilisées » [\(2\)](#).

Cette expression serait vraisemblablement interprétée comme un acte de « violence symbolique » par l'auteur du courrier électronique publié dans le Cahier multimédia de Libération du 15/12/95. Celui-ci n'hésite en effet pas à se référer explicitement au sociologue Pierre Bourdieu pour qualifier ce que « le grand public subit [...] autour des nouvelles technologies ». Infonie lui paraît constituer à ce titre une parade pour « leur appropriation pratique par la population ». Cette acception de l'ouverture de la communication comme élargissement de sa base sociale est repçtable dans les articles du Progrès, quotidien de la région lyonnaise. Ce journal, dont le lectorat « populaire » est le moins familiarisé avec les nouvelles technologies d'information et de communication est celui qui apprécie le plus les efforts d'Infonie pour en faciliter l'utilisation. L'accessibilité est envisagée comme la condition de la convergence et à ce titre, Infonie devient porteur d'une fonction de démocratisation des nouvelles technologies.

Ce rôle dévolu à Infonie apparaît de manière encore plus prosaïque dans deux autres façons d'illustrer cette acception de l'ouverture de la communication. D'une part, les opérations de démonstration sont envisagées comme une volonté de la part d'Infonie d'ajouter en plus l'assistance humaine pour aider les novices à accéder à cette nouvelle technologie. Ainsi, dans son dossier des pages interrégionales réalisé par P. Maugé, Le Progrès du 12/11/1995 fait se côtoyer Infonie et premières expériences dans les

cybercafés et, dans les pages locales du Progrès du 05/03/1996, J.-J. Billon indique à l'occasion d'une présentation en public d'Infonie que « des guides chevronnés seront là pour les accompagner sur les autoroutes du cybermonde ». D'autre part, Infonie est associé à l'extension de l'accessibilité par sa couverture géographique du territoire grâce aux différents points d'accès : la liste de ces villes figurant dans le dossier de presse numéro trois est notamment reprise par J.-P. Vacher dans Lyon-Figaro du 22/09/95 et du 18/10/95.

▲ LE DEVENIR DE LA CONVERGENCE DANS UNE ÉCONOMIE MONDIALISÉE COMPLEXE

La référence à une communication mondialisée est très présente dans la presse. Tout simplement parce que la plupart des journalistes inscrivent la convergence dans une perspective d'internationalisation de l'économie. Celle-ci est cependant envisagée sous des modalités variées qui, par ce biais, déterminent les diverses représentations de la mondialisation de la communication. Ces différences d'appréciation des conséquences de l'internationalisation de l'économie, selon les journalistes, sont en particulier très visibles lors de la comparaison, présente dans la majorité des journaux, avec le fonctionnement passé ou actuel de l'économie des médias.

L'imbrication de la convergence dans la mondialisation de l'économie

L'aspect de mondialisation de la convergence est perçu à travers le filtre économique. Les journalistes sont d'accord sur le fait que d'une part le « raccordement du monde » n'est pas sans rapport avec la constitution d'un marché à l'échelle de la planète, et que d'autre part l'internationalisation de la culture sera en grande partie dépendante des rapports de force économiques. Les manières d'envisager la convergence sur fond de mondialisation de l'économie laissent cependant paraître quelques nuances d'un journal à l'autre comme en témoignent diverses modalités des jugements portés sur le cadre, au départ, national d'Infonie.

La convergence comme bataille économique à l'échelle planétaire

La convergence est vue dans les journaux comme ayant une dimension internationale en raison de la capacité des technologies d'information et de communication à ignorer les frontières. Autant dire que la convergence porte en elle l'idée d'une ouverture des marchés nationaux. Ceci explique pour une grande part que la possibilité infinie de communication soit traitée sur le mode de libération des échanges. Le territoire illimité de la communication est assimilé à la vision économique d'un marché devenu mondial. C'est sur cette base qu'il faut comprendre le scepticisme de Y. Le Gall et M.-C. Renault, dans la rubrique « Vie des entreprises » du Figaro du 03/10/95, quant à la stratégie initiale adoptée par Infonie, réaction plutôt compréhensible eu égard à la tonalité ultra-libérale souvent présente dans les pages « saumon » du plus grand quotidien conservateur français. Se limiter au seul terrain français apparaît comme un gâchis par rapport aux possibilités d'expansion internationale qui sont offertes. Le marché est trop restreint et ce choix d'Infonie est même présenté comme risqué. Même la presse locale sort de son habitude qui consiste à flatter l'initiative locale : elle remet en cause Infonie à demi-mot en reprenant celui de « pari » utilisé par Bruno Bonnell lui-même pour situer la position spécifique de son projet.

Les représentations d'une industrie des médias comme compétition entre de puissants holdings industriels

La convergence est mise en rapport avec le mouvement de mondialisation de l'économie. Nous avons montré que cette perspective implique la vision d'un affrontement entre des firmes de plus en plus puissantes. Les acteurs industriels de la convergence sont ainsi perçus comme crédibles s'ils comptent parmi leurs soutiens financiers ou dans leurs alliances des partenaires de grande envergure. Celle-ci est en particulier appréciée à partir du domaine d'origine: s'ils sont issus du monde des médias, les partenaires apporteront encore plus de crédibilité au projet qui se réfère à la convergence.

L'examen par la presse de la structure capitaliste d'Infonie et de son holding Infogrames Entertainment le prouve. Cependant, là encore, des différences sensibles entre les journaux laissent apparaître leurs manières d'envisager la convergence. Ainsi, dans le dossier principal de Libération du 16/01/95 sur le salon du Milia, R. de La Baume retient parmi les détenteurs de parts d'Infogrames les poids lourds de l'audiovisuel que sont la Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion et le groupe Chargeurs. Le Figaro (Y. Le Gall et M.-C. Renault, dans la rubrique « Vie des entreprises » du 03/10/95), son supplément lyonnais (journaliste : J.-P. Vacher) et Le Progrès (du 12/11/1995, dans son dossier des pages interrégionales réalisé par P. Maugé) insistent quant à eux sur la présence d'un nouveau venu dans le multimédia: Dassault-Multimédia. On peut ainsi se demander si des considérations d'ordre politique ne rentrent pas en jeu dans ces représentations de la convergence: le fait pour les journaux du groupe Hersant de mettre en avant Dassault et pour Libération de s'attacher à ce qui sera son futur actionnaire tendrait à le montrer de manière concrète.

▲ La comparaison avec la situation économique actuelle des médias

La comparaison avec les modèles économiques des médias est généralisée dans la presse. La capacité d'Infonie à réussir dans le contexte d'une économie mondialisée est ainsi jugée en fonction de ses capacités à s'appuyer sur des partenaires qui lui offriront une stature médiatique internationale ou de sa ressemblance avec Canal Plus, qui sert de modèle en France pour les dernières années. Si tous les journaux reprennent effectivement ces deux points comme matière de comparaison, ils se différencient en revanche dans leurs jugements sur Infonie, au travers desquels transparaissent, sous couvert d'analyses économiques, des considérations aux contours idéologiques assez tranchés.

▲ La référence d'Infonie à Canal Plus envisagée en tant que stratégie industrielle

Dans leurs discours, les promoteurs tendent à présenter Infonie comme pouvant être au « multimédia » ce que Canal Plus est à la télévision. Les journalistes ne retiennent de cette comparaison qu'une dimension, celle de la réussite économique. La façon dont la référence à Canal Plus est appréhendée est ainsi typique du sous-bassement économique et audiovisuel des représentations de la convergence.

Idéalisé comme le succès commercial par excellence en matière d'audiovisuel, Canal Plus va être assimilé également au modèle à suivre pour les initiatives privées qui se réclament de la convergence. Cette association d'idées est très nette dans l'article de Lyon-Capitale du 27/03/96, intitulé « Infonie veut se prendre pour Canal Plus » : les journalistes de la rubrique « Economie » érigent Canal Plus en figure de l'avant-gardisme et regrettent que le projet Infonie manque d'audace par rapport à la référence que ses promoteurs se sont eux-mêmes fixée. De manière plus symptomatique, le fait qu'Infonie n'est pas considéré comme allant dans le bon sens de la convergence est perceptible dans sa comparaison avec le modèle du câble dans la presse.

Cette référence à Canal Plus se retrouve dans le jugement de D. Sanz dans Le Figaro-multimédia du 16/04/1996 portant sur les services en ligne. Celui qui est considéré comme le plus adapté à la convergence est celui dont les caractéristiques sont associées à Canal Plus, à savoir Club Internet de Grolier, « qui diffuse une partie de ses programmes en clair et qui crypte les autres pour n'en faire bénéficier que ses abonnés». Infonie qui est présenté en détail dans un encart intitulé explicitement « le modèle du câble » s'éloigne en revanche de la convergence en se cantonnant à un réseau entièrement privé et en n'exploitant donc pas les possibilités offertes par la marchandisation de l'Internet.

Un autre élément de caractère économique, le coût de l'abonnement, entraîne D. Ichbiah, E. Hiller, et P. Robin, dans un dossier de CD-Média de juillet-août 1995, à comparer Infonie au câble au détriment de sa référence initiale. Le prix trop élevé pourrait faire manquer à Infonie le train de la marchandisation de la convergence tout comme le câble n'avait pas pu trouver de clients prêts à déboursier une grosse somme : « Si l'on regarde le relatif échec du câble en France, si l'on considère que beaucoup trouvent l'abonnement à Canal Plus encore trop cher, il n'est pas du tout sûr qu'une famille sera prête à consacrer une somme équivalente pour Infonie ». La représentation d'une convergence sur fond de guerre commerciale internationale apparaît pleinement avec les réserves formulées à l'égard de la référence d'Infonie à Canal Plus. Elles peuvent être résumées par cet extrait de l'article « analyse » rédigé par F. Filloux dans Libération du 16/01/95 : « le concept d'un modem décodeur façon Canal Plus a aussi des relents de frileuse stratégie franco-française ».

La réussite économique de Canal Plus dans l'audiovisuel tenait à deux éléments qui ne sont aujourd'hui plus réunis pour la convergence en raison de la mondialisation de la communication. D'une part, l'internationalisation de l'économie qui sous-tend la convergence a pour effet d'augmenter la concurrence, ce que relèvent D. Ichbiah, E. Hiller, et P. Robin, dans un dossier de CD-Média de juillet-août 1995. En 1984, Canal Plus est arrivée dans un quasi-désert audiovisuel. La chaîne cryptée n'avait pas de concurrent, ce qui sera loin d'être le cas pour Infonie en octobre prochain. D'autre part, le cadre national sur lequel Infonie a fondé sa stratégie n'a plus les mêmes barrières réglementaires. La référence à Canal Plus constitue une occasion de souligner la capacité des technologies de communication à traverser des frontières déjà bien ouvertes par les accords internationaux de libéralisation économique : Infonie dans ce contexte, note F. Filloux dans Libération du 16/01/95, « ne bénéficiera pas de la protection étatique qui a permis le développement du Minitel ou même de Canal Plus ».

▲ Remarques finales

L'analyse montre donc que si les représentations de la convergence dans la presse présentent des points communs, elles sont toutefois loin d'être semblables dans leurs modalités. Le discours de la presse n'est pas tout à fait univoque mais connaît au contraire un certain nombre de variations imputables aux spécificités de perception de chaque journaliste.

Cette observation nous amène d'ailleurs à actualiser notre réflexion sur l'activité journalistique. Considérons celle-ci comme le produit d'un certain nombre d'éléments que l'on peut diviser en deux grandes catégories :

- les contraintes, telles qu'ici le fait de travailler pour un organe de presse et donc souvent un groupe de communication qui est lui même impliqué dans la convergence avec des conséquences certaines sur le degré « d'objectivité » du jugement du journaliste (ainsi comment juger comme n'importe quel autre le service Club-Internet lorsque l'on écrit dans le magazine Planète Internet et donc pour le groupe

Hachette dont une filiale, Grolier, est précisément responsable de Club-Internet...) ; une autre contrainte est la dépendance grandissante à l'égard de sources d'information cherchant à orienter le discours en leur faveur telles qu'ici les services « communication » ou « relations-presse » de l'entreprise Infonie (mouvement de « relations publiques généralisées», cf. MIÈGE, 1996).

- les ressources, telles qu'ici la connaissance des N.T.I.C. ou la perception libérale de l'économie et de manière plus générale la maîtrise du travail journalistique, propres à chaque journaliste et sur lesquelles il va s'appuyer pour construire son discours (notons d'ailleurs que les ressources sont susceptibles d'être également contraintes et vice versa, cf. [Giddens, 1984](#)).

L'activité journalistique est à replacer entre ces deux versants. Ainsi les différences de point de vue observés chez les journalistes à propos de la convergence relèveraient d'une « autonomie relative » dont le cadre théorique serait à aller rechercher du côté des écrits de Michel de Certeau et de ses concepts de « tactique » et de « stratégie ».

Nous en arrivons alors à penser que la généralisation de l'« information de communication » a un effet d'uniformisation dans le discours médiatique qu'il convient de relativiser et surtout de complexifier. Le fait que les discours des promoteurs soient spécialement préparés pour les journalistes a comme conséquence certaine d'imposer le cadre général de ce sur quoi l'on doit débattre (dans la lignée de ce que nous ont apprises les études axées sur l'« agenda setting »). Cette dépendance croissante à l'égard de sources non neutres limite considérablement l'espace de liberté rédactionnelle de journalistes dont le discours est déjà fortement encadré par les conditions de travail dans l'organe de presse auquel ils appartiennent. L'exemple présent montre toutefois qu'il reste une étroite marge de manoeuvre pour les journalistes qui opèrent une sélection à l'intérieur du discours du promoteur et font une retraduction des références à la convergence d'Infonie en fonction de leur degré de familiarisation avec les nouvelles technologies ou de leur conception de l'économie.

Les résultats de cette recherche montrant la multiplicité des représentations des « autoroutes de l'information » dans la presse écrite nous poussent à affiner notre perspective de convergence, envisagée comme un construit socio-technique.

Ils mettent en évidence que non seulement les discours sur les « autoroutes de l'information » sont le résultat d'une interaction entre différentes catégories d'acteurs mais également qu'à l'intérieur de chaque catégorie

- ici précisément la catégorie des journalistes - les représentations peuvent être très éloignées les unes des autres. La composante sociale des « autoroutes de l'information » doit décidément être réévaluée.



▲ Références

BARBIER Frédéric et BERTHO-LAVENIR Catherine, 1996, *Histoire des médias - De Diderot à Internet*, Paris : Armand Colin/Masson, 352 p.

BRETON Philippe, 1997, Faut-il appliquer le principe de la cité à Internet ?, in Terminal, no 71/72, [en ligne], Adresse Web (URL) :

BUSSON Alain, 1995, "France Télécom et les autoroutes de l'information. Le client, le service et la technologie", in Communications et Stratégies, no 19, p. 94-112.

FLICHY Patrice, 1989, "Qui perd gagne. Histoire comparée de deux innovations : le vidéotex et le vidéodisque", in Dix ans de vidéotex, Réseaux, no 37/T.I.S., vol. 2, no 1, p. 81-94.

FLICHY Patrice, 1991, *Une histoire de la communication moderne - Espace public et vie privée*, Collection Histoire des sciences, Paris : La Découverte.

FLICHY Patrice, 1994, "Multimédia, objet-valise ou objet-frontière", in *Futuribles*, no 191, pp. 5-10.

FLICHY Patrice, 1995, *L'innovation technique - Récents développements en sciences sociales - Vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Collection Sciences et société, Paris : La Découverte.

FREEDMAN Des, 1996, Political Consensus on the Information Superhighway, in *Communications - The European Journal of Communication Research*, volume 21, no 3, pp.273-290.

GASSOT Yves, 1995, "Le Net ou l'expérimentation permanente", in *Communications et Stratégies*, no 18, pp. 107-115.

GIDDENS Anthony, 1984, *La constitution de la société*, Paris : Presses universitaires de France

GRELLIER Christian, 1995, "Internet et ses concurrents", in *Communication et langages*, no 105, pp. 64-73.

LACROIX Jean-Guy et TREMBLAY Gaëtan, 1994, La reconduction du grand projet, in LACROIX Jean-Guy, MIEGE Bernard, TREMBLAY Gaëtan (dir.), *De la télématique aux autoroutes électroniques. Le grand projet reconduit*, Sainte-Foy (Québec)-Grenoble : Presses de l'Université du Québec -Presses Universitaires de Grenoble, p. 227-255.

LOCHARD Guy, 1996, "Genres rédactionnels et appréhension de l'événement médiatique. Vers un déclin des "modes configurants"?", in *Réseaux*, no 76, pp. 83-102.

MAHIEUX François, 1995, Nouveaux services et nouvelles formes de consommation des messages, in DELMAS Richard, MASSIT-FOLLEA Françoise (dir.), *Vers la société de l'information. Savoirs, pratiques, médiations. Actes du colloque C.N.E.-C.E./D.G. XIII*, Rennes : Ed. Apogée, pp. 137-144.

MATTELART Armand, 1997, Les eldorados du numérique, in *Le Monde de l'Education*, no 247, pp.49-50.

MERCIER Pierre-Alain et TOUSSAINT Yves, 1994, Chapitre 4: *Les usages*, in MUSSO Pierre (dir.), *Communiquer demain - Nouvelles technologies de l'information et de la communication*, Paris : DATAR/Ed. de l'Aube, p. 83-92.

MIÈGE Bernard, 1996, *La société conquise par la communication*, tome 1 Logiques sociales, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble

MOUILLAUD Maurice et TÊTU Jean-François, 1989, *Le journal quotidien*, Lyon

RALLET Alain, 1995, "De la « CONVERGENCE des techniques » à la divergence des acteurs", in *T.I.S.*, volume 7, no 2, p. 257-294.

VEDEL Thierry, 1994, Sociologie des innovations technologiques et usagers : Introduction à une socio-politique des usages, in VITALIS André (dir.), *Médias et nouvelles technologies. Pour une socio-politique des usages*, Rennes : Ed. Apogée, pp. 13-34.

VERON Eliséo, 1981, *Construire l'événement - Les médias et l'accident de Three Mile Island*, Paris : Editions de Minuit.



▲ Notes

1. Contrairement à ce que pourrait laisser penser son nom cet unique supplément du « Figaro » dédié au multimédia n'est en réalité pas du tout destiné aux spécialistes tant son contenu, fortement vulgarisateur, est orienté vers la découverte pour les non-initiés, beaucoup plus que le Cahier multimédia de « Libération » par exemple 312).
2. Les abonnés du service en ligne América On Line sont moqués par les utilisateurs « historique » de l'Internet car ils sont considérés comme des Internauts assistés, en raison notamment de leur manque de « netiquette ».



▲ FICHE DESCRIPTIVE

Infonie est un ensemble de services payants acheminés par voie téléphonique (RTC et possibilité de liaison à 56 kbits/s dans les grandes villes de France) sur un micro-ordinateur équipé d'un modem.

Infonie est géré par la société Infosources (bureaux et siège social à La Défense), détenue majoritairement par Infogrames Entertainment.

Co-fondateurs : Bruno Bonnell et Christophe Sapet (respectivement Président-directeur-général et Directeur général d'Infogrames).

Directeur général adjoint : Michel Perrin.

Services proposés :

- services thématiques propres (contenu co-réalisé avec des partenaires): divertissement, éducation, information, téléachat, jeux en réseau, forums réservés aux abonnés.
- accès à l'Internet et toutes ses fonctions illimité avec 10 adresses de courrier électronique et 15 Mo d'hébergement sur le WWW.

Configuration technique requise:

- modem : 28 800 bauds minimum.
- micro-ordinateur : PC sous Windows type 486DX2 - 66 Mhz ou pentium - Ram 8 Mo, équipé de cartes vidéo, son, communication et d'un lecteur de CD-Rom (stockage des fonds d'écran pour affichage plus rapide, en complément du réseau - 50 Mo doivent être disponibles sur le disque dur). Mac avec potentialités équivalentes.

Coût :

- abonnement forfaitaire mensuel : 149 F
- communication téléphonique : tarification locale partout sur le territoire métropolitain français.

Site Web : <http://www.infonie.fr>



▲ ARTICLES DE PRESSE

La présente étude recouvre la période qui va de janvier 1995, date du lancement d'Infonie à l'occasion du Milia (salon international du multimédia), à avril 1996, période à partir de laquelle Infonie "rentre dans le rang" en infléchissant sensiblement sa stratégie et donc son discours par rapport à l'accès à l'Internet : celui-ci n'est plus le complément de son "service propriétaire" mais inversement la base principale de son offre commerciale.

Les articles sélectionnés sont ceux qui avaient Infonie pour sujet. Ils figurent dans des publications choisies pour représenter l'ensemble de la presse : quatre grandes catégories de journaux et magazines ont été distinguées et à l'intérieur de chacune d'entre elles les différents titres recouvrent un éventail d'opinions le plus large possible dans un souci de pluralité.

Presse locale :

Le Progrès : 25/09/95 - 12/11/95 - 05/03/96 - 18/03/96 - 21/03/96

Lyon-Capitale : 25/10/95 - 27/03/96

Lyon-Figaro : 22/09/95 - 18/10/95 - 04/03/96 - 09/04/96

Presse quotidienne nationale :

Le Figaro : 03/10/95 - 17/10/95 - 22/03/96

Le Monde : 18/01/95 - 15/04/95 - 25/10/95 - 20/12/95 - 22/03/96

Libération : 16/01/96 - 22/03/96 - 08/04/96 - 17/04/96

Suppléments spécialisés de la P.Q.N. :

Le Figaro-Multimédia : 16/04/96

Le Monde Radio-Télévision-Multimédia : 17 et 18/03/96

Cahier Multimédia de Libération : 19/05/95 - 06/10/95 - 20/10/95 - 08/12/95 - 15/12/95 - 16/02/96

Presse spécialisée :

CD-Média : juillet-août 1995

Internet Reporter (Internet Reporter est devenu un magazine à part entière après avoir été une rubrique de CD-Média) : septembre 1995 - octobre 1995

Planète Internet : avril 1996.

DOCUMENTS INFONIE DESTINÉS À LA PRESSE

La succession dans le temps de ces documents nous permet de couvrir l'ensemble de la période dans laquelle paraissent les articles de presse étudiés (janvier 1995 - avril 1996).

Outre l'assistance à deux conférences de presse tenues par Bruno Bonnell (conférence no 1 dans les bureaux d'Infogrames à Villeurbanne le 16/10/95 ; conférence no 2 au Palais des Congrès de Lyon le 27/11/95) et l'analyse du dispositif à travers le CD-Rom de présentation d'Infonie (distribué aux journalistes lors de la conférence no 2), le corpus sur lequel a porté notre étude est composé de deux types de documents :

- dossiers de presse :

. dossier no 1 : présentation générale + partenaires - début 1995

. dossier no 2 : filiation d'Infonie avec la radio, la télévision et le Minitel : début 1995 mi-1995.

. dossier no 3 : présentation très détaillée (+ invitation à la conférence n 2) : à partir de mi-1995.

- Communiqués de presse:

- . augmentation de capital - prochaine introduction sur le Nouveau Marché : 10/02/96 (Milia à Cannes).
- . "dialogue en direct sur Infonie" : 07/03/96
- . accord avec Hewlett-Packard : 03/04/96
- . campagne publicitaire : 04/04/96
- . nouveaux services : 12/04/96



[© COMMposite v98.1](#) - 1998 - Tous droits réservés.



(v98.1)

l'antichambre

fragments

sédiments

résumé

sommaire

bio

Les aspects communicationnels et culturels de la « crise de la vache folle »

par [Guillaume Latzko-Toth](#)

Étudiant à la maîtrise en communication - Université du Québec à Montréal
© Guillaume Latzko-Toth - 1998 - Tous droits réservés.

▲ Résumé

Cet article a pour but de constituer la « crise de la vache folle », survenue en Europe au printemps 1996, en objet d'étude pour les sciences de la communication. Si le risque de transmission à l'homme de la maladie bovine a fait couler beaucoup d'encre dans les médias du monde entier, les analyses du phénomène médiatique et sociologique en tant que tel sont pratiquement inexistantes. Après avoir mis en évidence les diverses dimensions de la crise, cet article essentiellement exploratoire s'efforce d'en analyser les composantes culturelle et communicationnelle, à la lumière des travaux récents sur le rôle des mass-médias dans la divulgation des sciences, ainsi que sur la différence entre pensée scientifique et pensée naturelle. Plus particulièrement, par l'analyse d'articles journalistiques et des deux communiqués scientifiques à l'origine de la crise, nous essayons de montrer en quoi la disproportion entre l'émoi des différents acteurs et l'évaluation du risque indique que la "maladie" en question est surtout de nature culturelle et communicationnelle.

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

Descripteurs: médias, crise, représentation, journalisme, discours, science, vulgarisation, risque, maladie.

▲ Sommaire

[Introduction](#)[1 Les aspects culturels](#)

[1.1 Une crise aux multiples dimensions](#)

[1.2 Le monde sens dessus dessous](#)

[1.2.1 Du côté des scientifiques: la remise en cause des paradigmes](#)

[1.2.2 Du côté du « public » : la remise en cause des représentations](#)

[2 Les aspects communicationnels](#)

[2.1 Les médias, responsables de la panique ?](#)

[2.1.1 Composition du corpus d'analyse](#)

[2.1.2 La notion de risque: un construit](#)

[2.1.3 La genèse de l'information](#)

[2.1.3.1 Des actes de communication](#)

[2.1.3.2 Des actes d'incommunication](#)

[2.1.4 Le rôle des vulgarisateurs](#)

[2.1.5 La part de responsabilité des médias](#)

[2.2 Le choc de deux cultures](#)

[2.2.1 La situation paradoxale des scientifiques](#)

[2.2.2 Deux discours complémentaires](#)

[Conclusion](#)

[Références](#)



À la mémoire de Carl Miville, jeune géologue
qui aimait la science et la communication.

▲ Introduction

Le 20 mars 1996, le ministre britannique de la Santé, Stephen Dorrell, admet publiquement devant la presse qu'il existe un risque théorique que la consommation de viande de boeuf atteint d'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB ou « maladie de la vache folle ») soit à l'origine de la mort d'une dizaine de personnes, des suites de la maladie de Creutzfeldt-Jakob (MCJ). Relayée par les médias, la nouvelle se répand comme une traînée de poudre. En fait, et cela lui sera fortement reproché par la suite, le gouvernement de John Major n'a fait que rendre public un communiqué « d'une poignée de savants contestataires devenus les chouchous des médias » ([Roqueplo, 1996, p.6](#)), c'est-à-dire en fait la conclusion préliminaire d'une recherche menée par le Dr Robert Will et son équipe du Centre de surveillance de la maladie de Creutzfeldt -Jakob à Edimbourg.

Sur le plan politico-médiatique, la conséquence fut « une véritable explosion impossible à contenir ... un maelström » ([Roqueplo, 1996, p.6](#)). Pour recouvrir ce noeud complexe de controverses et de

traumatismes, le terme global de « crise de la vache folle » s'est rapidement imposé dans les médias. Dans l'optique d'analyser les aspects communicationnels et culturels de cette crise déclenchée par ce qui a été perçu comme une catastrophe technoscientifique, nous commencerons par essayer d'en démêler les nombreux fils. Nous nous intéresserons d'abord aux différentes facettes de la crise, puis nous essaierons d'en repérer les manifestations concrètes dans le milieu scientifique et la population « profane » .

Dans une seconde partie, nous insisterons davantage sur les processus communicationnels impliqués dans la crise, à la lumière des travaux récents sur le rôle des mass-médias dans la divulgation des sciences, ainsi que sur la différence entre pensée scientifique et pensée naturelle. Ce faisant, nous espérons montrer la richesse de la « crise de la vache folle » comme objet d'étude en communication.



1 Les aspects culturels

1.1 Une crise aux multiples dimensions

Près de deux ans après le déferlement d'une vague de panique sur le continent européen, l'expression « crise de la vache folle » est devenue un lieu commun semblable à celui de « l'accident de Tchernobyl ». Curieusement, cette appellation de « crise » a été peu questionnée, du moins à notre connaissance. S'il ne fait aucun doute pour nous que le terme soit approprié, en revanche le singulier masque une réalité beaucoup plus complexe, si bien que l'on devrait parler plutôt des crises de la vache folle.

Au commencement bien sûr, il y a la crise de nerfs au sens propre, c'est-à-dire la manifestation clinique. Pour les bovins atteints d'encéphalopathie spongiforme (ESB) d'une part, dont la télévision nous montre des sujets aux prises avec des symptômes neurologiques à faire frémir. Pour une dizaine de jeunes Britanniques atteints d'une forme inhabituelle de la maladie de Creutzfeldt-Jakob (MCJ) d'autre part, dont nous apprendrons l'agonie atroce [\(1\)](#) et surtout, rapide. Puis il y a la crise scientifique: les spécialistes sont incapables de dire si oui ou non, il y a un lien entre l'ESB et la MCJ. Par effet d'entraînement, suit la crise politique. Les gouvernements des Etats membres de l'Union Européenne ne sont pas d'accord sur les mesures à prendre -- l'embargo total sur la viande britannique et l'abattage massif du cheptel -- en vue de protéger au mieux, et les consommateurs, et les producteurs de viande. Ces derniers en effet, de même que les petits détaillants, n'ont pas tardé à connaître une crise de nature économique, due à l'effondrement des cours du boeuf pour les uns, et à la chute des ventes pour les autres [\(2\)](#). Enfin, de l'avis de divers dirigeants politiques, on aurait également assisté à une crise médiatique. La couverture de l'événement déclencheur (le communiqué du SEAC [\(3\)](#)) aurait été hors de proportion, de sorte que Jacques Chirac, le président français, a lancé l'expression « presse folle » conjointement avec le chancelier d'Autriche. [\(July, 1996, p 3.\)](#)

Assez vite, la crise a également pris une dimension juridique, qui rappelle « l'affaire du sang contaminé » (par le virus du sida). En effet, des stocks de moulées contaminées auraient été écoulés en Europe continentale pendant plus d'un an après que les autorités britanniques les aient prosrites de leur territoire. Plus généralement, les médias s'émeuvent du degré de corruption dans le milieu des éleveurs et des « barons de la viande » . Il ne faudrait pas non plus oublier la crise morale suscitée par la « découverte » par le public des techniques de l'élevage industriel, et plus particulièrement, du fait qu'on ait transformé « des bêtes herbivores en animaux carnivores, voire en cannibales » [\(Chanlat, 1996, pp 7-8\)](#), ce qui constitue une « transgression des lois de la nature » [\(July, 1996, p 3.\)](#) et une « perversion de la chaîne alimentaire naturelle » . (Ramonet, 1996, p.6.)

Ceci nous amène à une crise plus profonde, plus feutrée, et plus lente dans son déploiement: une crise *culturelle*, à travers la mise sens dessus dessous de plusieurs représentations sociales fortement ancrées. D'une certaine façon, on peut considérer que, dans l'immédiat, c'est-à-dire tant que nous ne serons pas confrontés à une épidémie *réelle* de MCJ dans la population britannique (jusqu'à présent, le taux de cas déclarés dans la population est resté constant à un sur un million), l'impact de la « crise de la vache folle » serait d'abord culturel. En effet, dans cette affaire, ce sont des mythes fondateurs de la civilisation occidentale qui sont directement atteints ([Chanlat, 1996, pp 7-8](#)).

Parmi ces croyances, les plus durement touchées sont peut-être celles concernant la science. Son unité, sa stabilité, son indépendance, son pouvoir de « réassurance », et même son objectivité ont été tour à tour mis à mal. Une explication possible provient du fait que la science elle-même s'est retrouvée en pleine crise paradigmatique au sens que ([Kuhn, 1962](#)) donne à ce mot.

▲1.2 Le monde sens dessus dessous

1.2.1 Du côté des scientifiques: la remise en cause des paradigmes

Rappelons que ce que Kuhn appelle un paradigme est, pour une discipline scientifique donnée, une théorie dominante (une « vision du monde » accompagnée d'une méthodologie) qui a acquis ce statut hégémonique par ses succès dans la résolution d'énigmes, et qui, par la suite, structure la définition des problèmes nouveaux. Dès lors, toute idée qui contredirait un ou plusieurs des énoncés fondamentaux du paradigme est considérée comme « hérétique ». Or, de telles idées sont parfois nécessaires quand des expériences répétées permettent de dégager « des anomalies reconnues dont la caractéristique est leur refus obstiné de se laisser assimiler par les paradigmes existants » ([Kuhn, 1962, p. 140](#)). Il s'ensuit alors une période trouble, transitoire, que Kuhn désigne par l'expression « révolution scientifique ».

Or, les observations sur les encéphalopathies subaiguës spongiformes transmissibles (ESST) dont font partie l'ESB et la MCJ ont pris en défaut trois idées généralement admises en biologie et en médecine. La première de ces idées-pivots, c'est que la " vie " ne peut se répliquer sans l'intervention d'un acide nucléique (ADN et/ou ARN). Cette idée est subsumée en médecine par une autre, plus générale, qui définit l'« infectiosité » d'un agent pathogène par sa capacité de réplication dans l'organisme hôte. Or, Stanley Prusiner et son équipe de chercheurs de l'Université de Californie à San Francisco ont pratiquement établi que l'agent infectieux ne possède pas d'acide nucléique, puisqu'il n'est autre... qu'une protéine de conformation anormale, pour laquelle Prusiner a forgé le néologisme de « prion ».

Le deuxième postulat ébranlé est celui de la « barrière des espèces » ([4](#)). Or cette barrière a été franchie entre le mouton et la vache, puis entre la vache et le chat, et d'autres mammifères. Enfin, la troisième anomalie révélée par les ESST, et en particulier dans le cas de la MCJ, tient à ce que jusque là, une maladie génétique (forme majoritaire de la MCJ) ne pouvait pas être également infectieuse. Bien que des cas de MCJ, chez des enfants ayant été traités avec de l'hormone de croissance([5](#)), aient prouvé que c'était possible, il manquait un modèle théorique capable d'expliquer cette bizarrerie.

A elle seule, la façon dont Prusiner est parvenu à faire adopter sa théorie sur les prions par un nombre grandissant de ses collègues([6](#)) mériterait une analyse approfondie. Nous nous contenterons ici de remarquer que les pressions exercées sur les chercheurs par les volets non-scientifiques de la crise ont peut-être contribué à précipiter le « basculement » de la communauté scientifique en faveur du nouveau paradigme. Quand on sait que l'un des membres les plus écoutés du SEAC -- d'où provient le document qui mit le feu aux poudres --, John Collinge, est un partenaire de longue date de Prusiner([7](#)), on peut même oser se demander dans quelle mesure la crise politico-médiatique que nous connaissons n'a pas été déclenchée plus ou moins consciemment pour forcer la communauté scientifique à se positionner par rapport à la théorie des prions...

▲1.2.2 Du côté du « public » : la remise en cause des représentations

Les scientifiques ne sont pas les seuls à disposer de schèmes de pensée leur permettant de se construire une perception de la réalité et qui orientent leurs conduites. Pour les non-scientifiques, les *représentations* jouent le même rôle, en constituant un système de significations et d'interprétation du réel ([Roqueplo, 1974](#)). La différence majeure entre les énoncés théoriques et les « savoirs » du public tient au fait que ces derniers ne peuvent plus se recombinaison pour produire des savoirs nouveaux, mais servent essentiellement à déterminer les attitudes et les pratiques sociales relativement à l'objet de la représentation.

Trois domaines de la connaissance commune ont été principalement affectés au cours et à la suite de cette crise:

- Représentations en rapport avec l'alimentation

- *La viande de boeuf est un fortifiant; elle est donc naturellement bonne pour la santé.*

Cette perception positive de la viande bovine est anéantie par l'éventualité d'un passage de l'ESB de la vache à l'homme.

- *Il suffit de bien faire cuire les aliments pour tuer les « germes » qu'ils peuvent contenir.*

Cette association entre le chauffage et l'inactivation des agents pathogènes est caduque dès lors que le prion peut résister à l'autoclave([8](#)).

- Représentations en rapport avec l'agriculture

- *L'élevage des vaches est une activité traditionnelle, en contact avec la nature.*

En fait, les consommateurs européens se sont aperçus qu'il n'en était rien; les fermes ont été remplacées par des usines pour lesquelles la terre arable n'est plus qu'un terrain immobilier.

- *Les vaches sont herbivores.*

Le bétail élevé industriellement ne broute plus d'herbe, mais ingurgite des moulées fabriquées à partir de carcasses d'animaux morts.

- Représentations en rapport avec la science

- *La science a des réponses. Il lui arrive de se tromper, mais au moins elle a toujours un avis à donner.*

Face à la question: « Y a-t-il un risque de transmission de l'animal à l'humain par ingestion » , les plus hautes autorités scientifiques, non seulement refusent de se prononcer, mais déclarent qu'on ne pourra y répondre avant trente ans!

- *La science est une instance indépendante, qui n'agit qu'en vue d'accroître la connaissance sur un sujet.*

Le mensuel *Que choisir ?* ([9](#)) (France) a révélé que le Comité Vétérinaire Européen avait recommandé en 1990 de « demander officiellement au Royaume-Uni de ne plus publier les résultats de leurs

recherches sur l'ESB [...]. Il faut avoir une attitude froide pour ne pas provoquer de réactions défavorables sur le marché [de la viande] » .

Enfin, il ne faut pas non plus oublier les représentations liées à *la folie*, omniprésentes, mais en filigrane, dans cette crise.

▲ 2 Les aspects communicationnels

Dans la première partie de cet article, nous avons identifié quatre composantes principales de la « crise de la vache folle » :

- 1) Une situation de *risque majeur* pour l'humanité;
- 2) Une crise scientifique (paradigmes inopérants);
- 3) Une crise du *sens commun*;
- 4) L'intervention des médias de masse.

Ce sont les interactions entre ces éléments qui nous intéressent dans cette seconde partie, et plus concrètement, les processus communicationnels entre les médias, les scientifiques, les politiques et le « public » . Pour orienter notre recherche, nous partons de l'hypothèse provocante soutenue par plusieurs hauts responsables politiques européens et certains journalistes eux-mêmes, selon laquelle les symptômes de la crise auraient été déclenchés, non par de microscopiques agents infectieux, mais par des journalistes "enragés".

Sur le plan méthodologique, nous avons eu recours à l'analyse comparative de documents écrits. Pour des raisons d'accessibilité, nous avons limité notre corpus aux articles journalistiques et aux communiqués scientifiques. Notre connaissance des réactions des responsables politiques provient des comptes-rendus de la presse elle-même, ce qui peut constituer un biais. C'est pourquoi notre analyse portera surtout sur les acteurs scientifiques et médiatiques.

▲ 2.1 Les médias, responsables de la panique ?

2.1.1 Composition du corpus d'analyse

Notre corpus d'analyse est donc constitué de deux types d'items. D'une part, une série d'articles parus dans la presse dans les premiers temps de la crise; d'autre part, les deux communiqués des autorités scientifiques britanniques qui ont mis le feu aux poudres. Avant toute chose, précisons la nature du corpus journalistique. En premier lieu, nous nous sommes limités à la presse écrite. De plus, nous nous sommes concentrés sur la presse française, avec une exception pour l'hebdomadaire américain *Newsweek*. Nous avons également restreint la période d'étude aux deux semaines qui ont suivi la déclaration du gouvernement britannique à la presse. Pour chaque item, nous avons procédé à une analyse de discours simple.

Nous avons retenu plus particulièrement:

- Pour la presse quotidienne:
 - *Le Monde* du 27 mars 1996.

- *Libération* du 2 avril 1996.

- Pour la presse hebdomadaire:

- *Le Point* daté du 30 mars 1996

- *L'Express* daté du 28 mars 1996

- [Newsweek](#) daté du 8 avril 1996.

- Pour la presse mensuelle:

- *Science & Vie* de mai 1996 (rédigé, en fait, au mois d'avril, compte tenu du bouclage précoce imposé par cette périodicité).

Nous devons dès à présent signaler que l'on retrouve deux types d'articles journalistiques traitant du risque sanitaire représenté par la " maladie de la vache folle ". D'une part, des articles à caractère *événementiel* ou *polémique* qui appartiennent en fait à la catégorie " information politique et générale "; d'autre part, des articles de vulgarisation scientifique " classique ".

▲ 2.1.2 La notion de risque: un construit

Il existe une littérature très riche sur les modalités de la divulgation des sciences, mais plus rares sont les études de cette divulgation dans une conjoncture de *risque majeur* pour l'humanité, ce que Philippe Roqueplo appelle une « crise environnementale grave » ([Roqueplo, 1996](#)). Nous entendons par là, une menace explicite à court ou moyen terme pesant sur la vie d'un grand nombre d'individus. Et pour cause, de telles situations sont, heureusement, peu fréquentes. En ce qui concerne le risque d'épidémie de maladie de Creutzfeldt-Jakob (MCJ) en Grande-Bretagne, et si la possibilité d'une transmission des bovins aux humains se confirmait, l'incidence de l'infection (fatale) pourrait se situer entre 100 000 et un million de victimes([10](#)). Il s'agit donc bien d'un *risque majeur*.

Toutefois, de nombreux risques de nature écologique (effet de serre, déforestation, pollution de l'eau douce...) représentent des menaces de catastrophes encore plus graves d'un point de vue quantitatif (nombre de victimes potentielles), sans que l'on assiste à l'hystérie collective qui a marqué la dernière semaine de mars 1996 en Europe. On doit donc considérer que *tout risque est construit*. Autrement dit, il n'existe pas entre les réactions des divers acteurs sociaux en présence et la gravité intrinsèque de la menace une quelconque loi de proportionnalité ni même forcément une corrélation directe. Car cette gravité n'est pas donnée, elle est construite, par le biais de discours intervenant sur l'imaginaire. Comme l'écrit Bernard Schiele ([1984, p.80](#)), « l'imaginaire préside à toute appréhension du donné » car « l'homme est plongé dans l'univers du sens » et non pas dans celui des *faits*.

▲ 2.1.3 La genèse de l'information

2.1.3.1 Des actes de communication

Il est instructif à cet égard de s'interroger sur la nature du *fait déclencheur* de la crise. À première vue, il s'agit d'une découverte scientifique: la mise en évidence, par l'Unité de surveillance de la MCJ (que nous appellerons le groupe d'Edimbourg), d'une forme inconnue([11](#)) de MCJ, qui laisse croire à l'apparition d'un nouveau facteur de risque. C'est du moins ce qu'affirme le rapport du SEAC dans ses deux communiqués (celui du [20 mars](#) et celui du [24 mars](#) 1996). Or, nous savons bien que le mot " découverte " est trompeur et *recouvre* en fait tout un processus de construction du sens par sélection et

rapprochement de données empiriques éparpillées dans l'espace et le temps⁽¹²⁾. En fait, comme nous allons le voir, les événements déclencheurs sont en fait des actes communicationnels: publication imminente des résultats de recherche du groupe d'Edimbourg dans *The Lancet*; communiqué écrit du SEAC; communiqué oral du ministre anglais (qui dérive en fait du précédent).

Ainsi, ce n'est pas la découverte scientifique qui a retenu l'attention des auteurs des articles de type politique, mais plutôt *l'annonce* faite par le ministre anglais de la Santé de l'existence d'un *risque pour la vie humaine*. « Londres affirme que la maladie de la "vache folle" pourrait se transmettre à l'homme », titrait *Le Monde* dans son édition du 22 mars 1996. Dans *Le Point*, à la question: « Pourquoi l'affaire éclate-t-elle vraiment aujourd'hui? », le journaliste répond: « parce que [...] le ministre de la Santé Stephen Dorrell [...] a admis pour la première fois qu'une hypothèse terrifiante ne pouvait plus être exclue » ([Dauvergne et Franck, 1996](#)). Ce qui laisse immédiatement entendre que l'hypothèse existait depuis un certain temps, qu'elle était connue des médias, et que le refus du gouvernement anglais de l'admettre avait préparé le terrain pour un *scandale*.

Nous aurions tendance à nuancer ce qu'affirme ([Roqueplo, 1996](#)) quand il dit que « la déflagration [...] résulte de la formidable menace contenue dans le rapprochement que [d]es chercheurs viennent de faire... », en avançant qu'une bonne part de l'excitation des médias a pu provenir du *potentiel de scandale* de l'information. *L'Express* parle ainsi d'« une étude que Londres a voulu garder confidentielle le plus longtemps possible ». Par ailleurs, il est permis de croire que le statut du locuteur (membre du gouvernement) a également joué un rôle déterminant dans l'importance accordée à l'événement -- rappelons qu'il a fait la « Une » des journaux pendant plusieurs semaines.

▲ 2.1.3.2 Des actes d'incommunication

Parallèlement à l'acte de communication positive du gouvernement britannique, des actes d'incommunication ont éveillé le soupçon chez les médias français en particulier. En premier lieu, l'annulation subite des communications de chercheurs du groupe d'Edimbourg au colloque sur les prions qui allait se tenir le 19 mars à Paris. Ensuite, le mutisme du ministre français de la Santé:

« on aimerait bien entendre l'avis des autorités sanitaires... Comment se fait-il que le ministre de la Santé n'ait pas cru bon de s'exprimer depuis le début de la grande panique... ? » ([Lalaurie et Petty, 1996, pp.18-21](#))

Plus subtilement, on constate que c'est la *compétence* scientifique et surtout disciplinaire du locuteur qui est contestée, puisque dans le même article on se plaint que « le citoyen français [ait dû] écouter [...] les propos *généralistes* du seul ministre de l'Agriculture » ([Lalaurie et Petty, 1996, pp.18-21](#)).

Les articles de vulgarisation insistent pour leur part sur la " rétention d'informations " pratiquée par les chercheurs britanniques à l'encontre de leurs homologues européens. Ainsi, *Le Monde* avance que:

« l'incertitude [...] règne dans la communauté scientifique à cause de la rétention d'informations par les experts britanniques » ([Nau, 1996](#))

Cette idée s'est retrouvée dans les titres d'autres journaux: « Les Anglais ne nous disent rien » ([Lalaurie, 1996](#)); « Vache folle: un trop long silence » (⁽¹⁷⁾), « Les experts français indignés par les silences britanniques » ([Lalaurie, 1996](#)). Plus insidieusement, *Science & Vie* se demande: « Que se passait-il de si grave, qui nécessitât le secret, tenu jusqu'à la publication de l'article du *Lancet* le 6 avril ? » ([Moinet, 1996](#))

Dorothy Nelkin ([1987, pp. 47-61](#)) a bien montré que les journalistes aiment souligner les controverses entre chercheurs. Étudiant la façon dont les journalistes rapportent les risques technoscientifiques, elle souligne la difficulté de cette tâche, mais remarque que, « attirés par les accidents catastrophiques, les journalistes mettent l'accent sur les conflits d'intérêts, les données qu'on se dispute, et les jugements contradictoires » ([Nelkin, 1987, p. 48](#))(13), *Libération* fait ainsi grand cas de l'épopée intellectuelle de « Stanley "Prion" Prusiner, l'entêté », avec en surtitre: « L'inventeur du concept et du mot prion a-t-il eu raison contre tous ? » .

Nelkin ajoute toutefois que les médias reflètent la confusion des scientifiques:

« les désaccords scientifiques... contribuent à la confusion [dans les médias] » ([13](#))

Or, il est intéressant de constater que, dans le cas qui nous intéresse, ce n'est pas ce qui s'est produit. D'une manière générale, la presse a traité la question à l'unisson, au point que les titres se ressemblent singulièrement (*L'Express*: « Ce qu'il faut savoir sur le prion » / *Le Point*: « Vache folle: ce qu'il faut savoir »). A l'intérieur même des colonnes des journaux, on peut constater un effort de synthèse, qui se traduit par exemple par l'abandon de la forme rédigée traditionnelle au profit de la présentation « questions-réponses », qui rappelle les *frequently asked questions* que l'on trouve sur Internet. Dans notre corpus, *Science & Vie*, *Le Point* et *Libération* ont opté pour ce procédé (*L'Express* n'y ayant recours qu'en encadré). On constate donc que la presse dans son ensemble manifeste un souci de *limpidité* et d'*unité* qui compense en quelque sorte (ou *prétend* compenser) l'incertitude des scientifiques.

Cependant, cette présentation des articles sous forme de *réponses* à des questions, contraste avec le peu de réponses que les « experts » peuvent effectivement fournir. Ainsi, dans leur communiqué du 24 mars, les membres du SEAC commencent par énumérer l'ampleur de leur ignorance:

- ils ignorent la force (*magnitude*) de la « barrière des espèces » entre le boeuf et l'être humain;
- ils ne peuvent dire exactement quels morceaux du boeuf sont dangereux;
- ils ne savent pas à partir de quand un animal en phase d'incubation devient dangereux pour la consommation;
- ils ignorent s'il existe une « dose » infectieuse minimale.

▲ 2.1.4 Le rôle des vulgarisateurs

Peut-on voir néanmoins dans le travail des vulgarisateurs scientifiques une volonté de rassurer le public en lui transférant des « savoirs » ? Nous nous permettons d'en douter. Avant même d'en venir au cas qui nous occupe, nous pouvons, avec ([Roqueplo, 1974](#)), mettre en doute le bien fondé de cette démarche: car savoir, c'est d'abord se trouver en position de *vérifier* ce que l'on sait par la pratique. En y regardant donc de plus près, de façon assez perverse, cette présentation de l'information sous la forme de questions-réponses souligne au contraire les *lacunes* dans le savoir des spécialistes sur le sujet. Prenons le cas du Point: « N'y a-t-il pas de test permettant de dépister les animaux contaminés ? -- Aucun. » ou encore « Y a-t-il transmission possible de l'ESB de la vache à l'homme ? -- C'est toute la question. » . Dans le même ordre d'idées, les articles de vulgarisation sur les maladies à prions insistent sur les aspects évoquant l'étrangeté, le dépaysement. On est en plein scénario de film d'épouvante, tel *La chose d'un autre monde* ou *Hidden*.

Il est d'ailleurs significatif que le risque « réel » (c'est-à-dire, en fait, la maladie *humaine* de Creutzfeldt-Jakob ou MCJ), et sa cause objective supposée (le prion) soient éclipsés par la maladie animale et cette expression fantastique, cet oxymoron qui frappe l'imagination: *vache folle*. À titre de comparaison, il en a été tout autrement dans le cas du SIDA et du VIH, où les sigles médicaux se sont socialisés tel quel. Le parallèle a pourtant été fait par Michael Greger dans *Newsweek*: « Maladie de la vache folle: bien plus grave que le SIDA. » ([Greger, 1996](#)) Cet article est particulièrement intéressant au chapitre de l'intention vulgarisatrice. Il est en effet présenté sous la forme d'un article *universitaire*. Comment obtient-il cet effet ? Par la citation appuyée des références. Cet article compte soixante-sept notes de bas de page pour deux pages seulement! Autant parler de caricature. Mais elle vient renforcer efficacement le style sensationnaliste de l'article. Qu'on en juge plutôt par l'attaque (*lead*) de l'article:

« Only three children died. Granted, they convulsed to death in a pool of bloody diarrhea, but all in all the Jack-in-the-Box E. coli is a pretty wimpy pathogen. [...] Let's suppose there was something in our food supply that wasn't affected by cooking or antibiotics. Something new and undetectable, perhaps. Some ultimate pathogen, practically indestructible, evading the immune system and maybe causing some invariably fatal neurodegenerative disease. Science fiction? Well, guess what... » ([Greger, 1996, pp. 58-59](#))

Il faut toutefois noter que l'article étant destiné au lecteur nord-américain, cet excès de sensationnalisme s'efforce peut-être de compenser la distance géographique du risque, en vertu de la loi bien connue du " mort kilométrique ". D'ailleurs, l'auteur en arrive rapidement à poser la question: « *But what about the United States?* » et à y donner cette réponse: « *The exact same thing could happen over here as happened in Britain* ».

Certes, on peut voir dans la mise en spectacle du problème scientifique un passage obligé pour amener le public à s'intéresser à une réalité aussi abstraite, aussi *lointaine* bien qu'elle concerne le corps, que celle des protéines, des enzymes et des acides nucléiques. Cela irait dans le sens de l'un des enjeux de la vulgarisation scientifique selon Bernard Schiele (1983):

« Si du strict point de vue de l'apprentissage d'un savoir scientifique la vulgarisation faillit, elle contribue néanmoins fortement à sa socialisation. Il est utile de dissocier son influence didactique [...] de l'importance relative du fait social qu'elle contribue à créer, puis à enraciner par la persistance des modèles qu'elle génère dans la conscience collective. » ([Schiele, 1983. p. 165](#))

On peut d'ailleurs se demander si la socialisation de l'hypothèse théorique de Stanley Prusiner n'entre pas dans la stratégie de persuasion que se doivent de mettre en oeuvre, vis-à-vis de leurs collègues, des chercheurs qui contestent le paradigme dominant. Cela expliquerait d'ailleurs pourquoi Prusiner a publié lui-même un article de vulgarisation sur sa théorie dans *Scientific American* en 1995 ([Prusiner, 1995.](#)).

Si un tel intérêt était difficile à susciter chez le lecteur entre 1992 et 1996([13](#)), c'est sans doute que le problème, de nature vétérinaire, ne concernait pas le *corps humain* d'assez près. En ce sens, Roqueplo n'a pas tort d'insister sur l'importance symbolique du « rapprochement » avec l'être humain (cf. ci-haut). Comme le rappelle Jurdant (1973), la vulgarisation médicale est celle qui attire le plus large public, car

« la médecine met en jeu une distance minimum entre l'objet de connaissance qu'est le

corps et le sujet connaissant dont ce corps semble être le support immédiat. » ([Jurdant, 1973. p. 104](#))

▲ 2.1.5 La part de responsabilité des médias

Revenons à notre question initiale: la presse est-elle responsable de la " psychose " des consommateurs européens ? Dans l'éditorial du Point [Claude Imbert](#) -- politiquement proche du gouvernement de l'époque -- semble partager en partie ce point de vue... pour accabler la presse audiovisuelle:

« la médiatisation répand dans le village planétaire des informations ponctuelles qui deviennent, sous la loupe grossissante des caméras, des généralisations abusives. Lorsque -- c'est ici le cas -- la certitude scientifique est encore impossible, lorsque les pouvoirs, en l'occurrence britanniques, vasouillent, l'alarme se collectivise dans un tourbillon hystérique. Psychose! » ([Imbert, 1996](#)).⁽¹⁵⁾,

En revanche, Serge July (directeur de *Libération*⁽¹⁶⁾, journal politiquement proche de l'opposition socialiste) se défausse sur les pouvoirs politiques et entreprend de légitimer l'action des médias:

« Qui est responsable de la psychose de la vache folle ? Il ne faut surtout pas répondre le gouvernement britannique, ou le ministère de l'Agriculture français... Il faut désigner le bouc émissaire traditionnel, celui qui sert... dès que l'opinion publique se pose des questions: les médias. [...] À croire que les gouvernements seraient dispensés d'informer. C'est pourtant parce qu'il sont défaillants que nous devons publier, jour après jour, le véritable dossier de la vache folle. »

Ce faisant, le directeur du journal admet implicitement que les journalistes ont pu, dans une certaine mesure, *instrumentaliser* la vulgarisation pour construire le sens (c'est-à-dire la gravité) de la situation dans l'imaginaire de leurs lecteurs. Dans le climat des " affaires " (corruption et malversations diverses de la classe politique) qui règne actuellement en Europe, et qui oppose souvent médias et élus politiques, on ne peut exclure que la presse ait saisi là l'occasion d'une sorte de règlement de comptes⁽¹⁷⁾.

▲ 2.2 Le choc de deux cultures

2.2.1 La situation paradoxale des scientifiques

Les journalistes n'ont pas été les seuls acteurs de la divulgation, puisqu'à travers les deux communiqués du SEAC, ce sont des scientifiques de premier plan (Pattison, Collinge, Will...) qui ont fourni la base de l'information initiale. Le premier de ces textes est daté du 20 mars; c'est celui qui a incité le gouvernement à s'exprimer publiquement. La différence essentielle entre ce document et le second communiqué, daté du 24 mars, c'est que le premier constitue une initiative du SEAC, alors que l'autre répond à une demande du gouvernement.

Tandis que le premier affirme simplement l'existence d'un risque justifiant des mesures immédiates ("*This is a cause for great concern*"), le second fait suite à une demande d'expertise de la part des pouvoirs politiques: " évaluer les risques " (*risk assessment*). Or, c'est peut-être là que se situe la principale source de confusion, car cela ne constitue ni plus ni moins qu'une *pression à l'inférence*, caractéristique certes de la pensée naturelle (la formation et l'ancrage de représentations) dont relève les politiques, mais totalement contradictoire avec le fonctionnement de la pensée scientifique, comme

nous l'avons souligné plus haut. D'un côté, la pensée naturelle est marquée par " le primat de la conclusion " (Moscovici, 1976), de l'autre, la pensée scientifique ignore presque la conclusion, ne connaissant qu'un processus jamais achevé de confrontation de ses prémisses avec les résultats expérimentaux. Comme le souligne [\(Roqueplo, 1996\)](#).

Sous la pression de l'événement, les chercheurs se voient imposer le tempo d'un agenda politico-médiatique qui viole le leur. [...] En cas d'urgence, cela signifie réponse urgente; d'où, pour les scientifiques, l'impossibilité de la subordonner aux résultats de la recherche à entreprendre.

Les scientifiques se retrouvent donc pris dans un paradoxe qui n'est pas loin de ressembler à ce que Watzlawick (1972) appelle une " double contrainte ": s'ils ne communiquent pas, on les accuse d'affoler le peuple; s'ils s'obligent à le faire, ils trahissent la méthode scientifique. "*The Committee is aware that the public want to be reassured*", reconnaît le SEAC, qui, toutefois, se protège en avertissant qu'il a tiré ses conclusions " on the basis of the available quantitative data, [...] *on expert opinion and on its own collective judgement*". Finalement, le SEAC insiste sur le fait qu' " il n'est pas en mesure de confirmer s'il y a oui ou non un lien de cause à effet entre l'ESB et la maladie humaine " [\(18\)](#).

Le résultat est critiqué d'une manière cinglante par la presse, qui voit " des scientifiques patauger dans leurs explications " [\(19\)](#). Des chercheurs reprennent même à leur compte l'idée selon laquelle la panique aurait été déclenchée par l'embargo sur l'information que les Britanniques ont maintenu jusqu'à la parution du *Lancet*. Dans un éditorial intitulé « Les leçons de l'ESB sur la confiance du public » [\(Dauvergne et Franck, 1996\)](#), la revue primaire *Nature* reconnaît que « *[the fact] that the evidence for this association was not made available for scrutiny "maximised the scope for public alarm"* » ... mais défend le milieu scientifique en rappelant que « *without more epidemiological evidence, more research on species barriers, or a much better understanding of mechanisms* »; le risque ne peut être quantifié.

▲2.2.2 Deux discours complémentaires

Pour finir, nous pouvons nous interroger sur la complémentarité entre les communiqués scientifiques, et les articles de vulgarisation. Dans les deux cas, l'information est largement dépouillée de son contexte scientifique. La seule mise en contexte dans le communiqué du 24 mars consiste en une énumération des cautions dont le SEAC dispose de par le renom des experts qu'il a consultés:

[The SEAC] was assisted in these discussions by three leading experts... with the assistance of an expert from the Medicines Control Agency...

Ainsi, le comité affirme que la gélatine produite à base de viande bovine est inoffensive, mais sans expliquer les conditions de fabrication correspondantes et la corrélation que l'on peut faire avec des expériences de chauffage ayant inactivé le prion. Ainsi, le public, composé de citoyens-consommateurs-lecteurs-spectateurs, est confronté à une alternative qui lui laisse peu de choix: *c'est à prendre ou à laisser*. Il est donc peu étonnant que les médias se sentent en devoir de prendre en charge cette carence d'explications, quitte à élaborer un réseau de significations très différent du discours scientifique.

▲Conclusion

Par son ampleur et la multiplicité de ses dimensions, le phénomène de la " vache folle " mériterait un

travail de recherche beaucoup plus approfondi. Un corpus d'analyse incontestablement trop rudimentaire confère à notre étude un caractère essentiellement exploratoire(20). Par ailleurs, la césure proposée entre aspects culturels et communicationnels peut sembler quelque peu artificielle, tant les liens sont étroits entre les deux.

Néanmoins, nous sommes en mesure de dégager plusieurs observations. Tout d'abord, nous avons vu que l'état de confusion -- caractéristique d'une situation de crise -- dans laquelle s'est retrouvée la population européenne, principalement au Royaume-Uni et en France, était imputable à la désorganisation des représentations sociales afférentes à l'alimentation, à l'agriculture et à la science. La communauté scientifique a d'ailleurs été plongée, elle aussi, dans le désarroi résultant de la prise en défaut de paradigmes.

Par ailleurs, nous avons vu que les ressorts de la crise sont largement de nature communicationnelle. La " formidable menace " est essentiellement une construction journalistique; les " événements " sont en fait des annonces, des silences ou des refus de communiquer; enfin, les tensions entre les diverses catégories d'intervenants résultent souvent de leurs conceptions divergentes de la communication et de l'information.

En fait, l'analyse de plusieurs unités d'information textuelle nous a permis de montrer que les médias ont fortement contribué, sans en être -- loin s'en faut -- les seuls responsables, à un mouvement de panique qui, d'ailleurs, a été plus largement commenté qu'effectivement observé. L'un des rares indicateurs objectifs en est l'effondrement des prix de la viande bovine, accompagné d'une baisse très significative en Grande-Bretagne et en France de la consommation de boeuf, voire la confirmation d'une tendance à la mutation des pratiques alimentaires au profit du végétarisme. À ce titre, on peut considérer que la vulgarisation et, plus généralement, la couverture journalistique de l'ESB a peut-être contribué à la transformation des représentations sociales liées à la viande, déjà entamée par la mise à l'index du cholestérol(21).

L'autre signe manifeste de la violence de cette crise est l'exigence d'un massacre d'au moins quatre millions de têtes de bétail par la Commission de Bruxelles. Ainsi, tout se passe comme si la dimension la plus inacceptable, c'est-à-dire la facette politique de cette catastrophe, exigeait, pour être apaisée, la désignation d'un bouc émissaire et son sacrifice (Girard, 1981). Nous ne sommes plus vraiment dans l'univers scientifique, mais dans celui du *sens* Et cette irruption du *rituel* n'est pas le moindre des indices qui font de la maladie de la vache folle, une "maladie" avant tout culturelle et communicationnelle.



▲ Références

Chanlat, Alain. 1996. « Les vaches folles et la folie des hommes » , *L'Agora*, vol. 3, n° 8, juin 1996, pp. 7-8.

Dauvergne Alain et Madeleine Franck. 1996, « Vache folle: ce qu'il faut savoir » , *Le Point*, le 30 mars, pp. 60-66.

Greger Michael. 1996. « Mad Cow Disease » "Much More Serious Than AIDS" [Newsweek](#), le 8 avril 1996, pp. 58-59.

Girard, René. 1981. *La violence et le sacré*, Paris: Grasset.

Ramonet, Ignacio. 1996. *Le Monde diplomatique*, éditorial, de mai, p.6.

Imbert, Claude. 1996. *Le Point* daté du 30 mars.

July, Serge. 1996. « En suivant le boeuf » , *Libération*, éditorial du 13 avril, p.3.

Jurdant, Baudouin. 1973. *Les problèmes théoriques de la vulgarisation scientifique*, Strasbourg: Université Louis Pasteur.

Kuhn, T.S.. 1962. *The Structure of Scientific Revolutions*, The University of Chicago Press.

Kuhn, T.S.. 1983. *The Structure of Scientific Revolutions*, édition française.

Lalaurie Guillaume et François Petty. 1996, « Faut-il avoir peur des vaches folles ? » , *L'Express*, le 28 mars, pp. 18-21.

Moinet, Marie-Laure. « Vaches folles: l'intox » , *Science & Vie*, mai 1996, pp. 98-108.

Nau, Jean-Yves. 1996. « La maladie s'est transmise au chat » , *Le Monde*, 27 mars.

Nelkin, Dorothy. 1987. *Selling Science: How the Press Covers Science and Technology*, New York: W. H. Freeman and Co.

Roqueplo, Philippe. 1974. *Le partage du savoir*, Paris: Seuil.

Roqueplo, Philippe. 1996. « Eviter l'état d'urgence » , *Le Monde diplomatique*, mai 1996.

Schiele, Bernard. 1983. « Enjeux cachés de la vulgarisation scientifique » , *Communication-Information*, vol. V, n°2-3.

Schiele, Bernard. 1984. « Note pour une analyse de la notion de coupure épistémologique » , *Communication-Information*, vol. VI, n°2-3.

Prusiner, Stanley B. 1995. « The Prion Diseases » , *Scientific American*, janvier, vol. 272, n°1, pp. 48-57.

Moscovici, Serge. 1961-1976. *La représentation sociale*, Paris.

Watzlawick, Paul. 1972. *Une logique de la communication*, Paris: Seuil.



▲Notes

1.La maladie de Peter Hall fut décrite en détails par sa mère dans les médias anglais.

2.Pour des données détaillées sur les retombées économiques de la maladie de la vache folle, voir le chapitre consacré à ce sujet dans le dossier de Stéphane Petitjean, La crise de la vache folle. [Dossier de l'environnement no. 13, INRA \(France\)](#)

3. Spongiform Encephalopathy Advisory Committee, aussi connu sous le nom de Groupe de Tyrrel; groupe d'experts britanniques dépendant du Ministère de l'Agriculture et fondé à la requête du gouvernement anglais en 1989.
4. Expression forgée dans les années '60, désignant la difficulté de transmettre en laboratoire les encéphalopathies spongiformes d'un animal à un autre s'ils appartiennent à deux espèces différentes.
5. Ce qui avait déjà donné lieu en France à une « affaire de l'hormone de croissance » similaire à celle du sang contaminé, mais traitée plus discrètement par les médias.
6. Au moment de réviser cet article, nous apprenons que Stanley Prusiner est le lauréat 1997 du prix Nobel de médecine; sur le plan institutionnel au moins, la "victoire" de Prusiner est donc éclatante.
7. Ils ont notamment publié ensemble *Prion Diseases Of Humans And Animals*, Ellis Horwood, 1992 (avec J. Powell and B. Anderton).
8. Four à haute température utilisé comme stérilisateur.
9. Equivalent de Protégez-vous au Québec. La note provenant de la Commission Européenne avait été publiée initialement dans le numéro de février 1991 du mensuel. Cité dans Jean Quatremer (avec Catherine Manssion), *Vache folle: le consensus du silence*, *Libération*, 8 juillet 1996.
10. Si l'on transpose les taux observés dans le cheptel bovin.
11. Il existe différentes "variantes" connues de la maladie de Creutzfeldt-Jakob, qui se distinguent notamment par la disposition des lésions dans le cerveau et le profil épidémiologique des personnes atteintes.
12. Ainsi, John Pattison, président du SEAC, « n'exclut pas que [les] dix cas [atypiques] aient été trouvés et identifiés simplement parce que « depuis quelques années, [les chercheurs] les surveillaient de plus près » (Le dossier scientifique, *Libération*, 2 avril 1996).
13. « Attracted to catastrophic incidents, journalists emphasize competing interests, disputed data, and conflicting judgments » .
14. « scientific disagreements... contribute to confusion » .
15. Période qui a suivi le pic de l'épizootie bovine en Grande-Bretagne.
16. Souligné par nous.
17. Les journalistes français portent encore les " stigmates moraux " de l'affaire du suicide du Premier ministre Pierre Bérégovoy en 1993, dont une partie de la classe politique avait attribué la responsabilité à l'" acharnement " des journalistes, traités de " chiens " par le Président Mitterrand.
18. « It is not in a position to confirm whether or not there is a causal link between BSE and the human disease. »
19. Lessons from BSE for public confidence, *Nature*, 28 mars 1996. Source:

20. Si l'on avait élargi notre corpus aux journaux télévisés, nous aurions pu, par exemple, prendre en compte l'efficacité communicationnelle de l'image du dirigeant politique en train de déguster un bon steak pour faire la « preuve » de l'absence de risque.

21. On a assisté, depuis le début de cette décennie, à une véritable « chasse au cholestérol », tant dans les médias que sur les étiquettes des produits alimentaires; or, les consommateurs savent que le cholestérol issu de l'alimentation provient surtout des graisses animales, donc notamment des viandes grasses.



© [COMMposite v98.1](#) - 1998 - Tous droits réservés.

La communication entre capitalisme et démocratie, ou de la nécessité de remettre en cause bon nombre d'idées fausses

Note de lecture par [Éric George](#)

Miège, Bernard. 1997. *La société conquise par la communication*, T. 2 : La communication entre l'industrie et l'espace public, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 216 pages.

Bernard Miège fait incontestablement partie des chercheurs qui ont marqué les recherches récentes en sciences humaines et ce, au moins à deux titres. D'une part, il a largement initié, à la fin des années soixante-dix, le renouveau de la théorie des industries culturelles en rompant avec l'approche dominante au sein de l'École de Francfort (1). En effet, contrairement aux Theodor Adorno et Max Horkheimer (1974) qui envisageaient les médias de masse de façon globale, Bernard Miège et son équipe ont montré qu'il est nécessaire d'abandonner une vision trop générique des médias dans la mesure où ceux-ci obéissent à des modes de développement qui diffèrent les uns des autres. D'autre part, Bernard Miège a été l'un des acteurs les plus importants du développement des Sciences de l'information et de la communication (SIC) en tant que discipline autonome en France grâce à l'ensemble de son action : son engagement au sein de l'UFR (Unité de Formation et de Recherche) des SIC à l'Université Stendhal de Grenoble, son travail à la tête du Groupe de recherches et d'études sur les enjeux des sciences de la communication (GRESEC) et son passage à la présidence de la Société française des Sciences de l'information et de la communication (SFSIC) en témoignent.

Dans ce parcours, ce livre considéré officiellement comme le tome 2 de son ouvrage intitulé "La société conquise par la communication" s'avère être largement novateur par rapport au précédent écrit huit ans auparavant. Premièrement, deux phénomènes ont modifié le contexte socio-historique : d'un côté "une conception de la communication d'ordre économico-technique" a obtenu au fil des années les faveurs d'un nombre toujours plus important de décideurs politiques et économiques ; de l'autre, le modèle des relations publiques généralisées, abordé dès les années 1980 par Yves de la Haye et Bernard Miège, s'est avéré être un concept de plus en plus pertinent en cette fin de siècle. (Nous y reviendrons par la suite). Deuxièmement, la pensée de l'auteur nous apparaît de plus en plus claire dans sa formulation.

Enfin, pour clore cette introduction, précisons que cet ouvrage est divisé en six chapitres (intitulés respectivement : "vers une nouvelle configuration industrielle", "le déplacement vers les contenus", "aménagement des règles et positionnements stratégiques", "un espace public morcelé et des pratiques individualisées", "la médiatisation par la technique", et "les tendances ambivalentes") et rappelons que - comme le sous-titre le laisse penser - l'ensemble vise à montrer comment la communication se situe plus que jamais au centre de la tension entre l'industrie et l'espace public contemporain.

Envisager une évolution de la communication plutôt qu'une révolution

La première idée forte de l'ouvrage consiste à démontrer qu'il est nécessaire de considérer les notions de "convergence", de "multimédiatisation", d'"information comme nouvelle matière première" et d'"avènement d'une société du virtuel" avec prudence dans la mesure où le développement des technologies s'appuie sur des

filières industrielles existantes, c'est-à-dire sur des organisations, des règles de fonctionnement et des cultures professionnelles historiquement ancrées dans les secteurs des télécommunications, de l'audiovisuel et de l'informatique. Ces trois secteurs présentent des spécificités récurrentes qui empêchent une convergence naturelle autour du multimédia pourtant si souvent annoncée (2). Appréhender les technologies de l'information et de la communication (TIC) d'un point de vue historique - approche que privilégie l'auteur - permet de penser que notre époque est non pas celle d'une révolution mais plutôt celle d'un renforcement de l'évolution antérieure, avec un nouvel élan donné à l'industrialisation et à la marchandisation des programmes culturels par la multiplication des réseaux, sous l'impulsion des opérateurs du câble, des opérateurs des télécommunications et des fournisseurs d'accès à l'Internet, au cours de cette période caractérisée par la libéralisation des marchés.

Des technologies vers les contenus

"Le changement d'ère anthropo-culturelle" n'est pas d'actualité selon Bernard Miège, étant donné qu'il est impossible de savoir actuellement si les dispositifs technologiques émergents vont permettre de créer de nouvelles formes d'expression, notamment pour élaborer et diffuser la connaissance. Au contraire, la période est marquée par la pauvreté des contenus multimédias, une situation qui n'est diagnostiquée que par les artistes et les professionnels de l'image ainsi que par quelques journalistes et "décideurs" éclairés. Jusqu'à maintenant, la plupart des promoteurs des innovations technologiques semblent considérer que les possibilités offertes par celles-ci se suffisent à elles-mêmes pour symboliser le changement.

Une nouvelle fois, on se contente de juxtaposer différents modes de création caractéristiques de médias plus anciens comme ce fut jadis le cas de la télévision "imitant" la radio. Et ceci n'est pas étonnant. Il faut bien garder à l'esprit, explique Miège, que «la "construction" d'un média est une oeuvre de longue haleine, faite d'essais et d'erreurs» (p. 48) et qui obéit - tout en les influençant - à des modèles de développement englobant les processus de production et de distribution des produits ainsi que les usages. Ainsi, le CD-ROM se situe à la suite des livres et des disques vinyle dans le cadre du modèle éditorial (3). En revanche, la place d'Internet par rapport au modèle de flot (4) est plus problématique, entre autres, parce qu'on ne peut affirmer aujourd'hui que le contenu du "réseau des réseaux" sera financé essentiellement par la publicité, comme ce fut le cas des chaînes de télévision et des stations de radio commerciales traditionnelles. Au contraire, la quasi-totalité des nouveaux dispositifs est fondée sur le financement direct par le consommateur, ce qui renforce le processus de marchandisation de l'information et de la culture. À partir de cette analyse, Bernard Miège estime d'ailleurs qu'il est bien aventureux de parier à moyen terme sur la gratuité du "réseau des réseaux". Bon nombre de contenus mis en ligne actuellement à titre gratuit ne devraient pas le rester. S'ils l'ont été jusqu'ici, c'est surtout parce que les auteurs ont ainsi la possibilité de tester en grandeur nature les utilisations, voire un début de cristallisation des usages chez les internautes.

Le rôle ambigu des États

La remise en cause d'idées largement véhiculées constitue le fil directeur de l'ouvrage ainsi que l'une de ses qualités principales. Ainsi, la tendance des pouvoirs publics à ne pas encourager une véritable concurrence entre acteurs du multimédia mais plutôt à favoriser l'émergence d'un petit nombre d'entreprises capables de rivaliser à l'échelle mondiale est-elle soulignée. À titre d'exemple, l'Union européenne favorise la formation d'oligopoles plus ou moins concurrents et complémentaires. D'ailleurs, dans la plupart des filières, une situation de concurrence oligopolistique met en présence un petit nombre de grands groupes qui s'appuient sur une quantité d'entreprises de petite taille qui interviennent en général sur les marchés les plus risqués comme ceux de la production de programmes ou de logiciels spécifiques. On retrouve là encore un processus caractéristique des industries culturelles.

Par ailleurs, contrairement à une autre idée reçue, les États ne mènent pas de politiques en matière d'autoroutes de l'information visant à assurer un réel souci de coordination d'acteurs, mais plutôt à assurer un interventionnisme avant tout symbolique. D'ailleurs, la multiplication des discours dithyrambiques des autorités politiques états-uniennes, européennes, françaises et autres sur les autoroutes de l'information invite à se demander si la "société de l'information" ne constitue pas le dernier grand récit de cette fin de siècle. Et nous nous demandons si charger ainsi la technique d'un contenu idéologique ne favorise pas un processus inverse de

désidéologisation - du moins apparente - du Politique (5).

Espace public et médiatisation de la communication

La deuxième partie de l'ouvrage commence par la critique de plusieurs analyses, à commencer par celle de la sociologie des interactions sociales (6) selon laquelle la construction des sociétés et du sens serait liée essentiellement aux interactions individuelles. Or, Bernard Miège estime critiquable qu'une théorie du social puisse être centrée sur ces interactions et sur la seule communication "ordinaire". Ainsi, l'espace public est présenté par cet auteur comme un lieu d'actions communicationnelles dont l'origine se situe dans quatre modèles apparus successivement, et qui se définissent autour des techniques de communication suivantes : la presse d'opinion apparue au XVIIIème siècle ; la presse commerciale de masse émergeant à la fin du XIXème siècle ; les médias audiovisuels de masse et particulièrement la télévision généraliste dans la deuxième moitié du XXème siècle ; et enfin les relations publiques généralisées, dont on peut observer la montée en puissance depuis le début des années soixante-dix.

Englobant les politiques de communication des États, des entreprises et de l'ensemble des autres institutions visant à gérer le social, ce dernier modèle tend à s'avérer de plus en plus pertinent à une période où d'une part, l'ensemble des acteurs sociaux souhaite communiquer et où d'autre part, cette volonté s'accompagne de la mise à disposition de techniques de communications - appareils et réseaux - avides de contenus. Mais prenons garde à toute conclusion hâtive : cette émergence progressive de nouveaux modèles ne signifie pas pour autant que chacun d'entre eux vient remplacer un modèle antérieur. Ainsi, la télévision généraliste n'a supprimé ni la presse de masse - Bernard Miège estime que les difficultés qu'elle connaît en France sont contingentes et s'expliquent pour des raisons politico-économiques propres à ce pays - ni la presse d'opinion, dont l'expression la plus récente est la diffusion de lettres confidentielles auprès des décideurs.

Processus d'innovation et d'appropriation sociale des techniques

En conséquence, Bernard Miège estime que la question de la médiatisation croissante de la communication interpersonnelle par la technique mérite réflexion mais qu'il ne faut pas pour autant tomber dans les discours qui mettent outrageusement l'accent sur l'impact de cette dernière :

Les sociétés sont trop complexes dans leur stratification et dans leurs modalités de fonctionnement pour qu'on envisage qu'elles soient en mesure de se transformer de façon décisive sous l'effet de techniques, fussent-elles des techniques informationnelles et communicationnelles (p.142).

Pour faire avancer la réflexion avec rigueur, il estime nécessaire de faire le point sur les travaux portant sur l'insertion sociale des techniques en distinguant trois modèles : celui de la diffusion représenté par le chercheur états-unien Everett M. Rogers, celui de la traduction incarné notamment par Michel Callon et Bruno Latour du Centre de sociologie de l'innovation (CSI) de l'École des Mines à Paris, et celui de la circulation dont l'initiateur principal est Patrice Flichy, chercheur au Centre national français des études en télécommunication (CNET).

Selon Bernard Miège, la théorie de la diffusion met trop l'accent sur des raisonnements déterministes et rationnels. En revanche, les chercheurs qui développent le modèle de la traduction ont le mérite de mettre l'accent sur des aspects peu étudiés auparavant, comme les médiations entre les acteurs sociaux qui participent au processus de l'innovation. Pour sa part, Patrice Flichy est loué dans sa tentative d'aller au-delà du modèle proposé par Michel Callon et Bruno Latour grâce à son introduction d'autres dimensions analytiques comme l'inégalité entre les acteurs sociaux et l'importance de l'histoire dans l'étude des techniques.

Chez Bernard Miège, cette dimension historique est fondamentale car il importe toujours «de se positionner par rapport au temps, le "temps court" des étapes de l'innovation, et le "temps long" des mouvements sociaux sur lesquels prennent appui les changements impliqués par l'adoption des nouvelles techniques» (p.157). Par exemple, si l'Internet capte autant l'intérêt des scientifiques, c'est parce que ce milieu social ressentait depuis

longtemps le besoin de bénéficier de moyens d'échanges plus performants. Voilà qui fournit une bonne illustration de l'importance de relier des changements techniques fréquents à des mouvements sociaux beaucoup plus lents :

(...) ce double positionnement nous semble essentiel. Qu'il soit refusé par les apologistes de la technologie ou par les philosophes de la (post-)modernité ne saurait surprendre : dans des sens différents, les uns comme les autres ont besoin pour étayer leurs démonstrations de nous convaincre de l'absolue nouveauté des processus qu'ils choisissent de mettre en valeur. Mais il est plus étonnant de trouver cette absence de prise en compte de la temporalité dans certains courants de la sociologie contemporaine, trop attachée à suivre la construction du social, dans/à partir des interactions sociales (p.137).

D'autre part, toujours selon Bernard Miège, les analyses portant sur les processus d'innovation et d'appropriation sociale des techniques font trop souvent l'erreur de postuler plus ou moins explicitement que les acteurs, notamment les usagers, sont porteurs de mouvements sociaux alors qu'ils inscrivent également leurs actions au sein de ces mouvements, cette liaison intime relevant de la dialectique "structurants-structurés" de Pierre Bourdieu.

Critique de la recherche spéculative

Après avoir effectué une synthèse critique des différentes approches des processus d'innovation et d'appropriation, l'auteur doute de la nature scientifique de bon nombre de réflexions de "philosophes de la communication" tels que Jean Baudrillard, Régis Debray, Pierre Lévy, Lucien Sfez ou Paul Virilio. Selon Bernard Miège, leur argumentation est développée avec beaucoup de conviction et de références mais est rarement accompagnée d'observations précises. «On ne peut qu'être convaincu ou gagné par le doute» (p.163). Nous partageons cet étonnement et aurions tendance à opposer à ces travaux spéculatifs les nombreuses recherches souvent très méticuleuses portant sur l'appropriation sociale des technologies (7).

Pour sa part, afin de remédier à l'absence de démonstration dans ces travaux, Bernard Miège propose de s'intéresser de beaucoup plus près à la croissance des échanges interindividuels grâce à des dispositifs techniques, tant dans la vie professionnelle que dans la vie privée, en tenant compte à la fois des dimensions informationnelle et communicationnelle et en n'oubliant pas les situations d'«exclusion communicationnelle» (p.167) qui pourraient bien s'amplifier si l'on n'y prend pas expressément garde.

Situer la communication entre capitalisme et démocratie

Enfin, dans les dernières pages de l'ouvrage, l'auteur revient sur les deux thèmes sous-jacents dans l'ensemble de l'ouvrage en s'interrogeant plus précisément sur deux questions qui nous semblent fort importantes et partiellement reliées entre elles : d'une part, les TIC tiennent un rôle grandissant dans la vie quotidienne alors que leurs différentes applications relèvent de plus en plus d'un cadre marchand ; d'autre part, ces TIC jouent un rôle de contrôle social de plus en plus évident et pourtant peu abordé (8). Les dispositifs techniques permettent certes d'offrir de nouvelles «possibilités d'initiative et de réalisation de soi» mais celles-ci sont intimement liées à une «accentuation de la surveillance, en temps réel ou en temps différé» (p.199).

Constatant que cette dimension était paradoxalement plus discutée par l'opinion publique il y a deux décennies lors de la multiplication des fichiers informatiques alors qu'elle se pose de façon de plus en plus accrue, Bernard Miège émet l'hypothèse que le repli de cette question est lié au fait que les systèmes de contrôle sont désormais plus insidieux et plus dissimulés. De quoi s'interroger pour le moins sur la nature de l'espace public éventuellement créé par l'Internet et, au-delà, sur la prétendue nature démocratique du "réseau des réseaux" ...

Au total, cet ouvrage nous apparaît donc fort intéressant et d'autant plus nécessaire qu'il contredit plusieurs positions souvent acceptées comme évidentes et pourtant discutables. Il est vrai qu'en 1992, le même auteur s'étonnait que :

(...) les travaux de certains chercheurs n'arrivent pas à provoquer des débats publics dignes de ce nom, et laissent les médiacrates ou les technologues de la communication, occuper avec encore plus d'assurance la scène des idées ou approvisionner sans discontinuer le fonds commun idéologique des professionnels de la communication. Voilà qui interroge. (1992, p.123).

Le défi reste passionnant mais est toujours aussi ardu.



Notes

(1) L'ouvrage intitulé "Capitalisme et industries culturelles", écrit en 1978 avec Alain Lefèbvre, Armel Huet, Jacques Ion et René Péron est considéré, du moins dans l'espace scientifique francophone, comme l'ouvrage symbole de ce renouveau.

(2) Joël de Rosnay fait partie des chercheurs qui annoncent cette convergence. Il a même écrit qu'il était désormais préférable de parler d'«unimédia» plutôt que de «multimédia», l'unimédia étant «un nouveau langage de communication pour les années 2000» (Rosnay (de), 1993, 83).

(3) Le modèle dit éditorial se caractérise par l'importance accordée au rôle de l'éditeur dans le processus de production. Historiquement, c'est en effet cet acteur qui décidait de reproduire des oeuvres uniques (le manuscrit) en un certain nombre d'exemplaires (le livre). Actuellement, ce modèle concerne notamment le livre mais aussi le disque, le film et plus récemment le CD-Rom. Les oeuvres concernées par ce modèle sont le plus souvent vendues ou parfois louées au consommateur à un certain prix par le biais de distributeurs. Pour cette raison notamment, on peut estimer que ce type de marchandisation est classique au sein de l'économie capitaliste (Lefèbvre, Huet, Ion, Miège et Péron, 1978 - Flichy, 1980 - Lacroix et Tremblay, 1990 - Miège, 1997 - George, [à paraître]).

(4) Le modèle de flot regroupe des produits caractérisés par la continuité de la diffusion et l'impossibilité de s'approprier une copie individuelle. En conséquence, ces produits sont rapidement frappés d'obsolescence. La radio et la télévision traditionnelles en sont les meilleurs exemples. Le mode de financement, indirect, et le mode de distribution, par réseau technique, sortent le modèle de flot des caractéristiques classiques du capitalisme car il n'y a pas de rapport direct entre producteurs et consommateurs (Lefèbvre, Huet, Ion, Miège et Péron, 1978 - Flichy, 1980 - Lacroix et Tremblay, 1990 - Miège, 1997 - George, [à paraître]).

(5) Philippe Breton aborde cette hypothèse dans «Faut-il appliquer le principe de laïcité à Internet ?», Terminal, [En ligne], n° 71-72, Adresse URL : <http://weblifac.ens-cachan.fr/Terminal/numeroInternet/breton.html>

(6) Bernard Miège évoque notamment les thèses de Georg Simmel, Erving Goffmann, Harold Garfinkel, et de «certains sociolinguistes» (p.110).

(7) Concernant cette approche et plus généralement l'ensemble des approches que l'on peut considérer comme parties prenantes de la sociologie des usages, les lecteurs sont invités à se reporter à Millerand Florence, «Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation», PARTIE I (publiée dans ce numéro) et PARTIE II (à paraître), COMMposite, [En ligne], V98.1, Adresse URL : <http://www.comm.uqam.ca/~COMMposite>

(8) André Vitalis fait partie des rares chercheurs français qui s'intéressent à ces questions. Il les aborde dans «Citoyenneté et usages des médias», Terminal, [en ligne], n° 65, Adresse URL : <http://weblifac.ens-cachan.fr/Terminal/textes/Forum65.html>



Références

ADORNO Theodor et HORKHEIMER Max, 1974, « La production industrielle de biens culturels », dans *La raison dialectique*, Paris : éditions Gallimard.

BRETON Philippe, Automne 1995-Hiver 1996, « Faut-il appliquer le principe de laïcité à Internet ? », *Terminal*, [En ligne], n° 71-72, Adresse URL : <http://weblifac.ens-cachan.fr/Terminal/numeroInternet/breton.html>

FLICHY Patrice, 1980, *Les industries de l'imaginaire : pour une analyse économique des médias*, Grenoble : éditions des Presses universitaires de Grenoble.

GEORGE Éric, VIDAL Geneviève (avec la collaboration de), à paraître, *Le multimédia et les autoroutes de l'information entre capitalisme et démocratie*, Paris : éditions de L'Harmattan.

LEFÈBVRE Alain, HUET Armel, ION Jacques, MIÈGE Bernard et PÉRON René, 1978, *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble : éditions des Presses universitaires de Grenoble.

MIÈGE Bernard, 1989, *La société conquise par la communication*, Grenoble : éditions des Presses universitaires de Grenoble.

MIÈGE Bernard, mars 1992, « La voie étroite de la recherche en communication », dans BOURE Robert et PAILLART Isabelle (textes réunis par), *Revue CinémAction, Les théories de la communication*, Paris, numéro 63.

ROSNAY Joël (de), 1993, *L'homme symbiotique. Regards sur le troisième millénaire*, Paris : éditions du Seuil.

TREMBLAY Gaëtan et LACROIX Jean-Guy (sous la direction de), 1990, *Les industries de la culture et de la communication au Québec et au Canada*, Sillery : éditions des Presses de l'Université du Québec, Sainte-Foy : éditions de la Télé-université.

VITALIS André, Automne 1994, « Citoyenneté et usages des médias », *Terminal*, [En ligne], n° 65, Adresse URL : <http://weblifac.ens-cachan.fr/Terminal/textes/Forum65.html>

Sites Web

Le Groupe de recherches et d'études sur les enjeux de la communication (GRESEC) : <http://www.u-grenoble3.fr/stendhal/research/gresec2.htm>

La Société française des Sciences de l'information et de la communication (SFSIC) : <http://lepsiie.univ-st-etienne.fr/inforcom/Pres.SFSIC.html/>

