

***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





La diffusion de l'édition scientifique en question

Cet éditorial est aussi disponible en [format PDF](#).
Adressez vos questions et commentaires au [comité éditorial](#).

Vingt mille revues scientifiques diffusent plus de 2 millions d'articles chaque année à travers le monde [1]. Malheureusement, le coût prohibitif de beaucoup d'entre elles et leur accessibilité réduite constituent deux problèmes de taille pour bon nombre d'institutions au sein desquelles s'effectuent les recherches (universités, centres de recherche, ministères, etc.). Faut-il rappeler que certains abonnements dépassent allègrement les 15 000 dollars canadiens par an ! De plus, il n'est pas rare que certaines revues obligent les auteurs des textes, ou leurs laboratoires d'attache, à déboursier plus de 1 500 dollars canadiens pour que les articles soient publiés [2]. Ces prix élevés constituent une barrière à l'achat pour bien des chercheurs et des institutions et obligent les responsables des bibliothèques, universitaires et autres, plus « pauvres » à faire des choix difficiles en termes de sélection.

Selon Stevan Harnad, titulaire d'une Chaire de Recherche du Canada à l'Université du Québec à Montréal (UQAM), même la Harvard University est concernée par ce dilemme lorsqu'il est question de choisir entre les revues disponibles. Bernard Lang, directeur de recherche à l'Institut National de Recherche en Informatique et en Automatique (INRIA) en France admet que si son institut possède l'un des centres de documentation parmi les mieux pourvus dans ses domaines de recherche, il est impossible de suivre le coût croissant des publications. Ainsi, chaque année, des abonnements sont supprimés. Le manque de publications jugées pourtant majeures, mais trop chères, appauvrit les capacités de l'institution à se maintenir à la fine pointe de la recherche.

Si les prix élevés peuvent s'expliquer dans le contexte économique de l'édition papier, par exemple en raison du faible tirage qui fait augmenter les coûts de production, nous pouvons nous interroger sur le rôle de quelques géants de l'édition scientifique tels qu'Elsevier ou Springer-Verlag qui font des profits considérables. Or, tous les auteurs ont intérêt à ce que leurs écrits soient lus par un lectorat le plus large possible, que ce soit pour accroître leur notoriété auprès de leurs pairs ou pour essayer de diffuser leurs idées auprès d'un public plus vaste. De plus, pour la plupart d'entre eux et ce, contrairement aux écrivains et aux journalistes, l'objectif n'est jamais directement financier.

Le développement de l'Internet, que l'on peut présenter comme la première concrétisation des réseaux informatiques à l'échelle planétaire, permet d'aborder la question de la publication scientifique d'un oeil nouveau. En la matière, l'Initiative de Budapest pour l'Accès Ouvert (IBAO) (ou Budapest Open Access Initiative, BOAI) est particulièrement intéressante à suivre. L'IBAO a pour but de permettre un accès libre aux articles scientifiques et d'accroître ainsi leur diffusion potentielle. Par libre accès,

nous entendons sa mise à disposition gratuite sur l'Internet public, permettant à

tout un chacun de lire, télécharger, copier, distribuer, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces articles, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale, sans barrières financières, légales ou techniques autres que celles indissociables de l'accès à et de l'utilisation de l'Internet. La seule contrainte à la reproduction et à la distribution, et le seul rôle du copyright dans ce domaine, devrait être de garantir aux auteurs un contrôle sur l'intégrité de leurs travaux et le droit à être correctement reconnus et cités[3].

Pour atteindre cet objectif, les promoteurs de l'initiative proposent d'adopter deux stratégies qui remettent en cause le rôle central des éditeurs qui, pour des raisons commerciales, ne sont pas prêts à abandonner les pratiques actuelles. Il est question d'une part, de l'auto-archivage institutionnel des articles qui ont fait l'objet d'une publication de la part d'une revue renommée existante tout en respectant les contrats de propriété intellectuelle en vigueur et, d'autre part, de la création de nouvelles revues savantes, financées par des modèles économiques alternatifs proposant un accès ouvert aux articles. Au sujet de la mise en œuvre de nouveaux modèles économiques, Stevan Harnad précise que les nouvelles revues seront financées dans un premier temps par des fondations, l'une d'entre elles appartenant au milliardaire George Soros qui a déjà offert un premier financement d'environ 4 millions de dollars canadiens. À terme, Stevan Harnad estime que les articles seront financés par des cotisations des institutions scientifiques, un système de répartition devant permettre aux laboratoires plus modestes et ne disposant pas de ressources suffisantes, de publier quand même leurs travaux. Quant à l'autopublication, il pourrait s'agir de publier des textes avant que les remarques des comités de lecture n'aient été intégrées par les auteurs dans ces textes. La prise en compte par les auteurs des critiques pourrait être présentée dans un fichier à part plutôt que d'être directement intégrée dans le texte initial. Les revues traditionnelles ne pourraient pas s'opposer juridiquement à de telles pratiques.

L'IBAO cherche ainsi à séparer la fonction essentielle de l'édition savante, c'est-à-dire l'évaluation et le contrôle par les pairs, de la fonction, normalement secondaire, des éditeurs actuels (mise en page, impression et diffusion, marketing, gestion des abonnements). La première tâche, qui représente entre 10 et 30 % des coûts de production d'un article scientifique, pourrait être payée par les institutions qui financent la recherche. La deuxième pourrait permettre la mise en marché d'une version embellie sur papier, mais cette dernière ne serait plus incontournable pour avoir accès sans restrictions aux articles scientifiques.

Les propos tenus par les promoteurs de l'IBAO peuvent paraître parfois discutables, mais ils nous interpellent. Le texte nous semble pécher par excès d'enthousiasme : le « bienfait pour tous », faut-il le rappeler, concerne essentiellement la communauté des chercheurs. Plus fondamentalement, comme l'écrit Vincent Mosco, ne retrouve-t-on pas ici le rêve des philosophes et des bibliothécaires qui consiste à rendre l'ensemble de l'information disponible dans le monde sans que nous ayons besoin de temps, d'énergie et d'argent pour nous déplacer dans les lieux où sont stockées les informations ? Or, si cette vision tient compte en partie – en partie seulement, car il faudrait intégrer dans les coûts l'ensemble des matériels et logiciels nécessaires pour se brancher sur l'Internet – des inégalités considérables en termes de capital économique, elle n'intègre en revanche pas les autres inégalités en termes de capital culturel, politique ou technique. Dire que la convergence entre une tradition ancienne, la publication scientifique gratuite, et une technologie nouvelle, l'Internet, permettra de partager le savoir des riches avec les pauvres et le savoir des pauvres avec les riches peut laisser interrogateur...

Par ailleurs, soulignons que l'Institut pour la Société Ouverte (Open Society Institute, OSI), le réseau d'institutions qui s'est engagé à fournir l'aide et les financements initiaux pour atteindre

l'objectif de l'accès libre des contenus scientifiques en faisant la promotion de l'auto-archivage institutionnel et en lançant de nouvelles revues – économiquement autosuffisantes – en libre accès, a été fondé par le milliardaire George Soros. Or, celui-ci est responsable de variations considérables des taux de change de plusieurs monnaies suite à des opérations spéculatives. C'est ainsi qu'en 1992, il est parvenu à gagner plus d'un milliard de dollars canadiens en une seule journée, et ce simplement en spéculant sur la valeur de la livre anglaise. La Banque Centrale du Royaume-Uni a dû mobiliser l'argent des fonds publics pour relever le cours de la monnaie britannique. Le milliardaire à la retraite est par ailleurs poursuivi en France pour « délit d'initié » dans l'Offre publique d'achat (OPA) de 1988 sur la banque Société Générale. L'affaire sera jugée au début du mois de novembre 2002. Voilà tout un paradoxe.

Cependant, l'initiative a d'ores et déjà du succès. Le 14 février 2002, jour de son lancement officiel, près de trois cents chercheurs et chercheuses ainsi qu'une trentaine d'institutions (universités, bibliothèques, etc.) avaient signé l'appel. De plus, les grandes maisons d'édition n'ont pas tardé à réagir. Six des plus grands éditeurs mondiaux (Blackwell, Elsevier Science, Wolters Kluwer International Health Science, Springer Verlag et John Wiley) ont répliqué en lançant avec l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) un projet de formation continue et à distance. L'initiative, baptisée *Health Inter Network Access to Research*, devrait permettre aux universités, écoles de médecine, centres de recherche et autres institutions publiques des pays en développement, d'avoir accès aux publications biomédicales de ces six éditeurs par Internet. Dans sa première phase, elle doit permettre aux établissements de 70 pays d'accéder gratuitement ou à prix réduit à plus de 1 000 titres diffusés par ces éditeurs. Ceci prouve au moins que l'IBAO a déjà fait bouger les choses.

Plus près de nous, soulignons la très récente mise en ligne de l'initiative « ArchiveSIC » dans le champ des études en information-communication en France. Celle-ci est destinée à recueillir et à faire circuler les publications scientifiques. Pour ce faire, les auteurs (chercheurs, enseignants, doctorants, praticiens) sont invités à déposer leurs articles (déjà publiés, en cours d'évaluation ou en version prépublication) dans cette archive. Il s'agit de rendre les travaux plus visibles et de constituer « un élément essentiel en vue de proposer, à terme, des modes de cartographies thématiques, de réseaux d'auteurs, de laboratoires, de citations et co-citations, d'analyses diverses de corpus » [4]. Cette initiative qui nous concerne directement en tant que chercheurs en communication mérite d'être saluée.

Malgré les réserves que l'on peut avoir vis-à-vis de certains propos tenus par les promoteurs de l'IBAO, malgré l'opposition que l'on peut adopter vis-à-vis de George Soros, ces projets visant une plus large diffusion de la connaissance méritent d'être suivis avec intérêt. N'avons-nous pas considéré dès la naissance de la revue COMMposite en 1997 que celle-ci devait être un espace pour la diffusion des publications des jeunes chercheurs et chercheuses en communication ? N'avons-nous pas tenu à ce que l'ensemble du contenu soit libre d'accès (et refusé tout financement publicitaire) ? C'est donc avec grand intérêt que l'équipe de COMMposite désire s'associer à cette réflexion. Nous y reviendrons certainement dans un prochain éditorial.

En attendant, dans ce nouveau numéro, et ce n'est pas sans lien, médias et technologies de l'information et de la communication (TIC) sont abordés d'un point de vue sociopolitique. [Éric George](#) montre que si l'espace public créé par les usages de l'Internet s'ouvre progressivement à un plus grand nombre de groupes et de personnes, il laisse également se développer de plus fortes inégalités entre ceux-ci. On comprend dès lors que les organisations militantes qui luttent pour une diminution des inégalités à travers le monde s'interrogent quant à leur appropriation collective du réseau informatique.

En s'intéressant aux « portails citoyens d'information politique », [Marin Ledun](#) s'interroge sur le processus de colonisation de l'expérience politique qui peut être perçue comme la standardisation et la production sérielle, à tendance industrielle, d'une expérience politique coproduite par le citoyen-consommateur, intégrée dans une mécanique de rationalisation par le discours, de normalisation par les techniques d'information et de communication, elles-mêmes traversées et transcendées par des logiques marketing et des stratégies marchandes.

Pour sa part, [Alexandra Dans](#) se penche sur la question de la démocratie et du pluralisme en Uruguay. Elle analyse le traitement télévisuel des élections présidentielles de 1999 et constate à cette occasion que, pour des raisons tant politiques qu'économiques, les diverses voix de la nation ne s'y retrouvent pas. Elle propose plusieurs pistes de solutions pour remédier à ce problème : réaffirmer le caractère de « service public » de la télévision, créer un organisme de réglementation indépendant, développer l'éducation de la population, notamment aux médias et favoriser l'appropriation citoyenne de ces mêmes médias.

[Jean-Thierry Julia](#) consacre son article à la notion d'interactivité. Celle-ci est tout d'abord envisagée du point de vue linguistique de l'énonciation. L'auteur conclut alors à l'actualisation par l'utilisateur de pré-énoncés existants déjà du côté du dispositif. Il poursuit ensuite son analyse dans le domaine de l'informatique théorique et mentionne alors la prévalence de la structure algorithmique itérative. Enfin, il conclut en envisageant un autre type d'interactivité, non plus à l'initiative du seul dispositif, mais effective du côté de l'utilisateur dans ses propres contributions aux énoncés.

[Martin Bouchard](#) s'intéresse aussi aux TIC mais en se demandant si avec l'invention du télégraphe qui a permis aux messages de se déplacer plus rapidement que les messagers, le processus de mondialisation ne s'est pas renforcé, une mondialisation-télécommunication s'ajoutant à la mondialisation-transport plus ancienne. Il en vient à aborder les concepts de « temps médiatique » et de « temps partagé » qui ouvrent des perspectives intéressantes pour les auteurs et chercheurs qui s'intéressent à la (télé)communication.

Enfin, la mondialisation est également au cœur de la réflexion de [Fabien Granjon](#) à partir de la lecture critique du livre de l'anthropologue Arjun Appadurai publié en version française en 2001 sous le titre *Après le colonialisme - Les conséquences culturelles de la globalisation*.

Restons encore pendant quelques instants dans le contexte de la mondialisation pour conclure cet éditorial. Vous noterez tout d'abord dans vos « signets » ou « favoris » la nouvelle adresse du site, **commposite.org**, qui témoigne du fait que COMMposite est plus que jamais une revue internationale. De plus, vous pourrez constater que les résumés sont maintenant traduits en quatre langues, le portugais s'ajoutant à l'anglais, à l'espagnol et à l'allemand.

Enfin, c'est avec grand plaisir et non sans une pointe de fierté que nous célébrons avec ce numéro le cinquième anniversaire du lancement de COMMposite. Cinq années d'efforts qui commencent à nous valoir des honneurs, puisque l'Université de Montréal a décerné à la revue un [prix d'excellence](#) dans le cadre de son concours [Forces UdeM 2002](#). C'est aussi l'occasion de quelques transformations, qui seront sans doute plus visibles encore dans le prochain numéro. D'ores et déjà, la page d'accueil propose des liens plus directs vers nos sections à mise à jour continue (Transit, Affluents) ainsi que vers une toute nouvelle section (« [Échos](#) ») consacrée à... la communication : entre vous et nous, et entre COMMposite et les autres médias. Elle vous donne notamment la possibilité de vous abonner à notre [Bulletin](#), une liste de diffusion qui vous

permettra d'être immédiatement informé(e) des nouvelles parutions, ou encore d'événements auxquels notre revue prend part. Merci de tout coeur de votre fidélité, et bonne lecture !

[L'équipe de COMMposite](#)

Pour aller plus loin...

Le texte de l'Initiative de Budapest pour l'Accès Ouvert (en français) :

<<http://www.soros.org/openaccess/fr/read.shtml>>

Les initiatives ayant contribué à soulever le débat sur l'accès aux articles scientifiques :

Eprints.org : <<http://www.eprints.org/>>

The Public Library of Science : <<http://www.publiclibraryofscience.org/>>

The Scholarly Publishing & Academic Resources Coalition : <<http://www.arl.org/sparc>>

Pour un accès public au patrimoine culturel : <<http://www.hypernetzsche.org/>>

Faut-il appliquer aux publications scientifiques la Directive européenne 2001/29/CE du 22 mai 2001 sur le copyright ? : <<http://www-mathdoc.ujf-grenoble.fr/DA/>>

Trois textes de Stevan Harnad qui présentent l'argument à la base de l'IBAO et qui mènent vers bon nombre d'autres ressources :

<<http://www.cogsci.soton.ac.uk/~harnad/Tp/resolution.htm>>

<http://text-e.org/conf/index.cfm?fa=printable&ConfText_ID=7>

<<http://cogsci.soton.ac.uk/~harnad/THEs/thes.html>>

Le texte de Vincent Mosco : <<http://www.carleton.ca/~vmosco/dun.txt>>

Le texte de Gabriel Gallezot, Ghislaine Chartron et Jean-Max Noyer :

<http://archiveSIC.ccsd.cnrs.fr/documents/archives0/00/00/00/29/index_fr.html>

Un texte de Ghislaine Chartron : <<http://www.ccr.jussieu.fr/urfist/archives-ouvertes.htm>>

L'initiative ArchiveSIC : <<http://archivesic.ccsd.cnrs.fr>>

▲ Notes

[1] Précisons qu'il s'agit de revues « avec comité de lecture ».

[2] Les chiffres indiqués sont extraits de l'article intitulé "À l'abordage des revues scientifiques » de Denis Delbecq, paru le 14 février 2002 dans le quotidien français *Libération*. Idem pour les propos rapportés de Stevan Harnad et Bernard Lang (cf. paragraphes suivants).

[3] Extrait de l'IBAO : <http://www.soros.org/openaccess/fr/read.shtml>

[4] Extrait d'un courrier électronique reçu le 17 mai 2002 de la part de Gabriel Gallezot gabriel.gallezot@free.fr avec pour sujet : ArchiveSIC.



© [Les éditions électroniques COMMposite](#) - 2002 - Tous droits réservés.



Veuillez attendre le chargement complet de cette page
avant de cliquer sur les boutons et les liens ci-dessous...

La colonisation de l'expérience politique. Le cas des « portails d'information citoyenne » sur Internet

résumé

par [Marin Ledun](#)

sommaire

bio

Doctorant en sciences de l'information et de la communication - Université de
Grenoble III Stendhal

© Marin Ledun - 2002 - Tous droits réservés.

Cet article est aussi disponible en [format PDF](#).
Adressez vos questions et commentaires à [l'auteur](#).

▲ Résumé

En quoi la colonisation de l'expérience politique peut-elle être perçue comme la capacité du capitalisme moderne à transformer divers aspects de l'expérience politique en rapports marchands ; non seulement l'acte électoral ou la formation de l'opinion électorale, mais aussi les productions discursives sur les techniques d'information et de communication, les représentations et comportements individuels, et les « tactiques » ou pratiques consuméristes ? Partant de l'introduction d'enjeux industriels et de logiques marketing dans la sphère publique politique, à travers le cas des portails « citoyens » d'information politique, nous étudierons l'hypothèse de la colonisation de l'expérience politique comme la standardisation et la production sérielle, à tendance industrielle, d'une expérience politique coproduite par le citoyen-consommateur, intégrée dans une mécanique de rationalisation par le discours, de normalisation par les techniques d'information et de communication, elles-mêmes traversées et transcendées par des logiques marketing et des stratégies marchandes.

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

Descripteurs : besoin, communication politique, expérience politique, logique marketing, rationalité technique, usages.

Présentation conseillée pour citer cet article : LEDUN Marin (2002), « La colonisation de l'expérience politique. Le cas des « portails d'information citoyenne » sur Internet », COMPOSITE, v2002.1, <<http://commposite.org/2002.1/articles/ledun.html>>



▲ Sommaire

- [1. Introduction](#)
- [2. De la ré-invention à la rationalisation de l'expérience politique quotidienne](#)
- [3. Stratégies de sécurité et instrumentalisation des pratiques électorales et quotidiennes](#)

[4. D'une conscience généralisée des techniques d'information et de communication ?](#)

[5. Colonisation et reproductibilité de l'expérience politique](#)

[6. Vers un questionnement du modèle des relations publiques généralisées](#)

[Notes](#)

[Références bibliographiques](#)

[Portails de l'échantillon et adresses électroniques correspondantes](#)

▲ 1. Introduction

Au cours des cinq dernières années, en France, le développement de « portails » d'information à caractère politique sur Internet [1], généralement à la suite d'initiatives privées et concertées, intervient dans le cadre d'un processus plus large de modernisation technique de l'exercice de la citoyenneté et de la démocratie. Dès le début des années quatre-vingt, certaines expériences télématiques ou de machines à voter en France, ou encore par câble aux États-Unis (QUBE) [2] ont tenté de prendre en compte la dimension de la « modernité » en politique. Ces expériences visaient et visent toujours l'autonomie du sujet, son positionnement et sa capacité d'intervention et de participation dans la vie de la Cité. Récents et à caractère expérimental, disposant d'une audience relativement faible, même si en pleine croissance, ces « portails d'information citoyenne » nous ont amenés à poser des questions plus larges. Rapidement, en nous référant parallèlement à la formidable production de discours sur les techniques d'information et de communication dont ils se font l'écho quotidien, il nous a paru indispensable de ne plus les considérer comme des phénomènes autonomes, ni comme de simples niches génératrices de profit, mais bien comme autant d'indices *événementiels*, d'émergences sporadiques homogènes, témoins visibles d'un processus plus lent, en cours de construction et de maturation — leur nombre croissant et l'intérêt qu'ils suscitent auprès des investisseurs industriels ou politiques permettent en tout cas de le penser —, relevant de caractéristiques telles que : la prédominance de logiques marketing ; la construction, encore artisanale, d'un modèle marchand hybride [3] de relations individu-société ; et la construction concertée d'un discours rationnel sur les techniques d'information et de communication.

Dans le cadre d'une réflexion déjà amorcée sur l'expérience vécue (Gadamer, 1996), et sur la « reféodalisation » du « monde vécu » (Habermas, 1978) ou colonisation de l'expérience vécue (Collet, Ledun, 2001) [4], nous nommerons ce processus *colonisation de l'expérience politique*. Il nous permettra de lier les modes de production et de commercialisation de contenus et d'espaces de réflexion qui permettent aux individus de s'inscrire dans la sphère publique, à une production discursive prescriptive sur les techniques d'information et de communication.

Nous posons la question suivante : en quoi la *colonisation de l'expérience politique* peut être perçue comme la capacité du capitalisme moderne à transformer toutes sortes d'aspects de l'expérience politique en rapports marchands, dans la perspective d'une standardisation et d'une reproduction sérielle de produits/services informationnels, communicationnels et culturels ; pas seulement l'acte électoral ou la formation de l'opinion électorale, mais aussi les productions discursives sur les techniques d'information et de communication, les représentations et comportements individuels, et les « tactiques » ou pratiques consuméristes ? Après un long détour sur les théories existantes et sur nos principales hypothèses de travail (point 1), nous analyserons seize portails « citoyens » d'information sur Internet, dans la perspective, propre aux sciences de l'information et de la communication, d'une analyse de l'introduction de techniques d'information et de communication dans les activités humaines. Nous tenterons d'éclairer, partiellement et nécessairement imparfaitement, la notion de *colonisation de l'expérience politique*, à travers : la volonté de maîtrise (points 2 et 4), partant d'une relecture de la réflexion

menée par Michel de Certeau sur les « usages » ; l'émergence d'une « conscience généralisée » des techniques d'information et de communication (point 3) ; pour interroger *in fine* le concept de « relations publiques généralisées », formulé par Yves de La Haye et Bernard Miège dans les années quatre-vingt.

▲ 2. De la ré-invention à la rationalisation de l'expérience politique quotidienne

Pour comprendre ce que nous entendons par *expérience politique*, il importe en premier lieu de faire un bref rappel, très schématique, du contexte théorique dans lequel cette notion s'inscrit. Trois tendances majeures, profondément imbriquées, sont à l'œuvre.

1. Les recherches en *communication politique* s'articulent autour de deux éléments clés : (1) la domination du paradigme des effets limités, dont Elihu Katz a souligné les limites et a rappelé l'intérêt théorique, et qu'il a confronté aux trois récusations paradigmatiques institutionnelle, critique et technologique, respectivement fondées sur l'information, l'idéologie et la technologie (1989, p. 88-90) ; et (2) les capacités théoriques explicatives de la fonction d'*agenda* pour comprendre la dynamique des campagnes et les effets puissants des temporalités qu'elles activent, tant d'un point de vue pratique et stratégique, pour les entrepreneurs politiques, que théorique et explicatif, pour les observateurs du processus électoral. Dans cette perspective, l'agenda est globalement défini comme « l'ensemble des problèmes qui alimentent le débat électoral » (Gerstlé, 2001, p. 31). Cet espace théorique propre à la communication politique comme discipline — et non comme modèle —, pour englobant qu'il soit, propose des modèles explicatifs dédiés à l'analyse des communications de masse. D'une part, ils nous paraissent peu propices à l'observation des développements actuels du marketing politique, « au cœur de tensions entre les tendances à l'individualisation et les processus de socialisation dont les techniques d'information et de communication sont l'un des vecteurs » (Ledun, Schweitzer, 2002, à paraître). D'autre part, ils contribuent à l'élaboration *positive* de connaissances et de représentations sur le processus électoral en attachant une importance considérable aux phénomènes de : personnalisation (Gingras, 1995, p. 37-47), d'agenda politique (Gerstlé, 1992, p. 31), des effets limités ou encore de leadership (Cayrol, 1986, p. 171-175). Les méthodologies utilisées ne permettent pas ou peu de penser les rapports de l'individu à la sphère politique, dans la perspective d'enjeux industriels ou, tout au moins, des stratégies marchandes.

2. Les études consacrées à la vie politique s'éloignent rarement de la matrice dominante de la sociologie électorale, considérant l'acte électoral comme une évidence (Déloye, 1998, p. 53), et préférant interroger principalement son orientation et son intensité, bref, ses modalités, « de peur de s'engager dans un débat normatif sur les finalités et la légitimité des procédures électorales » (Bon, 1979, p. 105). L'approche sociohistorique du vote, ainsi que l'approche anthropologique permettent d'observer l'acte électoral comme « un geste politique dont la signification sociale et les conditions d'existence sont l'objet de multiples tâtonnements, d'intenses débats et de nombreux conflits, visant à la définition d'une représentation dominante parce que légitime de la démocratie électorale » (Déloye, 2001, p. 8). Dans cette perspective, le lieu où se déroule le vote, le matériel, les technologies utilisées n'ont rien d'anecdotique. Ces approches supposent de dissocier analytiquement l'acte électoral (en train de s'effectuer) de l'opinion électorale dont ce geste est porteur. L'espace du vote doit répondre à certains impératifs symboliques et se plier à un idéal de rationalité et de fonctionnalité garant du bon déroulement de l'acte électoral, selon trois modalités : (1) opposer le rite électoral à la rhétorique vindicative de la force ou de la révolte ; (2) protéger l'individu des violences et des bruits du monde extérieur quotidien (isoloir) ; et (3) amener des individus dociles à s'autodiscipliner, pour sauvegarder la neutralité et le calme de l'acte électoral. On le voit ici, au regard des principes constitutifs d'un espace politique fondé sur les ressorts de la démocratie représentative, s'exerce

la contrainte symbolique et matérielle des outils de la technologie électorale. L'acte électoral en constitue l'événement majeur.

3. Traversant les deux points précédents, un procès de rationalisation électorale [5] (et, plus largement de rationalisation politique), c'est-à-dire de mise en place de *moyens* permettant la maîtrise des comportements et procédures électoraux, est à l'œuvre. Du point de vue des techniques de vote comme de la formation de l'opinion électorale d'individus dominés par la raison, les paradoxes de Condorcet et de Borda, les méthodes de Copeland, Dodgson et Fishburn, ou la théorie procédurale de Schumpeter sur une démocratie élitiste, ont largement contribué à introduire la certitude mathématique dans les sciences politiques, sociologiques et morales [6]. De sorte qu'à l'instar de Dominique Reynié, on peut d'ores et déjà supposer que les multiples tentatives de formalisation mathématique des phénomènes électoraux posent à l'élection la même question que la sociologie politique : de quoi une élection est-elle le résultat (Reynié, 2001, p. 227) ? A cet égard, les plus récentes recherches menées sur les thèmes de la « citoyenneté numérique » ou de la « démocratie électronique » en sciences politiques (Vedel, 2001, p. 57) ou en sciences de l'information et de la communication (Maigret, Monnoyer-Smith, 2001, p. 309) rejoignent généralement ce type d'interrogation, privilégiant tour à tour l'influence hégémonique des médias ou de la technique, et délaissant l'importance, pourtant centrale, de l'introduction de logiques marketing et de l'idéologie communicationnelle dans la sphère politique.

Avec l'arrivée du marketing politique, ce procès de rationalisation — déjà en cours — tend à s'élargir à ce que nous nommerons *l'expérience politique* [7], réduite à sa seule dimension électorale. Encore une fois, cette idée doit être menée avec prudence. A ce stade de la réflexion, elle ne permet en aucun cas de décrire une tendance majeure, mais bien un procès en cours de construction, révélateur de tendances émergentes. Néanmoins, on voit bien apparaître, depuis le début du XX^e siècle, une incitation politique, économique et technique à *parler de* et à *extraire*, pour mieux l'analyser, l'expérience politique. La diffusion des méthodes directement inspirées du marketing, procède d'un large effort de segmentation de la population électorale dans la sphère politique. Elle marque, dans un premier temps, une rupture profonde et lente entre la gestion de l'opinion des foules, caractérisée par la communication de masse, et la volonté de gestion de l'expérience politique dans sa dimension individuelle quotidienne. Dès lors, il s'agit de régler l'expérience politique par des discours publics et utiles : choix électoraux, préférences en fonction des revenus, du milieu social d'origine, de la catégorie socioprofessionnelle, des sensibilités, de l'âge, du sexe, de la situation familiale, etc. L'expérience politique ne s'observe pas seulement, mais elle s'administre. Elle a même une valeur financière, par le prix qu'on peut lui accorder à travers une étude de marché ou un sondage politique. Selon nous, l'importance quantitative des travaux de recherche sur l'expérience politique — limitée à l'acte électoral du vote et à la formation de l'opinion électorale qui n'en sont pourtant que deux des éléments constitutifs, dans une perspective événementielle —, leur visibilité médiatique et le crédit que leur apporte la sphère politique tendent à masquer la diffusion réelle d'une volonté de régulation et de rationalisation de l'expérience politique au sens large du terme : acte électoral, bien sûr, mais aussi formation de l'opinion électorale et publique, débats publics et choix des thèmes débattus, pratiques politiques et consuméristes, etc. Dit autrement, l'expérience politique ne se limite pas à la seule expérience électorale mais, par l'introduction de logiques marketing dont les techniques d'information et de communication sont porteuses, tend à être élargie à une entité plus large, rendant plus floues encore les frontières entre la sphère publique politique, la sphère du marché et la sphère privée.

L'introduction des techniques d'information et de communication dans ce procès de

rationalisation de l'expérience politique va avoir pour principal impact de le renforcer et d'en multiplier les possibilités. L'expérience politique est ainsi prise dans un double système d'observation : un regard large la balaie pour mieux la cerner, la comprendre, la décortiquer, la segmenter ; et un regard qui l'isole, l'individualise, l'instrumentalise, produisant des modèles de compréhension.

▲ 3. Stratégies de sécurité et instrumentalisation des pratiques électorales et quotidiennes

Dans *L'invention du quotidien*, De Certeau cherche à déterminer des modes d'opérations ou schémas d'action, avec pour objectif d'expliciter les *combinatoires d'opérations* et « d'exhumer les modèles d'actions caractéristiques des usagers dont on cache, sous le nom pudique de consommateurs, le statut de *dominés* » (1980, p. XXXVI). Il différencie les notions de « stratégie » et de « tactique » [8] : (1) pour isoler les actions qui s'effectuent à l'intérieur du quadrillage des consommateurs par le système des produits ; et (2) pour faire des distinctions entre les marges de manœuvre que laissent aux utilisateurs les conjonctures dans lesquelles ils exercent leur art. Partant de cette réflexion, nous nous sommes demandé ce qui, dans la conception des portails d'information dits « citoyens » à caractère politique, relevait de ces combinatoires d'opérations individuelles, au regard de réflexions théoriques menées sur la volonté de maîtrise, sur la prédominance et les capacités d'intégration des logiques marketing et leurs conséquences sur les pratiques consuméristes.

1. Les portails citoyens transcendent une volonté de maîtrise des comportements des citoyens-consommateurs, observables à travers les phénomènes de mise en place de *stratégies de sécurité* et d'*extrémisation* [9]. Un peu plus de la moitié des portails observés proposent aux internautes des services personnalisés prenant la forme schématique suivante : gratuitement ou par le biais d'une cotisation, les internautes ont accès à une boîte aux lettres privée ou à une page Internet personnalisée, et à un « panier » de services diversifiés d'accès plus ou moins direct à des bases de données. Au préalable, les consommateurs doivent remplir une fiche d'inscription en ligne dans laquelle ils spécifient leurs « besoins » en matière d'information politique, les valeurs auxquelles ils sont attachés, ou le type d'information qu'ils désirent. D'une part, de manière automatique, les consommateurs reçoivent une information personnalisée en fonction des informations qu'ils ont bien voulu livrer. D'autre part, ces données personnelles permettent la constitution de bases de données utiles au prestataire de service dans la gestion de l'organisation de ses pages Internet. Il ne s'agit pas ici d'une stratégie nouvelle de création de valeur marchande pour le prestataire de services, cet accès n'étant pas ou quasiment pas payant, mais bien de connaissance du consommateur-citoyen. Dans une perspective marketing, cet ensemble de connaissances va ensuite permettre : (1) de réduire l'écart existant entre offre et consommation informationnelle et communicationnelle de produits/services, et de maximiser les profits (*extrémisation*) ; et (2) d'anticiper les comportements du consommateur et, par conséquent, de maîtriser le risque de non consommation de l'offre marchande. S'interrogeant sur la question du libéralisme dans les pays capitalistes développés [10], Michel Foucault évoque le nécessaire développement de stratégies de sécurité, comme envers et condition même du libéralisme, devant répondre à « tous ces impératifs qui font veiller à ce que la mécanique des intérêts ne provoque pas de dangers, soit pour les individus soit pour la collectivité » (1999). Dans la perspective ouverte par Foucault - le libéralisme doit ainsi veiller à la liberté et à la sécurité des individus autour de cette notion de danger -, la maîtrise du risque de non consommation de l'offre de produits/services nécessite la mise en place d'outils quantitatifs, statistiques, mathématiques de contrôle, de contrainte, de coercition qui vont inévitablement constituer la contrepartie des libertés, de manière de plus en plus expansive. Ces outils prennent ici les formes clairement identifiées de : mesure du taux d'audience (nombre de pages Web ouvertes

par jour, nombre de visites sur la page d'accueil, etc.), sondages en ligne sur les attentes et les réactions des utilisateurs, recueil de données sur les utilisateurs *via* des bulletins d'inscription détaillés, etc. Qu'on ne s'y méprenne pas : ces outils existaient déjà sous d'autres formes. Les techniques d'information et de communication permettent simplement, sur la question que nous évoquons dans ce point, de systématiser le recueil d'informations sur les utilisateurs, d'en standardiser le traitement et de reproduire en série les résultats de ce traitement (nous reviendrons sur cet aspect dans le point 5).

2. L'introduction de ces logiques marchandes va favoriser la rationalisation de l'expérience politique. Avec l'introduction d'intérêts privés, donc de rentabilité, dans la rationalisation de l'expérience politique sur les portails d'information politique sur Internet, les logiques marketing émergent à travers les techniques d'information et de communication selon trois tendances. Ces logiques sont perçues ici à des fins de maîtrise du risque. (1) La création d'une illusion de relation privilégiée entre le citoyen et la sphère politique [11] s'observe tout d'abord dans le flot d'informations de type *people* accessibles sur les hommes politiques, à travers des fiches biographiques parfois très détaillées. (2) En fonction de la stratégie recherchée par l' élu qui fournit ces informations, ces portails peuvent devenir ensuite des relais, à faible coût, dans les campagnes de communication politique. Ce phénomène a été largement observé à l'occasion des élections municipales françaises de mars 2001. (3) Enfin, les techniques d'information et de communication favorisent le sentiment des consommateurs d'entrer directement en contact avec les élus, ou du moins de pouvoir s'adresser à eux, *via* les *forums* de discussion, jouant ici parfaitement le rôle de *technologies relationnelles* ou « technologies R » (Rifkin, 2000, p. 130-135).

3. L'introduction de logiques marketing se manifeste particulièrement dans les phases de *conception* des produits/services d'information citoyenne. Les portails d'information citoyenne sur Internet que nous analysons ici sont majoritairement développés par des acteurs issus de la sphère industrielle, parfois en partenariat ou sous l'impulsion d'acteurs impliqués dans la sphère politique ou d'acteurs privés : sites d'entreprises, sites associatifs ou sites de particuliers. Onze des seize sociétés observées ont été créées sous l'impulsion de professionnels en marketing politique, de professionnels de l'Internet impliqués sur le marché des collectivités locales et de spécialistes du multimédia. Deux autres sociétés ou associations mêlent des conseillers en communication politique et des élus locaux ou nationaux. Et les trois dernières sociétés, associations ou sites de particuliers sont codirigés par des professionnels de l'Internet, du multimédia et des élus locaux. Dans un souci de minimisation des coûts de production, les portails sont conçus sur la base de procédés techniques déjà expérimentés et rentabilisés par les acteurs économiques sur d'autres marchés (services aux collectivités locales, par exemple). Les coûts de recherche et de développement (conception ergonomique et technique) sont, par conséquent, quasiment nuls. Dans ces cas, les logiques marchandes s'insèrent dans des stratégies *intentionnelles* complexes de la part des acteurs, dans la phase de conception des produits/services d'information citoyenne. Les expérimentations observées peuvent prendre, tour à tour ou simultanément, différentes formes : recherche de rentabilité économique (encore très faible) ; volonté de prise de parts sur le « marché » de la sphère politique ; fonction de légitimation par le politique de divers procédés techniques (visibilité médiatique forte sur la période observée) ; fonction politique stratégique (dans le cas où des élus se mettent directement en scène) ; développement et élargissement d'un savoir-faire, de compétences en conseil en communication politique, en marketing politique (mise en visibilité complémentaire d'élus, encore très faible ; constitution complémentaires de fichiers informatisés des citoyens–utilisateurs, etc.). En conséquence, force est de constater le rôle structurant des fonctions marketing et de gestion dans les activités de conception des portails étudiés, et, dans une moindre mesure, de l'ergonomie. D'un point de vue stratégique, les entretiens que nous avons

réalisés avec des fondateurs-initiateurs ou des webmasters sous-tendent schématiquement deux objectifs : (1) adapter les produits/services aux capacités motrices et cognitives de l'utilisateur, *i.e.* faire que ce dernier rencontre le moins de difficultés possibles dans son utilisation ; et (2) permettre aux nouveaux produits/services de s'insérer le plus facilement possible dans des pratiques existantes de recherche d'information politique ou de débat public. Christine Defuans nous montre que ces deux objectifs sont caractéristiques, dans la conception de produits/services dans le domaine des télécommunications, des activités du marketing, des sciences de gestion, des sciences humaines et sociales et de l'ergonomie [12] (1999a et b). Nous ne nions pas pour autant le fait que ces objectifs puissent être inefficaces, voire dans certains cas irréalisables. Les échecs rencontrés par certains des sites analysés depuis la fin de notre enquête en sont partiellement la preuve. Les causes en sont diverses et souvent cumulables : mauvaise connaissance de la sphère politique, faible niveau d'adéquation entre les logiques marchandes et l'exercice « citoyen » de la recherche d'information politique (services marchands trop mis en avant), qualités ergonomiques du portail faibles, mise à jour des rubriques trop espacée dans le temps, caractère partisan prédominant, amateurisme, faible taux d'audience, désintérêt des annonceurs, etc.

4. Enfin, la volonté de maîtrise du « besoin » politique et du choix consumériste passe par la canalisation multiple de l'expérience politique dans les circuits contrôlés de l'économie. Telle que la décrit Max Weber, la forme de l'activité économique est déterminée par la mesure des besoins personnels ; et la direction de l'activité économique est déterminée par la poursuite du profit au-delà de la limite fixée par la satisfaction des besoins (1964, p. 66). De fait, les internautes participent directement à la production de l'information mise en ligne, par le biais des *forums* de discussion ou des *chats*, contribuant ainsi la production de la valeur ajoutée qui va leur être « vendue » sur les portails (dans le cas des sites payants), comme « valeur d'échange-signé, de prestation sociale, de signification » (Baudrillard, 1972, p. 8-9). On voit donc se développer la définition pseudo-scientifique d'une nouvelle valeur d'échange et d'usage, de plus en plus autonomisée dans l'activité de production, et d'une nouvelle valeur d'échange-signé : l'expérience politique.

En conclusion, complétant la thèse principale développée par De Certeau, nous pouvons formuler l'hypothèse suivante, que nous ne validerons que partiellement [13], au regard des résultats de nos recherches sur les portails d'information citoyenne : dans un contexte de prédominance des logiques marketing et de croyance dans les prétendues vertus démocratiques, égalitaires, modernisatrices et libératrices des techniques d'information et de communication, l'expérience politique est partiellement récupérée, instrumentalisée et rationalisée, notamment à des fins marchandes. Autrement dit, les *résistances* ou *tactiques* des usagers seraient elles-mêmes prises en compte dans la *stratégie* globale de production de l'information. A travers notre exemple, nous voyons comment les « usages » sont ainsi pensés en amont de la conception des produits/services par le marketing, les sciences de gestion et l'ergonomie, ou comment ils sont *intégrés* dans cette production. Au-delà du marketing qui tente de coller au plus près des citoyens-consommateurs, nous nous situons dans le cadre d'une offre marchande ou non marchande qui produit elle-même les outils de son détournement et de son appropriation. Dans ces diverses stratégies, on observe la production de l'expérience politique comme entité enfin codifiable, classable, formalisable ou contrôlable. En pleine crise de la participation politique, les individus redeviendraient par ce biais les éléments centraux d'un engagement citoyen à caractère essentiellement économique et stratégique, ou plutôt qui transcenderait leur expérience politique quotidienne malgré eux. Cependant, cet engagement citoyen *a priori* déterminé économiquement est étroitement lié, dans notre échantillon d'enquête, à son aspect événementiel [14]. Ce résultat dépend, tout d'abord, du choix de notre échantillon. Les prestataires de services d'information politique sur Internet n'en sont encore, pour la plupart, qu'à un stade expérimental.

Ils ne forment qu'un aspect parcellaire et récent du processus de marchandisation de l'expérience politique. Plus profondément, ce résultat traduit la difficulté que peuvent rencontrer les acteurs économiques à fédérer, instrumentaliser et standardiser des pratiques politiques rythmées sociohistoriquement par les événements électoraux. De fait, cinq des seize prestataires observés ont dû cesser leurs activités après les élections municipales de mars 2001, essentiellement pour des raisons économiques (retrait des annonceurs ou des partenaires économiques).

▲ 4. D'une conscience généralisée des techniques d'information et de communication ?

Les institutions étatiques en place lors de la publication du rapport Nora-Minc sur l'informatisation de la société française, en 1978, ont brutalement libéré le savoir sur les techniques d'information et de communication, jusqu'alors enfermé dans les espaces clos de la recherche universitaire et industrielle et de la sphère politique : le tableau fermé pouvait bien être en tel ou tel de ses points brouillé par l'ignorance ; dans sa forme générale, il était exhaustif et fermé. Or, depuis le début des années quatre-vingt-dix, on lui substitue désormais les tables ouvertes — et indéfiniment prolongées -- des forums de discussion, et les sites d'information dont la capacité de stockage et de diffusion de l'information ne cesse de croître, en raison notamment du foisonnement des rapports de missions ministérielles sélectivement et partiellement publiés sous forme papier, et mis en ligne, à la portée « numérique » de tous. Mais le support de tous ces rapports, de l'information mise en ligne ou communiquée n'est pas la *perception* et la *compréhension* des techniques d'information et de communication, de leurs effets sociaux, économiques ou psychologiques, mais bien, selon le terme foucauldien, une *conscience généralisée* de toutes les informations qui se croisent, poussant en une ramure complexe et toujours foisonnante. L'information a ici pour fonction de donner forme à l'expérience politique, de l'*articuler* par le discours et les techniques d'information et de communication.

Sur les seize portails étudiés, onze proposent des mises en rapport direct entre les internautes et des élus français. Certains portails proposent uniquement une mise en relation, *via* des adresses de courrier électronique, entre les internautes et les responsables politiques qui en auraient manifesté le désir antérieurement. Mais d'autres prestataires de services d'information politique en ligne n'hésitent pas à proposer des hyperliens vers l'ensemble des élus français, sans autorisation préalable de leur part. Dans ce cas, leurs portails fournissent simplement une liste en ligne d'adresses électroniques ou géographiques des élus français, moyennant une cotisation mensuelle ou annuelle. De même, dans onze cas sur seize, les forums de discussion censés mettre en contact citoyens et élus, citoyens et spécialistes, ne sont que des pages — majoritairement payantes — de discussion libre sur lesquelles n'interviennent qu'un nombre limité d'internautes et un responsable du portail. Ainsi, ce qui définirait l'acte de la connaissance des techniques d'information et de communication dans sa forme concrète serait le croisement systématique de plusieurs séries d'informations étrangères les unes aux autres. Autrement dit, on observe, entre autres, à travers ces processus de construction — artificielle ou non — d'une conscience généralisée, le phénomène de rationalisation de l'expérience politique. Le regard diffus et omniprésent sur les techniques d'information et de communication distribue souverainement à l'expérience quotidienne le savoir, l'information, non renouvelée depuis plus d'une vingtaine d'années, dont il s'est fait le point de rassemblement et le centre de diffusion. Dans cette conscience de lui-même, à travers l'expérience quotidienne, l'espace des techniques d'information et de communication peut coïncider avec l'espace social, ou plutôt le traverser et le pénétrer entièrement.

De plus, on demande que la conscience de chaque individu soit éveillée aux techniques d'information et de communication. Ce phénomène est parfaitement lisible dans tous les rapports de missions ministérielles sur le sujet. Leur publication systématique, au regard de la faiblesse de leur contenu, en est l'exemple le plus probant. L'accent est mis sur la formation, mais également sur la diffusion d'une information abondante, hétérogène, recoupant tous les moments de la vie quotidienne, toutes les activités et particularités du quotidien, de la famille à l'école, du sport à la politique, du travail aux loisirs. Chaque page Web, et chaque thème ou rubrique lui correspondant, peuvent être découpés en segments susceptibles d'interpeller les individus à un moment ou à un autre de leur quotidien. Et chaque site Internet, puis chaque médiateur technique ou modérateur de liste de diffusion, doublent leur activité de « surveillant » technique d'un rôle d'enseignement, car la meilleure manière de veiller à ce que fonctionnent les sites d'information, c'est encore de répandre cette conscience généralisée. Ainsi, le lieu où se forme le savoir n'est plus ce cercle restreint des technocrates ou des experts scientifiques sur la question des techniques d'information et de communication — pourtant appelés à participer à la production de l'information. C'est une conscience des techniques d'information et de communication généralisée, diffuse dans l'espace et dans le temps, ouverte et mobile, liée à chaque existence individuelle, mais également à la vie collective de la nation.

Dans ce sens, les discours sur les techniques d'information et de communication véhiculés par ces portails ont simplement un rôle *positif*, en liant la technique, les intérêts privés et la logique du marché à l'intérêt collectif, aux destins de l'Etat, faisant apparaître en elles une signification positive. Ils reçoivent la noble tâche d'instaurer dans la vie des individus les figures « positives » du plein emploi, du bonheur, du modernisme, de la vulgate sécuritaire, du dialogue élus-administrés enfin retrouvé, de la « démocratie ». Or, ce qui garantit à toutes ces expériences politiques individuelles d'être un savoir utile à tous les citoyens-consommateurs, c'est leur rapport immédiat au quotidien, aux intérêts immédiats, et finalement aux pratiques de consommation. Dans la gestion de l'expérience politique, les discours sur les techniques d'information et de communication prennent une posture *normative* qui ne les autorise pas simplement à distribuer des conseils de vie, mais les fonde à régler les rapports physiques et moraux de l'individu et de la société, autrement dit, à *coloniser* la relation individu-société.

▲ 5. Colonisation et reproductibilité de l'expérience politique

Considérant la place des logiques marketing, des différentes techniques de savoir et des différentes formes de discours permettant de véhiculer, dans une sorte d'allées et venues incessantes, des formes d'assujettissement et des schémas de connaissance de l'expérience politique individuelle, nous allons introduire et interroger l'idée de colonisation de l'expérience politique. Les techniques d'information et de communication et les discours qu'elles véhiculent, transcendées par les logiques marketing, jouent sur les portails d'information politique un rôle normatif, inscrivant dans le temps et dans l'espace des pratiques politiques jusqu'ici peu analysées, fluctuantes parce qu'invisibles, multiples, diffuses, ou tout simplement inexprimées faute d'espaces de discussion, de supports techniques - désormais fournis à travers les *forums* de discussion, *chats*, espaces libres de discussion, courriers électronique aux élus, etc. On peut supposer que l'expérience politique des pratiques quotidiennes et électorales (telle qu'elle est définie dans le point 2 de notre article, c'est-à-dire schématiquement réduite aux seules dimensions électorales, de mesure de l'opinion publique) *non* encore *articulée par le discours* est en voie d'articulation par le discours du marketing, et notamment du marketing politique, conjugué à celui des techniques d'information et de communication. L'expérience politique aurait donc une triple caractéristique : (1) celle d'être en voie d'articulation, c'est-à-dire de rationalisation, de contrôle, par le discours technique, politique et marchand ; (2) celle de

normalisation par les techniques d'information et de communication ; et (3) celle d'être *colonisée* à des fins marchandes, ou du moins *stratégiques*. Ce dernier point, qui n'a pas encore été exploré, nous permettra de définir plus précisément ce que nous appelons *colonisation de l'expérience politique* autour des modes de financement et de production de l'information des portails, d'une part, et de la standardisation/reproductibilité de l'expérience politique *via* des produits/services d'information à caractère politique, d'autre part.

1. A travers l'homogénéité des services proposés, trois modèles de fabrication des recettes sont à l'œuvre. Le premier, basé sur la mesure et la vente d'audience aux annonceurs *via* des encarts publicitaires, est utilisé sur tous les portails observés. Le deuxième réside en une offre de services complémentaires autour de deux types de prestations : services aux élus (fiche biographique et site Internet personnalisé standardisés, adresse de courrier électronique, chat, information en ligne, réalisation de sondages ponctuels, etc.), et services aux « citoyens » (adresse de courrier électronique, mise en contact avec des élus, consultation d'informations en ligne). Ces services sont, soit gratuits, entrant alors dans une logique de recherche d'audience, soit payants à l'acte (*pay per view*) ou à l'abonnement, généralement annuel. Enfin, le troisième modèle repose sur la possibilité de construction de pages personnelles d'information par les internautes, à partir du portail. Ainsi, ils peuvent être informés, selon la périodicité de leur choix, des dernières informations disponibles dans les rubriques qu'ils auront choisies. Ce faisant, ils fournissent des renseignements sur leurs attentes précises en matière d'information susceptibles d'intéresser des annonceurs voulant cibler leurs messages publicitaires.

2. On propose aux individus un modèle de société, vu ici comme *produit* gratuit, complété par un ensemble de *services* payants. Nous voyons ce produit comme la construction d'un projet, de moyens, de discours, de méthodes : valoriser l'accès, l'infrastructure en même temps que les discours, le projet de services, les hommes politiques qui promeuvent ces projets. Ce qui est mis en avant ici, c'est l'idée de l'internaute-citoyen « autoconstruit », connecté à un environnement dans lequel il puise les ressources à sa propre construction sociale. L'internaute est censé participer à la coconstruction de l'offre d'information et investir son expérience politique. Or, comme nous l'avons souligné, cette coconstruction est entièrement structurée par l'offre de produits/services d'information à caractère politique ; les techniques d'information et de communication sont alors le *moyen/fin* qui contribue à redistribuer les compétences techniques et l'expertise vers les citoyens-consommateurs. Si nous restreignons le concept de *communicalisation* [15], pris ici comme « phénomène d'instrumentalisation de certaines valeurs idéologiques de la communication » (Wahlen, 1999, p. 327), au champ de la communication politique sur les portails d'information politique sur Internet, les techniques d'information et de communication vont également être un double vecteur favorisant l'acceptation sociale et accroissant l'efficacité marchande. Grâce aux pratiques de communication individualisées et bidirectionnelles sur lesquelles elle se fonde, la mise en réseau des individus couvrirait l'ensemble de l'expérience politique quotidienne. La communicalisation représenterait un *moyen/fin* permettant la reproduction du système technique marchand ou semi-marchand en lui offrant une légitimité politique — le champ de la communication politique ayant généralement une fonction de légitimation des procédés techniques qui le traversent.

3. La structure initiale du produit/service, et la matrice qu'elle forme avec toutes ses variables possibles restent produites en série, sur la base de la collecte de données privées basées sur la capitalisation de l'expérience politique. Il s'agit de modularisation de l'offre, anticipation modulatoire de la demande et de la production, en amont [16]. Dans le cas de produits/services d'information à caractère politique sur Internet, cette production sérielle n'est pas une production de masse puisqu'elle ne concerne qu'une minorité d'internautes-citoyens. Néanmoins, la relation

créée entre le prestataire de services et le consommateur est doublement privilégiée : illusion d'une relation par la personnification, d'une part ; et gestion du temps de consommation, d'autre part. Si effectivement l'accès est individuel ou dit « personnalisé », la production des pages est automatique, sur mesure et en série. La modularisation de l'offre est centrale dans tout nouveau dispositif économique. A partir d'elle se réalise la production sérielle de la différenciation, de l'accès individualisé et/ou privilégié à un complexe produits/services d'information [17].

Comprenant le terme de « colonisation » au sens métaphorique d'imposition d'un mode culturel ou technique, de réduction de liberté et de maîtrise du risque, on peut penser la colonisation de l'expérience politique comme la standardisation et la production sérielle, de manière semi-industrielle ou à tendance industrielle, d'expérience politique coproduite par le consommateur, ou dans la production de laquelle intervient le consommateur, directement ou indirectement, intégré dans une mécanique de rationalisation par le discours, de normalisation par les techniques d'information et de communication, elles-mêmes traversées et transcendées par des logiques marketing et des stratégies marchandes.

▲ 6. Vers un questionnement du modèle des relations publiques généralisées

Dans la perspective d'une décroissance apparente de l'autonomisation de l'expérience politique et, dans le même temps, d'un accroissement de sa valeur marchande, dans les formes que nous avons indiquées, il semble que, dans le cadre restreint de notre analyse, le modèle de communication politique des « relations publiques généralisées », tel qu'il a été décrit au début des années soixante dans le sixième chapitre de *L'Espace Public* de Jürgen Habermas, puis explicitement formulé dans les années quatre-vingt par Yves de La Haye et Bernard Miège offre un cadre explicatif particulièrement pertinent, recouvrant, sinon dépassant le modèle dialogique, celui de la propagande et celui, dominant, du marketing politique tels que définis par Gilles Achache (1989, p. 103-112).

Considérer que, outre la tentative d'introduction de logiques industrielles dans la sphère politique, l'enjeu est uniquement, dans le cadre de notre recherche, le positionnement stratégique d'acteurs industriels (producteurs de *hardware* et de *software*), ne permet d'expliquer de manière cohérente ni la marchandisation renforcée des produits culturels et informationnels, ni le développement d'une illusion d'automédiation *via* les réseaux et les outils de communication [18]. En introduisant une réflexion de type micro sur la manière dont la technique, les discours sur la technique et les logiques marketing prennent corps sur les individus, c'est-à-dire comment ils instrumentalisent les pratiques quotidiennes individuelles et les colonisent, il semble possible de décrire plus précisément cet « autre mode de coagulation des individus et des groupes sociaux à la société telle qu'elle est, d'autres habitudes de délégation et de représentation plus souples, moins permanentes, et plus déliées du territoire » (De La Haye, 1984, p. 87) que Yves de La Haye et Bernard Miège identifiaient en 1984, face aux balbutiements et au développement des politiques publiques de communication, comme un quatrième modèle général de communication politique. Selon cette piste de réflexion, la notion de *colonisation de l'expérience vécue*, perçue comme l'une des caractéristiques transversales du modèle de communication politique des *relations publiques généralisées*, peut se comprendre comme outil méthodologique privilégié permettant de souligner l'existence de « techniques de gestion du social dans le cadre de stratégies élaborées avec plus ou moins de précisions » par le recours « à une gamme de plus en plus complète de dispositifs techniques » (Miège, 1997, p. 122-123) et dans le cadre d'une intériorisation de ces techniques par les individus *via* les techniques d'information et de communication, les logiques marketing dont elles sont empreintes et le discours sur la technique.

▲ Notes

[1] Dans le cadre d'une thèse de doctorat menée à l'Université de Grenoble III Stendhal, et dans le cadre d'un contrat de thèse à France Télécom R&D portant sur « la colonisation de l'expérience politique individuelle et les mutations qu'elle engendre sur les modèles de communication politique », nous avons mené trois séries d'enquêtes téléphoniques, de novembre 2000 à septembre 2001, auprès de seize prestataires de services informationnels et communicationnels à caractère politique, créés entre juin 1999 et juin 2001 en France : Civis.net, Conscience-politique.org, Election.com, LaPolitique.com, E-politique.com, NetPolitique.net, Opinion-way.com, Profession Politique, Politique-Opinion.com, Politique.org, PolitiquementNet.fr, Quielire.com, Scrutin.org, La Maison de la Démocratie, Marianne-village.fr, Cityvox.com. Notre corpus reposait, d'une part, sur les *verbatim* de vingt-cinq entretiens téléphoniques et, d'autre part, sur une veille hebdomadaire des sites Internet des quinze prestataires de services étudiés, et du développement de leurs rubriques. Les prestataires de services ont été sélectionnés en fonction de deux critères : (1) leur statut juridique, selon qu'ils émanent d'entreprises, d'associations ou de particuliers ; et (2) du milieu professionnel dont sont issus leurs dirigeants ou responsables (professionnels du marketing politique, professionnels de l'Internet, spécialistes du multimédia, élus locaux).

[2] Lancée dans les années quatre-vingt à Columbus, dans l'état de l'Ohio (Etats-Unis), l'expérience QUBE combinait téléviseur et clavier-répondeur et permettait aux abonnés à la télévision par câble, de voter à partir d'une console sur la qualité des programmes en cours ou de répondre aux questions des animateurs, ou encore de s'exprimer sur des questions politiques ou sociales. L'analyse de ces réponses était faite instantanément. Au milieu des années quatre-vingt, des systèmes analogues ont été expérimentés au Japon dans les villes de Tama et de Higashi-Ikoma.

[3] Nous observons que ce modèle marchand de relations individu-société repose en partie sur l'offre de services en ligne à caractère immédiat non-marchand, mais à finalité économique de réduction des coûts ou de création de valeur marchande, dans des logiques de recherche d'audience ou de recueil de données sur l'internaute (nous reviendrons plus en détail sur cette définition dans le point 5). Il s'agirait donc d'un modèle *hybride*, dont la rentabilité économique reposerait, entre autres, sur des produits/services apparemment non-marchands.

[4] A l'occasion du VIII^e Colloque franco-roumain de Bucarest (28 juin - 1^{er} juillet 2001), avec Laurent Collet, nous avons essayé de mettre en évidence les liens entre les modes de commercialisation de contenus et d'espaces de réflexion de sites d'information sur Internet (forum de discussion, *chat*, *groupware*, etc.) qui permettent aux individus de s'inscrire dans la société, et leur capacité à produire certains types de relations *fabriquées* et en partie *illusaires*. Nous nous étions particulièrement intéressés au développement de la presse écrite d'information généraliste et/ou spécialisée sur Internet, en France. Cette étude nous a permis de conceptualiser ce dispositif, que nous avons appelé *colonisation de l'expérience vécue*, notamment caractérisé par la prédominance de logiques marketing, et la construction d'un modèle marchand de relations individu/société. Nous nous sommes alors appuyés sur une série de travaux de recherche, en apparence hétéroclites, dont la référence à un processus en cours de marchandisation du monde vécu ou des rapports humains nous semblait être l'un des fils conducteurs (dont : Adorno, Horkheimer, 1974 ; Boltanski, Chiapello, 2000 ; Habermas, 1978 ; Rifkin, 2000).

[5] La rationalité doit ici être entendue au sens weberien comme rationalisation de la vie

conformément à des points de vue finaux (*letzt*) extrêmement divers et suivants des directions extrêmement différentes (Weber, 1964, p. 80).

[6] Dans l'histoire moderne de la science, on trouve moins d'une dizaine de publications fondamentales, orientant toutes les recherches ultérieures dans un domaine de la connaissance. L'article de Kenneth Arrow, publié en 1950 dans le *Journal of Political Economy* introduit, par exemple, dans la science économique et politique une idée entièrement neuve, celle de l'impossibilité démontrée (Boursin, 2001, p. 67). Du point de vue des techniques de vote, Borda, Condorcet et d'autres imaginent successivement des procédures de vote et recherchent leurs qualités ou leurs défauts. Ces auteurs (Condorcet, Borda) doivent cependant être replacés dans le contexte de l'esprit des Lumières, notamment dans leur volonté d'introduire la certitude mathématique dans les sciences morales et politiques. Ce contexte est marqué par le développement de l'arithmétique politique, du calcul des probabilités et de la mathématique sociale (Reynié, 2001). La théorie mathématique de l'élection suppose que l'on crée un état hypothétique, fictif, qui ne représente pas la réalité de l'élection mais la purifie pour en souligner les mécanismes, par lesquels « des préférences individuelles exprimées conduisent à la formation d'une espèce autre de préférence, et qui est le choix collectif » (Reynié, 2001, p. 227). (1) Du point de vue du votant, d'une part, ces conditions sont : autonomie des votants, liberté de choix des votants, une compétence égale dans l'exercice du vote pour chaque votant ; et (2) d'autre part, du point de vue de l'ensemble des conditions concernant les informations nécessaires à la formalisation : les préférences des votants sont connues, les options proposées au classement des votants sont toutes connues, etc.

[7] La construction du concept d' « expérience politique » nous paraît d'autant plus fondamentale qu'on ne peut l'approcher du seul point de vue empirique. Dans une approche philosophique (Gadamer, 1996) puis communicationnelle, nous serons conduit par la suite à concevoir également l'expérience comme « trace », comme transmission ; l'expérience politique étant, au sens large, aussi ce qui peut construire le sujet politique. Pour Jean Caune, le terme allemand d'*Erlebnis* (le vécu) introduit autour de 1870 l'intelligibilité de l'historique dans la réflexion philosophique. Dans ses travaux, Dilthey se tourne du côté de l'individu et de sa psychologie. En ce sens, comprendre les signes que l'homme donne de sa propre existence, c'est comprendre l'homme. Pour Jean Caune, « la notion d'*Erlebnis* signifie, d'une part, l'immédiateté avec laquelle l'expérience est vécue avant toute interprétation ou médiation et, d'autre part, elle indique la trace psychique de cette expérience. Cette notion caractérise la matière ultime de toute mise en forme par l'imagination. Dans le prolongement de l'histoire de ce mot, se forge le concept d' « expérience vécue » qui devient central pour les sciences de l'esprit. L'expérience vécue n'est pas seulement un moment de ce qui a été vécu, quelque chose qui passe de manière fugitive dans la vie consciente. L'expérience vécue, pour exister, doit s'inscrire dans le souvenir et, par là, acquérir une nouvelle forme, c'est-à-dire acquérir une structuration verbale ou figurative » (1997, p. 17).

[8] La *stratégie* est ainsi « [...] le calcul des rapports de force qui devient possible à partir du moment où le sujet de vouloir et de pouvoir est isolable d'un "environnement" [...]. La rationalité politique, économique ou scientifique s'est construite sur ce modèle stratégique ». Tandis que la *tactique* est au contraire « [...] un calcul qui ne peut pas compter sur un propre, ni donc sur une frontière qui distingue l'autre comme une totalité visible [...]. Il lui faut constamment jouer avec les événements pour en faire des occasions » (De Certeau, 1980, p. XLVI).

[9] Au sens que Castoriadis lui donne, la rationalisation est le *moyen* permettant la maîtrise dans le but d'une maximisation du profit qualitatif ou quantitatif, *versus* une minimisation des coûts, dialectique qualifiée d' « extrémisation » (1999, p. 72-74).

[10] Dans son cours au Collège de France du 24 janvier 1979, intitulé « Naissance de la biopolitique », publié dans les pages du quotidien Le Monde le 7 mai 1999, Michel Foucault définit la liberté comme « un rapport actuel entre gouvernants et gouvernés, où la mesure du trop peu de liberté qui existe est donnée par le encore plus de liberté qui est donné ». Le mot *libéral* sous-tend ainsi que cette pratique gouvernementale qui se développe au XVIII^e siècle entend respecter, garantir chaque liberté, mais aussi consommer de la liberté, « car elle ne peut fonctionner que dans la mesure où il y a un certain nombre de libertés : liberté du marché, liberté du vendeur et de l'acheteur [...]. Le nouvel art gouvernemental consomme de la liberté, c'est-à-dire qu'il est bien obligé d'en produire, il est bien obligé de l'organiser ». Pour Foucault, le libéralisme produit à l'individu de quoi être libre, c'est-à-dire fait en sorte que l'individu soit libre d'être libre. Ainsi, pour lui, le libéralisme, véritable « nouvel art de gouverner », induit nécessairement en son sein « un rapport de production/destruction par rapport à la liberté [...]. Il faut d'une main, produire la liberté, mais ce geste implique que, de l'autre, on établisse des limitations, des contrôles, des coercitions, des obligations appuyées sur des menaces, etc. », afin de protéger les intérêts individuels contre tout empiètement émanant de l'intérêt collectif (1999).

[11] Dans la relation citoyen-sphère politique, on pourra distinguer, même si nous ne le développons pas ici : le *contact* (procédé communicationnel) et la *proximité* (dimension relationnelle dans un cadre d'expérience politique).

[12] Dans une recherche menée dans le cadre d'une thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication portant sur la prise en compte de l'utilisateur et des usages dans les processus d'innovation et de conception des produits et services de France Télécom à destination du grand public (particuliers notamment), C. Defuans propose des schémas d'analyse du rapport conception/usages. Elle souligne notamment le rôle central joué par le marketing dans la phase de conception de produits/services puisqu'il a pour objectif de connaître les clients et leurs dites attentes, « dans le but d'accorder l'offre et la demande » et « d'accorder cette offre au marché, c'est-à-dire à la concurrence » (Defuans, 1999a, p. 482 ; 1999b).

[13] Nous nous sommes attachés ici à la seule phase de conception des produits/services d'information « citoyenne » ou, plus précisément, aux traces d'une *intentionnalité* dans la phase de conception, c'est-à-dire la perception des besoins et des attentes présumés des utilisateurs. Même si ce n'est pas le propos de cette réflexion, il conviendrait de compléter ces conclusions par une analyse comparative des pratiques effectives des utilisateurs sur notre échantillon de portails d'information politique. Elle nous permettrait notamment d'observer les décalages existant entre usages présumés et usages réels, et de déterminer : (1) les causes de l'échec « marchand » de certains sites observés ; et/ou (2) la manière dont ce décalage peut être perçu voire anticipé par les fonctions marketing ou ergonomiques à des fins de réajustement de l'offre marchande.

[14] Sept des seize prestataires se sont créés à l'approche des élections municipales de mars 2001. Tous ont connu un très large regain d'intérêt par les internautes et de visibilité médiatique à cette occasion. La fréquentation du site LaPolitique.com était ainsi de 4 500 visiteurs, soit 50 000 pages visitées par mois, en novembre 2000, de 12 000 visiteurs en janvier 2001, puis de 15 000 visiteurs en février 2002. On recense également, dans le quotidien national *Libération*, 12 articles consacrés aux prestataires de services d'information politique sur Internet, tous types confondus, entre septembre et décembre 2000, contre un seul en janvier et juillet 2000, alors que treize des seize prestataires existaient déjà.

[15] Pour Monique Wahlen, dans une réflexion de thèse sur le marketing en réseau,

communicaliser consiste « à parer une pratique commerciale de valeurs info-communicationnelles résonant avec l'utopie de la communication afin d'en améliorer l'image, d'en favoriser l'acceptation sociale et d'en accroître par conséquent l'efficacité marchande » (1999, p. 333).

[16] Voir sur ce point le travail de recherche récent de Mathilde Miguet sur la « modularisation du savoir » dans l'enseignement supérieur médiatisé. Pour Miguet, la modularisation des savoirs, comme « tendance récurrente de conception qui vise à la définition de modules d'enseignement » (2001), est une réponse adaptée aux développements économiques et sociaux actuels. Elle est un exemple de structuration de l'offre en matière d'éducation, et serait caractérisée par trois tendances : (1) la rationalisation des modes de conception de production (pré-définition des rôles de l'enseignant dans le processus de production de contenus, en fonction de critères marketing, par exemple) ; (2) la prédominance de la logique commerciale de rentabilité (modes de diffusion et de commercialisation) ; et (3) l'établissement, à long terme, de logiques sociales récurrentes, de modes de consommation, d'utilisation et de codes ou structures d'usages déterminés et déterminants (prescriptions d'usages, autonomisation des apprenants).

[17] Développant cette idée, Françoise Papa et Laurent Collet estiment quant à eux que les techniques d'information et de communication favorisent le développement de communautés d'intérêt, et matérialisent les contenus des échanges entre individus en même temps qu'elles fixent le dispositif de mise en contact, par la *modularisation* de l'offre de services (2002, à paraître).

[18] Dans *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*, Bernard Miège met ainsi en évidence, énumérant les possibles enjeux liés au développement des industries du contenu, le caractère néo-libertaire et fondamentalement libéral des discours sur les individus « auto-construits », portés par les promoteurs de l'Internet, qui vantent et favorisent les relations interindividuelles directes, sans intermédiaires (2000, p. 100 – 101).

▲ Références bibliographiques

ACHACHE Gilles (1989), « Le marketing politique », *Hermès, Le Nouvel Espace Public*, n° 4, Paris : CNRS, p. 103-112.

ADORNO Theodor W. et Max HORKHEIMER (1974), *La dialectique de la raison. Fragments philosophiques* (1944), Paris : Gallimard.

BARTHE Yannick, Michel CALLON et Pierre LASCOUMES (dir.) (2001), *Agir dans un monde incertain. Essai sur la démocratie technique*, Paris : Le Seuil, coll. La couleur des idées.

BAUDRILLARD Jean (1976), *Pour une économie politique du signe* (1972), Paris : Gallimard, coll. Les essais.

BLONDIAUX Loïc (1998), *La fabrique de l'opinion. Une histoire sociale des sondages*, Paris : Le Seuil, coll. Science Politique.

BOURSIN Jean-Louis (2001), « Copeland (Méthodes de) », dans *Dictionnaire du vote*, Pascal PERRINEAU et Dominique REYNIÉ (dir.), Paris : Presses Universitaires de France (PUF), p. 262–264 ; « Arrow (Théorème d') », idem, p. 67-68.

BOURSIN Jean-Louis (1995), *Des préférences individuelles aux choix collectifs*, Paris : Economica.

BON Frédéric (1979) « Qu'est-ce qu'un vote ? », dans *H. Histoire*, n^o 2, juin, p. 105–121.

CASTORIADIS Cornélius (1999), *Figures du pensable. Les carrefours du labyrinthe. Tome VI*, Paris : Le Seuil, coll. La couleur des idées.

CAUNE Jean (1997), *Esthétique de la communication*, Paris : Presses Universitaires de France (PUF), coll. Que sais-je ?, n^o 3259.

CAYROL Roland (1986), *La nouvelle communication politique*, Paris : Librairie Larousse, coll. Essais en liberté.

CERTEAU Michel (de) (1980), *L'invention du quotidien. 1. Arts de faire*, Paris : Gallimard, coll. Folio/Essais.

COLLET Laurent et Françoise PAPA (2002), « Sport et information sportive sur Internet : émergence d'une industrie de la relation ? », dans *2001 Bagues - Globalisme et pluralisme*, Actes du colloque international organisé par le Groupe de recherche interdisciplinaire sur la communication, l'information et la société (GRICIS), tenu à Montréal du 24 au 27 avril 2002, (à paraître).

COLLET Laurent et Marin LEDUN (2001), « La colonisation de l'expérience vécue à travers la presse écrite sur Internet », dans *Médias, nouvelles technologies et redéfinition des territoires de la communication*, Actes du VIII^e Colloque franco-roumain tenu à Bucarest du 30 juin au 3 juillet 2001, (à paraître).

DEFUANS Christine (1999a), « Concevoir l'utilisateur dans la conception des produits et services de télécommunications », dans *Usages et services des télécommunications à l'heure de l'Internet*, Actes du colloque international ICUST 1999 tenu à Arcachon (France) du 7 au 9 juin 1999, Bordeaux : ADERA, p. 478-485.

DEFUANS Christine (1999b) « Intégrer le client dans la conception : pour quel usage ? », XXXIV^{ème} congrès de la Société d'Ergonomie de Langue Française (SELF), Journée satellite « Ergonomie et Télécommunications », 14 septembre 1999, Caen, document photocopié.

DELOYE Yves (2001), « Acte électoral », dans *Dictionnaire du vote*, Pascal PERRINEAU et Dominique REYNIÉ (dir.), Paris : Presses Universitaires de France, p. 8-12.

DELOYE Yves (1998), « Rituel et symbolisme électoraux : réflexions sur l'expérience française », dans *How did they become voters ? The history of franchise in modern european representation*, Raffaele ROMANELLI (dir.), La Haye : Kluwer Law International, p. 53-76.

DODGSON Charles (1990), « Discussion de diverses méthodes de procédure pour la conduite des élections (1873) », dans *Les Dés et les Urnes. Les calculs de la démocratie*, Jean-Louis BOURSIN (dir.), Paris : Le Seuil

FOUCAULT Michel (1999), « Michel Foucault et la question du libéralisme », extrait du cours « Naissance de la biopolitique » donné au Collège de France le 24 janvier 1979, dans *Le Monde*, 7 mai 1999

FOUCAULT Michel (1963), *Naissance de la clinique*, Paris : Quadrige, Presses Universitaires de France.

GADAMER Hans-Georg (1996), *Vérité et méthode. Les grandes lignes herméneutiques philosophiques*, Paris : Le Seuil.

GERSTLÉ Jacques (2001), « Agenda », dans *Dictionnaire du vote*, Pascal PERRINEAU et Dominique REYNIÉ (dir.), Paris : Presses Universitaires de France (PUF), p. 31-33.

GERSTLÉ Jacques (1999), « Effets des médias et transformations de l'espace public », dans *La communication du politique. Regards croisés Est-Ouest*, Ioan DRAGAN (dir.), Paris : L'Harmattan, Coll. Communication, Actes du colloque franco-roumain organisé à l'Université de Bucarest par le Laboratoire « Médias, communication politique et culture », Institut de Sociologie de l'Académie roumaine, p. 21-39.

GERSTLÉ Jacques (1992), *La communication politique*, Paris : Presses universitaires de France, coll. Que sais-je ?, n° 2652.

GINGRAS Anne-Marie (1995), « L'impact des communications sur les pratiques politiques. Lecture critique », *Hermès*, n° 17-18, Paris : CNRS, p. 37-47.

HABERMAS Jürgen (2000), *Après l'Etat-nation. Une nouvelle constellation politique* (1998), Paris : Fayard.

HABERMAS Jürgen (1978), *L'Espace Public. Archéologie de la Publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise* (1962), trad. française de Marc B. de Launay, Paris : Payot.

KATZ Elihu (1989), « La recherche en communication depuis Lazarsfeld », *Hermès : Le Nouvel Espace Public*, n° 4, Paris : CNRS, p. 77-90.

LA HAYE Yves (de) et Bernard MIÈGE (1984), « Ce que l'Etat attend de la communication publique », dans *Dissonances. Critique de la communication*, LA HAYE Yves (de), Grenoble : La Pensée Sauvage, p. 80-95.

LAMIZET Bernard (1998), *La médiation politique*, Paris : L'Harmattan, coll. Communication et Civilisation.

LEDUN Marin et Laetitia SCHWEITZER (2002), « Entre rationalité technique et logiques marketing : le cas du vote électronique en France », dans *2001 Bagues - Globalisme et pluralisme*, Actes du colloque international organisé par le Groupe de recherche interdisciplinaire sur la communication, l'information et la société (GRICIS), tenu à Montréal du 24 au 27 avril 2002, (à paraître).

LOISEAU Gérard (1990), « Les politiques télématiques municipales et la marchandisation de la

sphère publique locale », *Cahiers du Lerass*, n° 21, Toulouse : Université du Mirail, p. 65-76.

MAIGRET Éric et Laurence MONNOYER-SMITH (2001), « Le vote en ligne : usages émergents et symboles républicains », dans *E-Usages*, Actes du troisième colloque international sur les usages et services des télécommunications tenu à Paris du 12 au 14 juin 2001, Paris : France Télécom / ENST, p. 301-309.

MIÈGE Bernard (2000), *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble (PUG), coll. La communication en plus.

MIÈGE Bernard (1997), *La société conquise par la communication. 2. La communication entre l'industrie et l'espace public*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble (PUG).

MIÈGE Bernard (1989), *La société conquise par la communication. 1. Logiques sociales*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble (PUG).

MIGUET Mathilde (2001), « Modularisation du savoir et logiques sociales. Un exemple du processus d'industrialisation de la production de ressources à l'œuvre dans le champ de l'enseignement supérieur médiatisé », dans *E-Usages*, Actes du troisième colloque international sur les usages et services des télécommunications tenu à Paris du 12 au 14 juin 2001, Paris : France Télécom / ENST, p. 441-450.

NORA Simon et Alain MINC (1978), *L'informatisation de la société. Rapport à M. le Président de la République*, Paris : La Documentation française, coll. Points Politique.

RIFKIN Jeremy (2000), *L'âge de l'accès. La révolution de la nouvelle économie*, trad. française de Marc Saint-Upéry, Paris : La Découverte.

SCHUMPETER Joseph Aloïs (1998), *Capitalisme, socialisme et démocratie* [1942], Paris : Payot.

VEDEL Thierry (2001), « Allons-nous devenir des citoyens électroniques ? Réflexions sur la citoyenneté dans une société de l'information », dans *Téléservices publics. Usages et citoyenneté*, Actes du 12^e Colloque du CREIS tenu à Paris du 28 au 30 mars 2001, Paris : CREIS, p. 57-59.

WAHLEN Monique (1999), *Communication directe et marketing en réseau* (volume 1), thèse de doctorat de 3^e cycle, Grenoble : Université de Grenoble III Stendhal, Sciences de l'Information et de la Communication.

WEBER Max (1994), *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme* (1964), Paris : Plon, coll. Agora.

▲ Portails de l'échantillon et adresses électroniques correspondantes

City Vox <<http://www.cityvox.com>>

Civis <<http://www.civis.net>>

Conscience Politique <<http://www.conscience-politique.org>>

Election.com <<http://www.election.com>>

E-Politique <<http://www.e-politique.com>>

LaPolitique.com <<http://www.lapolitique.com/accueil/accueil.cfm>>

Marianne Village <<http://www.marianne-village.fr>>

NetPolitique <<http://www.netpolitique.net>>

Opinion-Way <<http://www.opinion-way.com/accueil.htm>>

Parti Blanc <<http://www.partiblanc.fr>>

Politique Opinion <<http://www.politique-opinion.com>>

Politique.org <<http://www.politique.org>>

PolitiquementNet <<http://www.politiquementnet.fr>>

Profession Politique <<http://www.professionpolitique.com>>

Quielire.com <<http://www.quielire.com>>

Scrutin.org <<http://www.scrutin.org>>



© [Les éditions électroniques COMMposite](http://www.composite.org) - 2002 - Tous droits réservés.



Veuillez attendre le chargement complet de cette page
avant de cliquer sur les boutons et les liens ci-dessous...

Interactivité, énonciation et algorithmique : contribution à une notion

résumé

par [Jean-Thierry Julia](#)

sommaire

bio

Doctorant en sciences de l'information et de la communication - Université de
Toulouse III Paul Sabatier

© Jean-Thierry Julia - 2002 - Tous droits réservés.

Cet article est aussi disponible en [format PDF](#).
Adressez vos questions et commentaires à [l'auteur](#).

▲ Résumé

Dans le contexte de convergence technologique, les techniques informatiques apportent aux médias des modalités d'interactivité, une notion qui sera au centre de la réflexion de ce texte. Cette notion d'interactivité est d'abord envisagée du point de vue linguistique de l'énonciation, c'est-à-dire de l'actualisation par l'utilisateur de pré-énoncés existants déjà du côté du dispositif. Plutôt qu'une interactivité, l'application du modèle de l'échange discursif au multimédia interactif démontre alors une simple réactivité. L'analyse se poursuit dans le domaine de l'informatique théorique, qui associe pour partie ce premier type d'interaction réactive à la structure algorithmique alternative. Les deux argumentaires, linguistique pour une intervention non réactive de l'utilisateur, et informatique pour la prévalence de la structure algorithmique itérative, amènent à conclure à un autre type d'interactivité, non plus à l'initiative du seul dispositif, mais effective du côté de l'utilisateur dans ses propres contributions aux énoncés.

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

Descripteurs : interactivité, énonciation, informatique, linguistique, algorithmique, convergence technologique, Web, cédérom.

Présentation conseillée pour citer cet article : JULIA Jean-Thierry (2002), « Interactivité, énonciation et algorithmique : contribution à une notion », COMPOSITE, v2002.1, <<http://commposite.org/2002.1/articles/julia.html>>



▲ Sommaire

[Introduction](#)

[1. Énonciation et réactivité](#)

[1.1 Interaction dans l'énonciation...](#)

[1.2 ... ou simple réaction à l'énoncé ?](#)

[2. Algorithmique et alternative](#)

[2.1 Alternative, déjà et encore](#)

[3. Interactivité et réitération](#)

[3.1 Initiatives renouvelées](#)

[Conclusion](#)

[Notes](#)

[Références bibliographiques](#)

[Pour en savoir plus](#)

▲ Introduction

Avec l'émergence et le développement des dispositifs de communication incluant peu ou prou les technologies informatiques, l'usage aura bien souvent précédé la réflexion en la matière. Il en aura été ainsi de ce que l'on nomme aujourd'hui « interactivité », quand le mot lui-même ne sera repris que dans un second temps par le vocabulaire scientifique. Dans l'intervalle, tel média aura été qualifié d'interactif, à tort ou à raison, surtout par ceux qui l'utilisaient, sans que la notion ne soit complètement circonscrite. De nombreuses réflexions ont depuis été initiées dans le champ des sciences de l'information et de la communication, et nous voudrions développer ici une approche spécifique de la notion d'interactivité. Elle prendrait pour points d'appui successifs des réflexions élaborées dans les domaines des sciences du langage et de la science informatique, pour être prolongée par une réflexion au sein de notre discipline, notamment autour de différents types d'interactivité que nous pourrions discerner. Avant d'entamer ces réflexions, une courte définition de ce que nous entendrons par « interactivité » sera suivie d'un préliminaire historique et technique pour appréhender la notion comme composante intrinsèque des médias envisagés.

Pour définir notre objet, nous replacerons tout d'abord la notion d'interactivité dans la lignée d'une pensée interactionniste, qui naît dans les années 1950 sur le continent américain, au carrefour des sciences technologiques et des sciences humaines et sociales, inspirée par la philosophie de Georg Simmel ou les travaux du Cercle de Vienne. Renvoyant par ailleurs pour plus de développements à d'autres travaux (Julia, 2002), nous mentionnerons pour l'essentiel que la notion d'interactivité peut se rattacher à celle d'interaction, tirée de la physique, et qui se sera imposée à la fois dans les vocabulaires des informaticiens et des anthropologues. Pour l'heure, nous retiendrons qu'un dispositif sera « interactif » quand homme et dispositif seront susceptibles d'actions réciproques ; l'« interactivité » viendra qualifier un tel dispositif. Conformément à son intuition, le lecteur saura reconnaître comme tels les exemples du Web, des cédéroms, des bornes interactives, etc.

Dans le contexte actuel de convergence technologique autour des « médias électroniques » où l'on retrouve télécommunications, audiovisuel et informatique, c'est une des caractéristiques fortes de la dernière composante qui viendra imprégner l'ensemble des dispositifs évoqués. La technique informatique, étymologiquement celle du traitement automatique de l'information, a en effet de tout temps envisagé un « utilisateur », interlocuteur humain, lui-même fournisseur potentiel d'informations à traiter. Dans les médias qui nous intéressent, si cet interlocuteur devient le « correspondant » à distance du monde des télécommunications, ou encore le spectateur – et l'auditeur – qu'une société de l'image aura eu tôt fait d'identifier, il n'en restera pas moins un « utilisateur », détenteur et dispensateur d'informations – ne serait-ce qu'à minima – au sein du dispositif. Les « équipements périphériques en entrée » vont ainsi permettre à l'utilisateur d'apporter au dispositif cette contribution en information ; ce sera initialement la carte perforée, le clavier, puis la souris dans le cadre d'un « système d'interface graphique », sans parler d'autres équipements cette fois plus particulièrement destinés à l'« acquisition » de

documents visuels ou sonores, pour reprendre le terme en usage dans le domaine.

Si le « média électronique » prend mesure de cette activité de production informationnelle par l'utilisateur lui-même, on peut supposer que le produit, service, ou « document électronique », c'est-à-dire un ensemble circonscrit et relativement autonome d'informations, laisse alors transparaître un certain nombre de caractéristiques propres, celles que nous étudierons en matière d'édition électronique, qu'elles relèvent comme nous l'évoquions du Web, du cédérom ou encore d'autres dispositifs.

▲ 1. Énonciation et réactivité

Les réflexions autour de la notion d'interactivité, interrogée du point de vue même du document réputé interactif, ramènent inévitablement à l'étude des « modalités de production » des messages constitutifs de ce type de document (Mabillot, 2000). Il conviendra alors de préciser les modalités de production et de réalisation de tels énoncés en référence aux théories linguistiques de l'énonciation. Ce terme d'énonciation recouvre non plus le résultat mais le processus même de production des contenus ou énoncés. Au fondement de tout un pan de la science linguistique contemporaine, l'énonciation s'attache en effet, selon les mots du linguiste Emile Benveniste, au langage en fonctionnement, et dans une visée toute pragmatique, aux conséquences de la situation de langage sur les productions linguistiques. Cette linguistique, notamment centrée sur les dimensions ego-hic-nunc du discours, sera l'occasion d'une réhabilitation du sujet dans le discours scientifique, et de la prise en compte des nombreuses situations où celui-ci prend la parole. Pour ce qui nous intéresse ici, l'interaction autour d'un dispositif médiatique se précise en effet dans la possibilité pour l'utilisateur, et peut-être sujet, d'exercer certaines compétences pour l'énonciation.

▲ 1.1 Interaction dans l'énonciation...

L'interactivité s'avère notamment quand utilisateur et support technique du document se voient associés à la réalisation effective du message, à l'actualisation de l'énoncé. Ils coopèrent alors dans l'acte d'énonciation pour révéler un contenu élémentaire et plus globalement autoriser l'accès à l'ensemble du document. Dans de tels dispositifs et documents interactifs, les énoncés non encore actualisés demeurent latents ; c'est par ses actions que l'utilisateur va réunir les conditions de leur énonciation et contribuer ainsi à leur « réalisation », tout du moins à leur actualisation, à leur instanciation. En amont de l'énonciation, et dès la conception de ce type de document, les pré-énoncés s'insèrent néanmoins déjà dans une « structure discursive [pour l'instant] incomplète » (Mabillot, 2000, p. 99). Il conviendra lors de la confrontation avec le document de compléter celui-ci par un certain nombre d'actions : certaines seront aisément répétées, par l'intermédiaire par exemple du clavier ; d'autres devront requérir les modalités d'un apprentissage non pas symbolique, mais s'appuyant sur le caractère intuitif du geste, comme le maniement de la souris ou de tout autre dispositif analogue. Ces actes élémentaires, opératoires, se révèlent ainsi énonciatifs.

C'est uniquement par leurs conséquences que de telles actions pourront alors avoir du sens aux yeux de l'utilisateur, quand celui-ci s'empressera d'y lire un processus de signification, dans un raccourci cognitif qui deviendra l'apanage de cette modalité d'accès aux contenus (le mot même de « clic » se fera aussi bref que l'action qu'il désigne). Associés à ce qu'ils déclencheront du dispositif technique, c'est-à-dire à la teneur de l'énoncé produit, de tels actes se verront dès lors empreints d'une certaine signification. Ainsi, si des actions opératoires viennent à compléter de façon symbolique l'accès au document — si l'acte devient symbole — le dispositif dans son

ensemble aura tôt fait de recréer l'illusion de l'échange au fondement de la communication. Ce ne sera le constat que d'un instant. La dimension plus technique de cette réalisation consiste à pouvoir faire reposer de tels actes sur différents textes, icônes, pictogrammes, ou encore bip ; sans ces supports en effet, les actes ne sauraient être que des actes isolés. Ces constructions contribuent alors à parfaire l'artifice de l'« échange », quand ce dernier ne se résume pas moins à compléter le document par des actions attendues comme telles.

Plus généralement, notons que cet artifice est aussi le lot et le garant de toute pratique signifiante, lequel ne nous émeut plus quand nous échangeons avec un interlocuteur humain. Celui-ci ne fait parfois que réagir à nos paroles. Pourtant, une communication naît de cette réaction en correspondance. Elle sera signifiante quand elle entérinera un certain nombre de rapports conformes entre l'acte initial et ceux en retour, pertinente et fructueuse dans le cas d'une adéquation maximal (ou encore non pertinente, voire pathologique – mais néanmoins signifiante – quand une telle adéquation ne sera plus de mise).

▲ 1.2 ... ou simple réaction à l'énoncé ?

La conception et la réalisation de documents interactifs relève ainsi, au travers de contenus potentiellement signifiants, de l'élaboration d'un cheminement qui doit être lui-même signifiant. Par là document incomplet, avant d'être comme nous le verrons plus loin document ouvert, le document interactif montre sa spécificité quand il s'agit d'y articuler signification des contenus et cheminements signifiants. Cela devra être le cas pour un mot (quand cependant la langue y pourvoit déjà) mais aussi pour une image, un son, ou bien encore, comme l'évoque plus largement l'expression de « grammaire interactive », pour une action, quand bien même celle-ci ne serait qu'un clic au moyen d'une souris.

L'analyse de l'interaction jusqu'ici évoquée trouvera des notions opératoires dans le champ de la linguistique pragmatique, notamment celle de l'École genevoise et du modèle de l'échange discursif (Roulet et al., 1985). Le fait que la conversation n'y soit envisagée que comme archétype de l'échange discursif nous engage à proposer la transposition de certains des résultats à l'« échange » qui, sous couvert d'interactivité, se noue autour du dispositif multimédia.

Selon ce modèle, la forme monologique ou dialogale, c'est-à-dire le nombre d'interlocuteurs, se double du caractère monologique ou dialogique d'un discours. L'échange, constitutif du dialogue, alterne en effet les interventions d'interlocuteurs autour de fonctions illocutoires initiatives et réactives, où l'une vient s'imposer à l'autre indépendamment du contenu. Une intervention initiative inaugure ainsi une ligne paradigmatique ou argumentative, et de par sa force illocutoire contraint momentanément l'autre interlocuteur — sauf s'il y a interruption de l'échange — à une réponse ou une réaction dans le droit-fil de ce qui était initié. Le discours est qualifié de monologique quand une seule ligne paradigmatique est ouverte à la fois : outre dans les monologues, le caractère monologique est repéré dans l'illocutoire de certains discours dialogaux quand la constante initiative d'un des interlocuteurs cantonne l'autre à une réaction sur la base de ce qu'il avance. Le caractère dialogique de l'échange naît par contre avec la multiplication, l'imbrication et le possible renversement de telles caractéristiques illocutoires, au-delà de leurs simples déroulements et enchaînements successifs dans un discours monologique. Si par essence, la conversation relève du dialogal et du dialogique, l'échange autour du dispositif interactif ne s'avère quant à lui qu'un discours certes dialogal, mais néanmoins monologique, où l'« interlocuteur » humain n'a d'autres possibilités que de tenir la position réactive.

Cette « réaction » en réponse aux sollicitations du dispositif résume alors la contribution de l'utilisateur en information. Le premier expose un certain nombre de possibilités quant à la poursuite de la consultation ; le second ne fait qu'exprimer un choix dans cet ensemble prédéterminé, choix dont la formulation elle-même est préformatée. La contribution de l'utilisateur pourra ainsi se limiter à une succession de clics de souris, qui certes vont être différemment interprétés, relativement à ce que le dispositif mettra en avant graphiquement, « géographiquement » sur l'écran, symboliquement (mot, bouton, icône, image...), etc. Mais cette interprétation, sur la base d'éléments apportés par le dispositif, est à ranger du côté de ses contributions. Tout au long de l'échange, l'utilisateur ne pourra se positionner qu'en fonction d'énoncés déjà mentionnés, et uniquement en réponse aux sollicitations qui y seront inscrites ; il renoncera pour l'instant à toute autre teneur de contenu pour sa propre contribution.

Ainsi dans une première étape de l'histoire de l'écriture interactive, auront été révélés non pas tant des contenus inédits que des parcours multiples au sein de contenus déjà existants. Des cheminements particuliers ou personnels vont être possibles pour les internautes ou les utilisateurs de cédérom (ou même pour un seul, à l'occasion de consultations successives – et prenons acte tout de suite de la réitération au cœur de cette utilisation). Ces bifurcations dans le parcours de la consultation, de tels choix proposés en cascade, seront synonymes de « modifications » et d'actualisation du récit. Certes par ce biais, le destinataire peut être considéré comme partie prenante du déroulement de ce récit, quand ce sera à lui de déterminer effectivement quelle piste privilégier parmi l'ensemble des possibles. Mais le nombre au final n'induit en rien la nature de l'échange qui, à en croire certains commentateurs, aurait fait advenir la machine au rang de véritable partenaire dans le dialogue. Sous-jacente à la mise en œuvre de parcours multiples, conviendra-t-on tout au plus qu'en place d'interactivité, nous n'avions affaire qu'à une simple réactivité (Séguy, 2000).

▲ 2. Algorithmique et alternative

Cette multiplicité des parcours est en fait inhérente à la technique informatique elle-même et au traitement automatique de l'information qu'elle autorise. La science algorithmique et les théories de calculabilité formulent en effet seulement trois structures universelles pour l'articulation d'instructions ou d'informations dans un programme ; leur composition aboutit bien à épuiser les problèmes dits calculables, c'est-à-dire pour lesquels il est admis de façon axiomatique et conformément à la thèse de Church [1], qu'un algorithme puisse exister (mais non pas l'ensemble de tous les problèmes, à la suite du Théorème d'incomplétude de Gödel [2]). Ces structures algorithmiques sont les suivantes :

– la structure séquentielle :

<instruction>... <instruction>

qui organise le programme ou la partie de programme comme le simple enchaînement linéaire d'opérations ou d'instructions élémentaires. Dans un tout autre domaine que la programmation, la feuille de route ou bien encore la recette de cuisine illustrent ce cas de figure où sont énumérées les opérations à effectuer dans l'ordre mentionné : faire bouillir l'eau, immerger l'œuf dans le liquide, laisser cuire 10 minutes, ... et non l'inverse.

– La structure alternative ou conditionnelle :

SI <condition> ALORS <instruction(s)> SINON <instruction(s)>

que caractérise la rupture sous condition (notamment évaluée par l'utilisateur) de la structure séquentielle précédente. Le comportement humain de type réflexe ou le comportement différencié en fonction d'un facteur extérieur illustrent alors tel cas de figure. Ainsi, dans l'exemple précédent, à la dernière instruction de cuisson, peut se substituer une structure alternative : « pour un œuf à la coque, laissez cuire 3 minutes, sinon 10 minutes et l'œuf sera dur », qui pourra encore se complexifier par imbrication de deux ou plusieurs structures alternatives, « pour un œuf à la coque : 3 minutes ; pour un œuf mollet : 5 minutes ; sinon 10 minutes » ; etc.

– La structure itérative ou répétitive, basée sur un branchement inconditionnel (aller à <telle instruction>) combiné à une structure alternative, pour aboutir à une écriture plus structurée de « boucle » finie :

TANT QUE <but non atteint> FAIRE < instruction(s)>

dont une seconde écriture moins générale mais peut-être plus intuitive peut être encore donnée :

RÉPÉTER < instruction(s)> JUSQU'À < but atteint >

ou par répétition d'un ensemble d'instructions soumises à condition sur le but atteint, ces structures visent progressivement à la finalité exprimée. Cette structure est par exemple sous-jacente à l'exercice d'entraînement ou à la procédure élémentaire, effectués jusqu'à ce que survienne le résultat escompté. Et pour poursuivre notre exemple : « répéter la cuisson d'un œuf jusqu'à ce qu'il n'y ait plus d'œuf » (dans le cas d'un festin...).

Il s'avère que ces trois seules structures algorithmiques induisent au fondement trois « structures » ou trois types de cheminements lors de la consultation de documents ou lors des « navigations » qui notamment nous intéressent ici (Pelé, 1999) :

– la consultation linéaire en séquence, automatique ou temporisée, patente dans les diaporamas, journaux et autres affichages électroniques ;

– le choix proposé à un instant de la consultation, c'est-à-dire la possibilité d'une bifurcation dans le parcours. Celle-ci sera à la base de l'arborescence, qui n'est que l'imbrication successive et la multiplication en cascade de telles structures ; c'est de cette possibilité à une étape élémentaire de la consultation que découlera en effet globalement la possibilité de parcours multiples. Cette architecture arborescente — c'est notamment sa qualité — autorisera dans la recherche documentaire, organisation, hiérarchisation des contenus, classement et repérage cognitif au sein d'une multitude de documents et d'objets informationnels ;

– d'autres « liens », selon la terminologie imposée par le Web, en particulier les « retours » et positionnements plus avant, dans la séquence ou l'arborescence ; ils rangent les parcours obtenus dans la catégorie générale du graphe (non caractéristique, c'est-à-dire non linéaire et non arborescent). Tous les cas de figure sont ainsi possibles, depuis l'unique lien transversal qui défait l'arborescence jusqu'au graphe complet où chacun des nœuds d'information est directement relié à tous les autres, au risque de submerger et noyer le navigateur par la surcharge cognitive alors induite.

À l'inverse de l'arbre, raisonné et structuré parfois jusqu'à la « rigidité », le graphe amène les traits d'une circulation facilitée par association et connexion d'items qui jusque-là n'étaient pas explicitement liés dans l'arbre ; son inconvénient est toutefois d'y sacrifier les classifications et hiérarchisations de contenus établies jusque-là dans l'arborescence.

▲ 2.1 Alternative, déjà et encore

Avec la deuxième structure alternative et sous couvert d'évaluation de la condition, le recours à une contribution de l'utilisateur pour une première interaction apparaîtra nécessaire dans la consultation multimédia. Si rien n'empêche une telle contribution dans la structure séquentielle (où elle n'a qu'un intérêt marginal, comme pour le renseignement des champs successifs d'un questionnaire), elle devient fondamentale dans la structure alternative. C'est en effet à l'issue de son évaluation qu'adviennent la bifurcation de parcours et les diverses possibilités pour une suite à la consultation. La contribution réactive de l'utilisateur et la structure alternative sous-jacente se posent ainsi au fondement de l'implémentation de parcours multiples [3].

Si elle apparaît évidente dès l'introduction des structures alternatives au fil de la consultation, l'interactivité mise en œuvre dans le multimédia semble néanmoins se dessiner comme une caractéristique plus complexe. Nous ferons ainsi les deux constats suivants. Tout d'abord, cette structure alternative pour l'articulation de contenus n'est de fait pas spécifique aux seuls documents multimédias. En matière de texte imprimé, pour ne parler que de lui, bon nombre d'ouvrages ou de parties d'ouvrages s'appuient déjà sur une telle implémentation. Ainsi, sommaires, index, tables des matières, notes, dictionnaires et autres encyclopédies thématiques ou alphabétiques, ou bien plus conjoncturellement les « livres interactifs », savent depuis longtemps mettre en œuvre dans le registre du strict imprimé une telle présentation de « possibles » à la lecture. Revient ici sur de tels supports le terme d'« entrées », parmi lesquelles le lecteur devra – mentalement – formuler un choix. Cette « formulation », effective la plupart du temps dans le renvoi à la page qu'exécutera la personne en feuilletant l'ouvrage, permettra au final d'accéder à l'élément à lire par la suite.

Le deuxième constat, dans le registre cette fois du produit multimédia, renvoie au fait que la structure alternative, seule, n'a pas de réelle pertinence. Qu'en serait-il en effet d'un produit, cédérom, site Web ou borne interactive — ou bien encore d'un sommaire ou d'un dictionnaire — qui riche de tout un éventail de choix, n'autoriserait en tout et pour tout, qu'une et une seule de ces consultations ? En d'autres termes, quel intérêt présenterait un « possible » pour la consultation (choisi comme tel dans un premier temps), s'il n'était pas envisageable de pouvoir par la suite réexaminer l'ensemble des possibles, de formuler un autre choix, et par là de s'orienter différemment dans un deuxième temps ? Plus généralement, le choix formulé ne s'avère pertinent que s'il est encore possible de le confronter effectivement ou de l'interpréter à l'aune d'un deuxième, d'un troisième, etc., qui contribueront à étayer et conforter la mention même du premier, quand la structuration affichée autour de ces items participe de fait de la construction de l'ensemble.

▲ 3. Interactivité et réitération

Les parties précédentes concluaient à des réflexions transitoires : d'une part, à une simple réactivité et à la seule détermination de parcours multiples, excluant toute contribution autrement substantielle en information de la part de l'utilisateur ; d'autre part, que pouvait être lue en filigrane de ce type d'interactivité, l'implémentation de structures alternatives, néanmoins

non spécifiques au multimédia et inaptes à en retracer dans l'ensemble un corollaire d'interactivité. Nous formulerons alors l'hypothèse que ce n'est pas tant la structure alternative qui fonde le trait interactif des documents multimédias mais plutôt sa généralisation, son automatisation et sa banalisation, c'est-à-dire au-delà de ce que l'on pouvait relever pour l'imprimé, sa systématisation générale. L'interactivité autour de seules alternatives, déjà décelée sur imprimé, ne fera qu'accroître sa pertinence à l'occasion de son articulation à des implémentations de graphes. De telles systématisations et figures de graphes renvoient alors au caractère prégnant de structures itératives [4] au fondement de l'interactivité multimédia.

D'autres développements pourront venir conforter cette hypothèse, qui mériteront néanmoins d'être approfondis dans un travail de thèse. Ils viennent tout d'abord en prolongement des premières réflexions que nous faisons en matière d'énonciation et de pragmatique linguistiques. De tels compléments à la notion d'interactivité s'entendent au-delà de typologies jusque-là proposées qui discernent notamment, d'une part l'interactivité hétéronome (Balpe, 1996), aussi qualifiée de réflexe ou de relative (Mabillot, 2000) ; et d'autre part et plus élaborée, l'interactivité autonome, ou génératrice. Pour ce qui nous intéresse ici, mentionnons brièvement que ces catégories s'opposent autour de la notion de pré-énoncé. Les premières recouvrent les cas où, avant l'énonciation effective, les pré-énoncés existent néanmoins in extenso au sein du dispositif (par exemple dans la mémoire de l'ordinateur) ; ceux-ci pourront alors être délivrés tels quels, dès que l'action appropriée de l'utilisateur les sollicitera. À l'opposé, dans le cas d'une interactivité autonome ou génératrice, les futurs énoncés n'existent pas en tant que tels à l'état de pré-énoncés dans le dispositif, mais seront élaborés, construits, c'est-à-dire « calculés » à partir des diverses informations à l'occasion de leur énonciation. Quelle que soit la catégorie dont elle relève ici, l'interactivité évoquée semble selon nous ne renvoyer qu'à de seules implémentations alternatives. Et, bien que ne témoignant plus d'énonciations réflexes ou réactives de la part du dispositif multimédia, l'interactivité autonome ou génératrice n'assigne pas moins l'interlocuteur humain à une constante position réactive. Conformément au modèle de l'échange discursif que nous évoquions plus haut en termes d'interventions initiatives et réactives, les premières restent dans ce cas le fait constant du dispositif, quand bien même les énoncés produits seraient élaborés pour les besoins de la cause et non de simples instanciations.

▲ 3.1 Initiatives renouvelées

Nous voudrions dans ce sens caractériser un autre type d'interactivité où les productions finales ne sont pas uniquement le simple fait du dispositif technique. Dès que l'interlocuteur humain est susceptible de quitter la position réactive (où seul peut être formulé un choix), il accède alors potentiellement à la production de contenus (texte, image, son, ou bien encore script). Ainsi, quelle que soit la forme que prendra cette création, il contribuera alors effectivement à l'énoncé lui-même, et non plus à la seule actualisation de pré-énoncés, fussent-ils latents ou calculés. Le « document » multimédia change alors de statut, puisque au-delà de simple document acté, pour prolonger l'expression d'« image actée » de Weissberg (1999), il devient ici document ouvert au sens d'Eco (1979), pouvant être enrichi des diverses contributions des utilisateurs, navigateurs, lecteurs, dès lors scripteurs, dessinateurs, acteurs... Nous renvoyons à d'autres travaux qui préciseront qu'un tel processus, moyennant interactivité, se base sur une « mise à disposition » des contenus, qui pourront être manipulés, triturés, recréés par l'utilisateur (Lambert, 2000, p. 67 ; Julia et Lambert, 2001). Outre ceux de type « forum », les sites de type contributif relèvent de cette catégorie. Et notons encore que l'hypertexte tel qu'il avait été initialement défini dans les préconisations à la norme HTML, mais contrairement aux implémentations qui en ont été faites, recouvre cette idée de contribution de l'utilisateur : l'édition du lien pouvait notamment être le fait de l'internaute (qui n'est pas auteur du document), quand celui-ci se retrouve aujourd'hui simple navigateur et non pas le créateur de liens un jour imaginé (ce qui

sera plus tard le fait en XML [5]).

Nous proposerons de discerner encore ici la prévalence de la structure itérative sur celle alternative. En effet, quels que soient les outils proposés à l'internaute pour ces contributions, confections de « liens », triturations, re-crétations (au moyen d'éditeurs de textes ou d'images, etc. ou de simples dispositifs dialogiques qui « passent la main » à l'utilisateur, placé ainsi en position initiative), ils mettent assurément en œuvre le fait de pouvoir faire et re-faire, de cumuler, de collecter (puis d'enregistrer), c'est-à-dire autant d'implémentations de nature itérative. Mentionnons à nouveau que cette réitération des processus puisse s'entendre indépendamment de la simple répétition de résultats : comme recommencement qui n'est pourtant jamais le même, ou encore susceptible à chaque itération de nouveauté, par exemple par accumulation. Comme argument supplémentaire, si le dispositif autorise à réellement faire – et non plus à seulement choisir et entériner un fait pré-énoncé — il autorisera aussi à défaire, supprimer, ré-initialiser. Ces opérations seront autant de retours à un état antérieur du document, de liens vers les contenus ou documents initiaux, qui pourront là encore être réitérés.

▲ Conclusion

Appréhendée sur la base de théories linguistiques énonciatives, la notion d'interactivité se heurte inévitablement à celle de simple « réactivité », intrinsèque selon nous à ce que marquent dans un registre théorique informatique la structure alternative et la seule sollicitation de l'utilisateur pour formuler un choix. Au-delà de ce premier type d'interactivité, sera pourtant discernée l'activité de l'interlocuteur humain, cette fois réellement contributive aux contenus multimédias. Or, et ce sera là une conclusion temporaire, de telles contributions ne peuvent être jusque-là envisagées en dehors de structures itératives qui règlent les modalités de cette nouvelle activité, et viennent systématiser l'interaction évoquée au premier niveau. Ou bien, pour renverser le propos, nous voudrions encore à l'issue de cette réflexion, soutenir l'affirmation selon laquelle une interactivité ne peut être pensée en dehors d'une contribution humaine aux contenus dispensés au sein du dispositif global, là où celle évoquée en premier lieu ne pouvait que cantonner l'utilisateur à une intervention réactive, quelle qu'elle soit. Seule l'interactivité évoquée en second lieu recouvre la spécificité de complètes interactions entre l'interlocuteur humain et le dispositif médiatique. Et ce, quels que soient les contenus délivrés par le dispositif technique, fussent-ils par ailleurs éminemment élaborés.

▲ Notes

[1] Formulée en 1936 par le mathématicien Church, cette thèse avance que toutes les fonctions décrites par un algorithme et donc réputées « intuitivement calculables » (ou « effectivement calculables » selon ses termes), sont calculables au sens formel du terme, c'est-à-dire notamment par implémentation sur machine. Il s'agit d'une *thèse* et non d'un théorème, quand l'auteur propose d'y lire l'équivalence d'une notion intuitive, relativement imprécise, et d'une notion formelle dans le langage mathématique, équivalence qui ne pourra donc pas donner lieu à démonstration, mais seulement s'étayer sur de fortes justifications.

[2] Le Théorème d'incomplétude, formulé en 1931 par le logicien Gödel, peut être ainsi paraphrasé : « Toutes les formulations de la théorie des nombres incluent des propositions indécidables ». En étendant les objets de la théorie des nombres aux assertions mêmes de cette théorie des nombres, Gödel instille dans le formalisme mathématique l'équivalent du paradoxe d'Epiménide (ou paradoxe du menteur) qu'énonçait le penseur crétois sous la forme « Tous les Crétois sont des menteurs », généralisé par la suite dans la formulation « Cette assertion est

fausse ». Dans le domaine mathématique, de telles propositions autoréférentielles, raisonnements mathématiques portant sur des énoncés mathématiques, ouvriront le champ riche en développements ultérieurs des propositions, non pas fausses, mais indécidables.

[3] Si une telle contribution de l'utilisateur implique la nécessaire structure alternative pour son évaluation et sa prise en compte lors de parcours multiples, la réciproque n'est pas vraie : une structure alternative peut bien évidemment s'appuyer sur l'évaluation d'autres variables strictement internes au programme ou au dispositif technique. Une telle précision ne remet pas en cause l'inhérence de la structure alternative à la possibilité de parcours multiples, quand en outre elle peut venir la prolonger, par exemple dans l'implémentation de parcours multiples aléatoires ou en fonction d'autres facteurs contextuels indépendants de l'utilisateur (date et heure de la consultation, etc.) ou du moins de sa stricte motivation (par exemple informations de type « cookies », enregistrées et réinterprétées par la suite à son insu).

[4] Dans la suite du texte, nous préférons l'expression « structure itérative » à celle de « structure répétitive », la première pouvant mieux que la seconde connoter un recommencement sans forcément une reproduction à l'identique : réitération ou répétition du processus, sans pour autant répétition du résultat, à l'instar de la récurrence, du programme et plus généralement du « calcul » informatiques, qui vont être réitérés pour d'autres données, sans répéter un même résultat.

[5] L'eXtended Mark-up Language (XML) est un langage informatique ouvert ou métalangage pour la description d'objets informationnels, textuels, visuels ou sonores. Le langage autorise notamment la réécriture de l'Hypertext Mark-up Language (HTML) en vigueur sur le Web. Il en permet notamment des prolongements, quand données, mises en forme et liens entre objets donnent lieu à des documents différenciés. En particulier un nouveau document composite peut être décrit dans ce langage par un auteur tiers sur la base de documents préexistants et accessibles indépendamment de ceux-ci ou de leurs auteurs. A l'intérieur de ces possibilités, le cas de figure minimal, c'est-à-dire la mention effective concernant dans son entier un seul document disponible par ailleurs, revient à l'implémentation du simple lien HTML : le document tiers (où figure ce lien hypertexte) « se prolonge » alors par le document lié, c'est-à-dire par une autre page HTML, téléchargée dans son entier.

▲ Références bibliographiques

BALPE Jean-Pierre (1996), *Techniques avancées pour l'hypertexte*, Paris : Hermès.

ECO Umberto (1979), *L'œuvre ouverte*, Paris : Seuil.

JULIA Jean-Thierry (2002), *L'hypothèse interactionniste de la notion d'interactivité*, texte soumis pour le 13e Congrès des sciences de l'information et de la communication tenu à Marseille les 14 et 15 octobre, Marseille : Société française des sciences de l'information et de la communication.

JULIA Jean-Thierry et Emmanuelle LAMBERT (2001), *Musée et interactivité : regards croisés*, Actes du Colloque national de la recherche en IUT tenu à Roanne du 13 au 15 juin, Roanne : Université Jean-Monnet, tome 1, p. 49-57.

LAMBERT Emmanuelle (2000), *La communication muséale au regard des cédéroms culturels*, mémoire de DEA en Sciences de l'information et de la communication, Toulouse : Université de

Toulouse II Le Mirail.

MABILLOT Vincent (2000), *Mises en scènes de l'interactivité. Représentations des utilisateurs dans les dispositifs de médiations interactives*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Lyon : Université de Lyon II Lumière.

<<http://vincent.mabillot.free.fr/interactivite/these>>

PELÉ Gérard (1999), « Hyper », *Arts et multimédia. L'œuvre d'art et sa reproduction à l'ère des médias interactifs*, dans Dominique CHATEAU et Bernard DARRAS (dir.), Paris : Publications de la Sorbonne, p. 35-46.

ROULET Eddy et al. (1985), *L'Articulation du discours en français contemporain*, Berne : Peter Lang.

SÉGUY Françoise (2000), « Les questionnements des écritures interactives », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, no 1, <http://www.u-grenoble3.fr/les_enjeux>.

WEISSBERG Jean-Louis (1999), *Présences à distance*, Paris : L'Harmattan.

▲ Pour en savoir plus

« Technologie et humanisme », *Kafkaiens magazine. Le magazine de la non-interactivité revendiquée*, <<http://www.kafkaiens.org/04kaf/techno4.htm>>.

MABILLOT Vincent, « Les dimensions proxémiques recomposées de la communication interactive », colloque *La communication médiatisée par ordinateur : un carrefour de problématiques*, <<http://grm.uqam.ca/cmo2001/mabillot.html>>.

« Postface sur l'interactivité », *Le design des didacticiels*, <http://tecfa.unige.ch/tecfa/teaching/LME/lombard/green/surl_interactiviT.html>.

Joëlle Le Marec, « Interactivité et multimédia : lieux communs revisités par l'usage », <http://www.ens-lsh.fr/labo/c2so/articles/le_marec/beaubourg.html>.

BEAUDOIN-LAFOND Michel, *Ceci n'est pas un ordinateur. Perspectives sur l'Interaction Homme-Machine*, <<http://www.tls.cena.fr/~jestin/SIG/old/docs/debat/TSI%20an%202000%20mbl.pdf>>.



© [Les éditions électroniques COMMposite](#) - 2002 - Tous droits réservés.



Veuillez attendre le chargement complet de cette page
avant de cliquer sur les boutons et les liens ci-dessous...

La question des inégalités au coeur des usages de l'Internet

résumé

sommaire

bio

par [Éric George](#)

Professeur en communication - Université d'Ottawa

© Éric George - 2002 - Tous droits réservés.

Cet article est aussi disponible en [format PDF](#).
Adressez vos questions et commentaires à [l'auteur](#).

▲ Résumé

La question de l'égalité se retrouve au coeur des problématiques traitant de démocratie et d'espace public, depuis l'antiquité grecque où les affaires publiques étaient abordées au sein de l'agora entre égaux, ce qui n'empêchait pas d'exclure par là même femmes et esclaves, jusqu'à l'espace public moderne où l'exclusion est demeurée longtemps de mise, sous prétexte que seuls les citoyens libérés de contraintes économiques et autres, étaient susceptibles de raisonner au nom de la collectivité. Dans le cadre de cet article, nous abordons la question de l'égalité à propos des usages de l'Internet à des fins de participation à l'espace public. Nous nous intéresserons à la fois aux usages collectifs à travers l'étude des sites d'organismes et aux usages individuels à travers celle de la participation à des listes de discussion. L'espace public créé par ces utilisations de l'Internet s'ouvre progressivement à un plus grand nombre de groupes et de personnes, mais il accepte également de plus fortes inégalités entre ceux-ci. On comprend dès lors que les organisations militantes qui luttent pour une diminution des inégalités à travers le monde s'interrogent quant à leur appropriation collective du réseau informatique.

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

Descripteurs : démocratie, Internet, espace public, égalité, inégalités, usages, accès, militantisme

Présentation conseillée pour citer cet article : GEORGE Éric (2002), « La question des inégalités au coeur des usages de l'Internet », COMMposite, v2002.1, <<http://commposite.org/2002.1/articles/george6.html>>



▲ Sommaire

- [1. L'égalité au coeur de la démocratie et de l'espace public](#)
- [2. Précisions d'ordre méthodologique](#)
- [3. Le dessein de la Toile entre objectifs et moyens](#)
 - [3.1 Des objectifs fort différents, voire opposés](#)

[3.2 Des moyens très inégaux](#)

[4. La démocratie en actes sur les listes de discussion](#)

[4.1 Des conditions d'accès variables](#)

[4.2 Une maîtrise de l'informatique très inégale](#)

[4.3 La détention du savoir en question](#)

[Conclusion](#)

[Notes](#)

[Références bibliographiques et électroniques](#)

[Pour en savoir plus](#)

À l'instar d'autres dispositifs sociotechniques plus anciens, le réseau Internet est souvent présenté comme un outil susceptible de contribuer au renouveau d'une démocratie qui serait en crise [1]. Selon des discours souvent spéculatifs en provenance de différents champs, politique, économique, journalistique, voire académique, il permettrait notamment aux citoyens et aux citoyennes de s'impliquer plus activement dans la vie de la Cité (cf. par exemple les discours de Gore, 1994, Lévy, 1995). Plus concrètement, l'utilisation de l'Internet par des organisations militantes a été évoquée pour la première fois à l'échelle mondiale en 1998 pour expliquer l'échec des négociations sur l'Accord multilatéral sur l'investissement (AMI) qui a été discuté au siège de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) entre 1995 et 1998.

Les opinions de personnes aux positions institutionnelles pourtant très différentes les unes des autres ont convergé sur le rôle de l'Internet dans la mobilisation réussie contre le projet. Le bras droit du responsable du groupe de négociation de l'AMI à l'OCDE, M. Jan Huner (cité par Rivière, 1998), a mis l'accent sur le rôle de l'Internet dans l'échec des négociations : « la dernière des leçons [de cette affaire], c'est la puissance d'Internet. Ce média s'est révélé le pire ennemi de l'AMI. Assurons-nous que, dans toute future négociation multilatérale sur l'investissement, à l'OMC ou ailleurs, Internet soit notre meilleur ami ». Catherine Lalumière et Jean-Pierre Landau (1998), les auteurs du rapport sur l'AMI commandé par le premier ministre français de l'époque, Lionel Jospin, ont écrit au mois de mai 1998 :

le développement de l'Internet bouleverse l'environnement des négociations. Il autorise la diffusion instantanée des textes en cours de discussion, dont la confidentialité devient de plus en plus théorique. Il permet, par-delà les frontières nationales, le partage des connaissances et des expertises. Sur un sujet pourtant très technique, les représentants de la société civile nous sont apparus parfaitement informés, et leurs critiques bien argumentées sur le plan juridique.

Parmi les acteurs de la mobilisation contre l'AMI, l'informaticien canadien Russel McOrmond (cité par Rivière, 1998) a hébergé le site du réseau MAI-not qui fut à la pointe de la lutte contre l'AMI. Il estime que le réseau informatique a tenu un rôle crucial dans l'échec du projet : « je ne parle pas de [mon réseau] Flora en particulier, mais je pense qu'il n'y aurait eu aucune discussion sur l'AMI et que celui-ci serait passé depuis longtemps s'il n'y avait pas eu Internet. Les médias dominants ont toujours été favorables à la globalisation ».

Membre de la rédaction du *Monde diplomatique*, Christian de Brie (1998) souligne le double rôle de la société civile et de l'Internet et estime qu'il est possible de modifier « le rapport de forces par la mobilisation active de larges secteurs de la population, grâce aux relais associatifs ». Il ajoute que c'est l'Internet qui a rendu possible la mondialisation de l'information et de l'opposition à l'AMI alors que, jusqu'à une époque très récente, seuls quelques grands États

et les transnationales disposaient des moyens pour faire circuler l'information à l'échelle mondiale, « fondement de leur puissance » (ibid.). Il écrit pour conclure que, désormais, « Internet ouvre des perspectives nouvelles à une mondialisation de la résistance, encore embryonnaire » (ibid.).

Enfin, des chercheuses et des chercheurs ont abondé dans le même sens. C'est ainsi que dans un article au titre évocateur, « Le Net au service de la pensée critique », et en prenant l'AMI comme illustration de ses propos, Jean-Marc Fontan (2000, p. 73) a écrit que :

le Net, qui donne à des individus la possibilité de faire directement des opérations nécessitant de moins en moins d'intermédiaires et d'interfaces humains, peut être perçu comme un indice d'une plus grande liberté d'expression et d'une possibilité d'action élargie. À ce titre, le Net serait du nombre des technologies facilitant la production d'une pensée et d'une action critiques.

Ces discours quasi-unanimes en provenance de personnes d'horizons aussi différents nous ont amené à travailler sur cette question dans le cadre de notre thèse de doctorat [2]. Notre objectif cherchait moins à vérifier ou à remettre en cause les propos repris ci-dessus qu'à tenter d'aller au-delà de ceux-ci. Dans le cadre de cet article, nous présentons quelques uns des enseignements issus de nos recherches, qui se sont déroulées sur une période de quatre ans, en portant notre attention sur la question cruciale de l'égalité à propos des usages de l'Internet à des fins de participation à l'espace public [3]. Nous n'aborderons pas ici la sociologie des usages des TIC, notamment l'approche de l'appropriation, qui a fait partie du cadre théorique de notre thèse à côté des travaux sur la démocratie et l'espace public [4]. Dans un premier temps, nous aborderons brièvement la notion d'égalité en rapport avec les concepts de démocratie et d'espace public. Nous traiterons dans un deuxième temps des inégalités d'usages constatées lors de nos observations de la Toile aussi bien à l'échelle des organisations qu'à celle, plus micro, des listes de discussion. Nous concluons en nous interrogeant sur le dilemme soulevé par la multiplication des innovations sociotechniques en termes de dispositifs communicationnels auprès des organisations militantes.

▲ 1. L'égalité au cœur de la démocratie et de l'espace public

La question de l'égalité se retrouve au cœur de la façon dont nous concevons la démocratie. Déjà dans la Grèce antique, les égaux, les citoyens libres, étaient distingués des autres membres de la Cité. À l'époque, l'égalité des citoyens était une égalité de fait (celle des chefs de famille, héritiers des fondateurs de la cité) et s'accommodait fort bien de l'exclusion politico-sociale des femmes et des esclaves. C'est à cette époque que la distinction entre la sphère publique constitutive de l'espace public et la sphère privée est née. Lorsqu'il s'intéresse à l'espace public moderne, Jürgen Habermas (1978, p. 15 [1962]) fait d'ailleurs référence à l'Antiquité et à la séparation des deux sphères (dont la tradition porte également selon lui une empreinte romaine) :

dans la cité grecque parvenue à son apogée, la sphère de la *polis*, la chose commune à tous les citoyens libres, est strictement séparée de la sphère de l'*oïkos* (la maison) qui est propre (*idia*) à chaque individu. La vie publique se déroule sur la place du marché, l'*agora*, mais elle n'est pas en quelque sorte dépendante de ce lieu : la sphère publique se constitue au sein du dialogue (*lexis*), qui peut également revêtir la forme d'une consultation ou d'un tribunal, tout comme au sein de l'action menée en commun (*praxis*), qu'il s'agisse alors de

la conduite de la guerre ou des jeux guerriers.

Pour Jürgen Habermas, cet espace public formé par les citoyens a été préservé à travers les siècles non pas comme « formation sociale » mais comme « modèle idéologique » (ibid., p. 16) et les deux catégories de sphères publique et privée « n'ont retrouvé d'application effective dans la pratique du droit qu'avec l'apparition de l'État moderne et cette sphère qui lui fait face : la société civile » (ibid.). Toutefois, en pensant l'espace public comme un lieu où la parole serait libre, où elle serait conçue comme libérée des contraintes sociales, Jürgen Habermas amène à s'interroger.

Il lui a notamment été reproché de considérer l'espace public en tant que dimension idéale d'un âge d'or qui n'aurait jamais existé. Ces critiques se sont multipliées [5] alors que le chercheur (Habermas, 1992 [1990]) reconnaissait lui-même un certain nombre d'insuffisances. L'une des critiques les plus intéressantes est celle de Nancy Fraser (1993, p. 8-9) qui estime que les femmes, les ouvriers et les non-Blancs étaient exclus d'un espace public bourgeois masculin blanc, mais aussi que l'espace public n'est, ni tout à fait un élément de l'idéologie bourgeoise masculine qui assure ainsi sa domination sur la société, ni tout à fait une notion intéressante qui n'a pas été réalisée en pratique mais qui porte encore en elle une force propice à l'émancipation. Elle en vient ensuite à considérer qu'il n'est pas possible de s'interroger sur l'espace public et la démocratie politique (« political democracy ») sans intégrer dans l'analyse l'égalité sociétale (« societal equality »).

L'égalité s'est d'ailleurs avérée être au « cœur de la citoyenneté moderne » comme l'affirme Joseph-Yvon Thériault (1999) lorsqu'on analyse d'un point de vue historique les nombreuses luttes des femmes et des non-Blancs pour obtenir le droit de vote qui ne sera vraiment universel dans certains pays que deux siècles après la Déclaration française des droits de... l'homme et du citoyen, voire même après la Déclaration universelle des droits de... l'homme, votée en 1948 au sein de l'Organisation des Nations-Unies.

▲ 2. Précisions d'ordre méthodologique

Reprenant à notre compte la problématique de l'égalité au sujet des usages de l'Internet à des fins de participation à l'espace public, nous avons procédé comme suit. Commençons tout d'abord par mentionner le fait que notre étude a été surtout qualitative. Cela dit, traiter cette question à partir de données quantitatives est également nécessaire. À ce sujet, on peut rappeler que les inégalités demeurent considérables à l'échelle planétaire. En 2000, plus des trois-quarts des internautes vivaient dans un pays de l'OCDE, alors que cette « zone » comprenait seulement 14% de la population mondiale (PNUD, 2001a, p. 40). Aux deux opposés, 54,3% des Étatsuniens étaient connectés à l'Internet alors que c'était le cas de seulement 0,4% de la population subsaharienne (PNUD, 2001b, p. 13).

On note également des différences considérables à l'intérieur même des pays occidentaux. Dans son enquête sociale générale réalisée en 2000, Statistique Canada (2001) a conclu que si le taux d'utilisation a triplé par rapport à ce qu'il était en 1994 (53% des personnes âgées de 15 ans et plus ont utilisé l'Internet à la maison, au travail ou ailleurs dans les 12 mois ayant précédé l'enquête contre 18% six ans avant), les inégalités n'ont pas pour autant été supprimées. Les personnes qui utilisent l'Internet demeurent en général plus jeunes, ont des revenus plus élevés et sont plus instruites que celles qui ne l'utilisent pas. Les hommes sont encore plus nombreux que les femmes. En outre, les francophones ne rattrapent par leur retard sur les anglophones, tandis que les habitants et habitantes des régions rurales du Canada restent moins enclins que les

citadins à se brancher. En ne niant pas l'intérêt de ces données, nous allons aborder la question d'un point de vue plus qualitatif.

Notre méthodologie de recherche a reposé à la fois sur :

1. des observations distanciées (étude de sites et des propos tenus sur trois listes, « ATTAC-talk », « Contrôle-OMC » et « liste-salAMI »),
2. l'analyse des réponses à des questionnaires envoyés par courriel à 50 abonnés-es d'« ATTAC-talk »,
3. des rencontres et des discussions par courriel avec plusieurs personnes (dont Philippe Rivière, le responsable des activités multimédia du Monde diplomatique et Laurent Jesover, responsable du site et des listes d'ATTAC, Stéphane Thellen, membre de SalAMI),
4. quelques visites au siège international et français d'ATTAC à Paris qui ont été l'occasion de discussions informelles,
5. la participation à plusieurs réunions de travail d'ATTAC Québec à Montréal, alors que celle-ci était en formation,
6. l'analyse d'un grand nombre de documents publiés par ATTAC et d'autres associations (livres, articles, tracts, statuts, etc.).

Pour sélectionner les sites, nous avons tenu compte des réponses recensées par les cinq outils de recherche sélectionnés après avoir effectué la requête sur l'expression « accord multilatéral sur l'investissement ». Ensuite, nous avons comparé la liste des sites retenus avec notre connaissance du dossier. Enfin, notre choix a été guidé par le souhait de voir figurer des sites produits par les différents acteurs sociaux, c'est-à-dire des sites des pouvoirs publics, des acteurs économiques et de la société civile. Finalement, nous avons retenu les sites des organisations suivantes : l'OCDE au sein de laquelle l'ami a été discuté, le *Monde diplomatique*, le Ministère de l'économie et des finances en France, le Ministère des affaires étrangères et du commerce international du Canada, le Congrès du travail du Canada (CTC), la Société des auteurs compositeurs dramatiques (SACD), ATTAC, SalAMI.

Nous avons tout d'abord étudié la nature du contenu des sites en concentrant notre attention sur la place accordée à l'AMI au sein de ceux-ci et sur la façon d'obtenir les informations pertinentes sur le sujet en étudiant l'architecture à partir de la mise en évidence des liens internes. Nous avons également fait attention aux dates de mise en ligne des contenus, à l'éventuel archivage de ceux-ci une fois le dossier refermé au siège de l'OCDE, ainsi qu'à la présence de liens externes pointant vers d'autres sites. Nous avons aussi porté notre attention sur la place de la production des sites dans les pratiques de communication. Nous voulions savoir dans quelle mesure cette production sur la Toile était liée à des activités plus anciennes relevant des pratiques traditionnelles de communication ou de nouvelles pratiques communicationnelles. Pour ce faire, nous avons étudié dans quelle mesure les contenus avaient été spécifiquement ou non conçus pour être mis en ligne, si l'hypertexte avait été utilisé, et dans quelle mesure les possibilités d'interactivité avaient été mobilisées.

À titre de complément, nous avons essayé d'en savoir plus sur les caractéristiques de la production des sites en tenant compte de la complexité de ceux-ci (utilisation éventuelle de *frames*, de *flashs*, de *plugs-in*, présence d'une version texte (lisible par exemple en mode texte *via* Unix) ou multimédia (avec du son et des images, fixes ou animées « lourdes » à télécharger), existence éventuelle d'intranets, de connexions sécurisées pour pouvoir effectuer des transactions, etc.). Cette question était importante d'un double point de vue : de celui de la production car, plus le degré de sophistication d'un site augmente, plus il implique un savoir et un savoir-faire supérieurs ; de celui des utilisations car plus le degré de sophistication d'un site

augmente, plus l'accès de celui-ci est réservé à une population disposant d'ordinateurs, de logiciels et de branchements performants.

En ce qui concerne notre recherche des listes de diffusion et de discussion, elle a été effectuée en deux phases. Premièrement, nous avons navigué sur les sites retenus. Nous n'avons alors trouvé qu'un site sur lequel étaient hébergées plusieurs listes susceptibles de nous intéresser, celui d'ATTAC. Nous n'avons pas constaté l'existence d'autres listes de diffusion ou de discussion en langue française correspondant à des courriels consacrés à l'AMI. Deuxièmement, nous avons cherché à partir du site qui a recensé jusqu'au printemps 2000 le plus grand nombre de listes de diffusion et de discussion francophones, celui du Comité Réseaux des Universités françaises (CRU). Nous avons alors sélectionné six listes à partir de leurs titres et de leurs descriptifs éventuels. Après deux semaines de suivi des échanges sur ces six listes, nous avons pu conclure, au moins provisoirement, que seule la liste d'ATTAC était partiellement consacrée à notre terrain d'enquête.

Une fois la liste répondant au titre (très français !) d'« ATTAC-talk » sélectionnée, nous avons choisi les messages allant du 13 octobre, date de notre abonnement à la liste et date située une semaine avant la reprise prévue des négociations à l'OCDE, au 30 octobre, c'est-à-dire une dizaine de jours environ après la reprise prévue des discussions. Nous envisagions alors de nous intéresser plus particulièrement aux messages consacrés à l'AMI. Or, il s'est passé un événement imprévu, le retrait de la France des négociations le 14 octobre, soit moins de 48 heures après notre abonnement. Pour plusieurs raisons, la plus évidente étant ce retrait de la France, nous nous sommes retrouvé avec un contenu qui n'était pas lié principalement à l'AMI. Toutefois, nous avons trouvé des éléments propices à la réflexion dans les messages. C'est pourquoi nous avons décidé, d'une part, d'étudier l'ensemble de ceux-ci et, d'autre part, d'élargir notre période d'observation jusqu'au 12 novembre suivant. Cela correspondait à un total d'un mois.

Par la suite, ayant eu accès aux archives, nous avons décidé de faire le même type d'analyse de contenu que celui effectué précédemment en nous intéressant cette fois aux courriels du premier mois, c'est-à-dire au mois de février 1998. Nous avons également porté notre attention sur trois autres moments, notamment entre juin et novembre 1999, période au cours de laquelle plusieurs changements sont intervenus, dont le passage de la liste en mode modéré. Enfin, nous avons profité du fait que nous avions accès aux archives complètes de la liste de discussion [6] pour faire quelques recherches complémentaires d'ordre quantitatif à propos des messages envoyés entre les mois de février 1998 et de mai 2000 à partir des variables suivantes : les auteurs-es des messages, les titres de ceux-ci et les dates des envois. Parallèlement, nous avons suivi de façon moins systématique les messages sur deux autres listes portant sur des thématiques proches, la « liste-salAMI » et « Contrôle-OMC ».

Nous avons porté notre regard sur la présence ou non de successions de courriels argumentés, de confrontation des arguments. Nous nous sommes plus particulièrement intéressé à cette dynamique des messages en nous demandant quels étaient les éventuels facteurs structurant celle-ci et structurant en conséquence l'espace public étudié. Nous étant rendu compte que les facteurs explicatifs relevaient à la fois de l'appropriation des matériels et logiciels et des connaissances de ceux-ci en économie et en politique, nous avons porté notre attention sur les inégalités en la matière. Nous avons essayé de voir si d'éventuelles contraintes d'ordre technique étaient susceptibles de favoriser les uns au détriment des autres. Quant aux arguments échangés proprement dits, nous avons cherché à savoir s'il y avait des prises de parole très diversifiées ou si, au contraire, certaines personnes essayaient d'imposer leurs points de vue à d'autres.

▲ 3. Le dessein de la Toile entre objectifs et moyens

L'étude des contenus – qui se sont avérés essentiellement des textes – consacrés à l'AMI sur les sites ainsi que celle de l'architecture hypertexte, des hyperliens externes et des possibilités d'interactivité amène à conclure à de très grandes inégalités dans les usages de l'Internet par les différentes organisations. Une majorité se sont contentées d'utiliser la Toile comme un nouveau moyen de diffusion de l'information, l'Internet étant minimalement intégré – souvent à la fin du processus – dans des politiques de communication préexistantes. Cela a notamment été le cas des organismes qui se sont contentés de mettre sur la Toile des contenus déjà produits sans tenir compte des potentialités spécifiques du support. Les faibles possibilités d'interactivité, qu'il s'agisse d'envoi de courriel, de participation à des conversations en mode synchrone ou asynchrone, en témoignent. Sur les sites des deux ministères retenus, il n'y avait aucune adresse de courriel sur les pages consacrées à l'AMI, idem dans le cas du site du Congrès du travail du Canada.

À l'opposé, les sites du groupe québécois Opération SalAMI, du *Monde diplomatique* et de la Société des auteurs compositeurs dramatiques ont mis une adresse de courriel à disposition des visiteurs, la SADC ayant été jusqu'à créer une adresse de courriel spécifiquement consacrée à l'AMI. De façon générale, cette faible mobilisation des spécificités de la Toile en tant que moyen d'expression est apparue également à l'analyse des liens hypertexte constitutifs de l'architecture des sites. Dans le cas du site du Ministère des affaires étrangères et du commerce international du Canada, les contenus consacrés à l'AMI n'étaient pas reliés entre eux, ceux-ci étant dispersés dans des rubriques différentes les unes des autres. Dans le cas du site du Congrès du travail du Canada, le contenu consacré à l'AMI est longtemps resté divisé en deux sous-ensembles distincts.

En revanche, le cas d'ATTAC s'est avéré très différent et témoigne d'une appropriation sociale (ou collective) beaucoup plus importante (George, 2001b). Non seulement des contenus consacrés à l'AMI ont été rédigés spécifiquement pour le site mais de nombreux liens ont pointé vers d'autres sites, certains d'entre eux reflétant d'ailleurs des positions très différentes de celles de l'association. De plus, à côté de la mise en service d'un ensemble d'adresses de courriel permettant de rentrer en contact avec les composantes de l'association, des répertoires de listes de diffusion et de discussion ont été créés progressivement. Le premier d'entre eux l'a même été avant la création officielle de l'association intervenue en juin 1998. Dès le mois de février, les messages, notamment consacrés à l'AMI, ont commencé à être envoyés sur la liste « ATTAC-talk ».

Que peut-on conclure de ces importantes inégalités en termes d'usages alors que les potentialités de l'Internet sont considérables ? Le « réseau des réseaux » constitue en effet le premier moyen de communication qui propose, à partir de la même plate-forme et des mêmes logiciels, un ensemble de fonctionnalités aussi variées que : la transmission d'informations organisées sous forme éditoriale sans qu'il y ait une réelle menace de pénurie en matière de support, des pratiques communicationnelles synchrones et asynchrones, deux-à-deux ou en grand nombre, et diverses possibilités d'effectuer des transactions – éventuellement en recevant les produits commandés par ce biais s'ils sont numérisés. Faut-il dès lors interpréter nos constatations antérieures comme la preuve d'un « retard » de la part de la plupart des organismes étudiés quant à leur utilisation de l'Internet en tant qu'espace public ? Rien n'est moins sûr. Nous avons plutôt tendance à penser que ces différences considérables dans les usages dépendent notamment des deux facteurs suivants sur lesquels nous allons revenir : les objectifs des organisations d'une part, leurs « façons de faire » et leurs moyens d'autre part.

▲ 3.1 Des objectifs fort différents, voire opposés

L'AMI a été discuté au sein de l'OCDE à partir de 1995. On aurait pu penser qu'il en serait largement question sur le site de l'organisme international. Pourtant, c'est sur deux autres sites que le projet a été mis en ligne. Une version anglaise du projet a été publiée à la fin de 1997 sur le site de *Public Citizen* alors que les autorités politiques de Washington n'avaient encore au mois de décembre jusqu'à l'existence du projet. Une version française a été mise en ligne au mois de février suivant sur le site du *Monde diplomatique*. C'est seulement après que d'autres organismes, à commencer par l'OCDE, ont mis en ligne une version du projet. Cela dit, alors que l'AMI a fait la « Une » des sites d'ATTAC, du CTC, du *Monde diplomatique*, de SalAMI et de la SACD, cela n'a pas été le cas sur les sites des deux Ministères et de l'OCDE. En ce qui concerne le site de ce dernier, il y avait pourtant une rubrique sur la page d'accueil intitulée « News on the OECD scene ». Or, le jour même de la reprise des négociations, le 20 octobre 1998, quatre des sept liens « pointaient » vers la conférence d'Ottawa sur le commerce électronique qui venait de se tenir du 7 au 9 octobre. Pas une ligne n'était consacrée aux négociations sur l'AMI. Le contenu sur le projet d'accord existait donc bel et bien à ce moment, mais sa visibilité était réduite.

Les institutions telles que l'OCDE et les Ministères étudiés ne se sont pas fixés pour objectif de publiciser les travaux sur le projet alors que des organismes comme ATTAC se sont fixés l'objectif inverse : faire toute la lumière sur l'accord [7]. Ceci explique largement les différences dans l'appropriation sociale de l'Internet. Un autre exemple, presque caricatural, vient renforcer cette thèse. Il s'agit de l'absence totale des sites des entreprises. Alors qu'elles étaient les principales bénéficiaires du projet, ces dernières semblent avoir été fort peu soucieuses d'utiliser la Toile pour défendre leur point de vue. Il est vrai qu'elles n'avaient pas besoin d'employer ce nouveau support pour faire part de leurs positions et pour faire prévaloir celles-ci dans un contexte où les responsables des plus importantes d'entre elles font partie pour le moins des personnes qui sont les plus « écoutées » par les États et par les organismes internationaux comme l'OCDE ou l'OMC. On peut expliquer de la même manière le fait que, bien que pratiquant l'interactivité en mettant en place un système d'adresses de courriel sur son site, l'OCDE n'a pas jugé bon de consacrer une adresse au dossier de l'AMI. L'organisme ne s'est pas donné pour tâche de communiquer avec la population, voire avec des groupes opposés au projet. En revanche, des associations comme ATTAC ont utilisé l'interactivité afin de favoriser l'ouverture de débats sur le sujet.

Enfin, ce qui explique la rapidité à mettre l'information en ligne ainsi que l'existence d'adresses de courriel permettant l'interactivité se constate aussi à la pratique de l'archivage. Nous avons retrouvé là deux cas de figure. Le premier cas peut à nouveau être symbolisé par le site de l'OCDE : l'essentiel du contenu consacré à l'AMI a été supprimé quelques semaines après l'abandon du projet. Seuls sont restés sur le serveur quelques documents éparpillés au sein desquels le sujet de l'AMI tenait une place secondaire. De plus, l'ancienne adresse du dossier a « bénéficié » de plusieurs reroutages, le dernier menant vers un nouveau dossier consacré à l'investissement qui ne comprenait aucun lien vers tout contenu lié directement à l'ancien projet.

Encore une fois, ATTAC se retrouve aux antipodes de cette façon de faire. L'essentiel du contenu présent sur le site a été systématiquement archivé. Nous avons même retrouvé quelques contenus issus d'autres sites qui ont été repris sur celui de l'association afin d'éviter tout problème tel qu'une suppression de fichier ou l'emploi d'adresses changeantes. Ainsi, alors que l'action précédente contribue à « gommer » une partie de l'histoire, cette pratique systématique de l'archivage tient un rôle stratégique dans la possible reconstitution d'un événement tel qu'il a été appréhendé dans telle ou telle perspective liée aux différents acteurs en présence.

▲ 3.2 Des moyens très inégaux

Les objectifs des organisations expliquent donc en partie que celles-ci s'approprient les potentialités de l'Internet de façons très inégales. Néanmoins, les inégalités d'appropriation dépendent aussi largement des moyens mis en œuvre. Nous allons traiter cette dimension de l'analyse en nous intéressant à la fois aux ressources matérielles, financières et humaines. Nous nous intéresserons notamment aux cas d'ATTAC et de SalAMI, la première ayant bénéficié au départ du soutien du *Monde diplomatique* et de plusieurs autres organismes qui sont d'ailleurs autant de personnes morales considérées comme des fondateurs de l'association alors que la deuxième n'a guère obtenu de soutien, du moins financier, à son lancement.

L'analyse des sites nous a amené à conclure que les investissements nécessaires à des fins de production de contenu demeurent modestes, notamment en regard à ce qu'ils sont pour d'autres médias comme la presse écrite, la radio et surtout la télévision, mais qu'ils ne sont tout de même pas négligeables. Certes, les sites visités sont apparus relativement sobres (pas de sites ou de parties de sites avec accès réservé, absence d'opérations de transactions, faible présence, voire absence de *frames*, de *plug-ins*, de *flashes* mais aussi d'images animées et d'extraits sonores). En conséquence, on pourrait croire qu'il n'est pas nécessaire de disposer de connexions à l'Internet à très haut débit et de bénéficier de connaissances approfondies en matière de programmation informatique.

La réalité est plus complexe que ça. Ainsi, pour une association comme ATTAC dont le site est sujet à plus d'un million de connexions mensuelles, la largeur de la bande passante est importante. Par ailleurs, nous avons remarqué que les responsables des sites utilisaient souvent les logiciels libres, à commencer par Apache, le système d'exploitation majoritaire sur les ordinateurs-serveurs qui hébergent des sites. Ils ont dès lors le choix, soit de bénéficier de services de distribution et d'après-vente payants, soit de ne pas payer mais dans ce cas de figure, ils doivent avoir un minimum de formation en informatique.

De plus, il ne faut pas oublier que des sites comme ceux de l'OCDE ou d'ATTAC, qui comportent plusieurs milliers de pages, sont en fait le fruit du travail de très nombreux collaborateurs et collaboratrices. L'OCDE compte 1850 agents au siège parisien – dont environ 700 économistes, scientifiques, juristes et autres spécialistes – auxquels il faut ajouter les membres des représentations à Berlin, Istanbul, Mexico, Moscou, Tokyo et Washington, soit autant de personnes qui sont susceptibles de collaborer d'une façon ou d'une autre à la production du site.

Quant à ATTAC, elle peut compter sur plusieurs milliers d'adhérents et d'adhérentes présents dans plus de 30 pays pour contribuer à enrichir le contenu du site. Si ce dernier est traduit systématiquement dans cinq langues – l'anglais, l'espagnol, le français, l'italien et le norvégien – et si de nombreux documents sont présents dans des langues très parlées dans le monde mais qui le sont dans des pays où il n'y a pas (encore ?) d'associations – c'est par exemple le cas du mandarin (Chine) et de l'hindi (Inde) – c'est grâce à la participation bénévole de 700 personnes qui consacrent au moins deux heures par semaine à travailler sur des traductions.

En conséquence, si le processus de production sur l'Internet, voire de distribution, peut constituer une barrière moins importante que dans le cas des médias classiques, cela ne veut pas dire pour autant que tout un chacun peut créer un site ayant un contenu riche et une certaine notoriété. À des fins de comparaisons, revenons un instant à SalAMI. La présence de ce groupe, encore informel, est restée relativement confidentielle sur la Toile. Lorsque nous avons visité le

site en novembre 1999, il s'est avéré que celui-ci était... plutôt bref.

Nous avons trouvé en effet une page d'accueil avec les origines de SalAMI, ainsi qu'un certain nombre de liens. Or, la majorité d'entre eux n'étaient pas actifs. Le lien « Teach-In » nous a mené vers le programme de sensibilisation daté du mardi 1^{er} juin précédent. Le lien appelé « calendrier » nous a mené vers la mention : « En ce jour du 1^{er} novembre 1999, voici les dates à retenir ! », puis vers trois dates correspondant à des événements dépassés ayant eu lieu entre le 1^{er} et le 5 mars 1998. Aucune information n'avait, par exemple, été mise en ligne à propos du procès subi par bon nombre d'activistes du groupe [8] alors que celui-ci avait fait l'objet d'une certaine publicité dans la presse écrite, voire à la radio. Le lien avait bien été prévu à cet effet, mais il n'y avait pas encore de contenu à la date de la consultation.

Enfin, nous avons constaté qu'il n'y avait aucun lien vers la liste de discussion « liste-SalAMI » à partir du site, pas plus qu'il n'y avait de lien vers aucun autre site, même celui de la revue *Alternatives*, hébergeur du site. Pourtant, la liste a été utilisée au fil des mois comme un moyen de se tenir au courant des affaires à la fois internes (évolution du procès avec, entre autres, les courriers électroniques de l'avocat des inculpés-ées) et externes (notamment des messages concernant le « Cycle du millénaire » lancé à Seattle au sein de l'OMC). Puis elle s'est éteinte au début de l'an 2000. Le manque de temps et de savoir-faire des militants et militantes explique largement cette utilisation minime de l'Internet.

De plus, cette utilisation minime a été doublée d'une visibilité particulièrement faible. D'un côté, aucun membre de SalAMI n'a pris le temps de contacter les responsables des répertoires afin que le site soit indexé. De l'autre, le site n'a pas été beaucoup référencé automatiquement par les moteurs étant donné que peu de liens hypertexte pointaient vers d'autres sites, et que visiblement, la réciproque était également vraie. C'est ainsi qu'il n'y avait même pas de lien depuis la page d'accueil du site d'*Alternatives* vers SalAMI. Or, les moteurs repèrent les pages et « balayent » celles-ci complètement en passant de lien en lien. Devant l'abondance de documents mis en ligne chaque jour sur la Toile, la « visibilité » d'un site fait partie des caractéristiques qui indiquent sa place relative en tant que composante de l'espace public, du moins électronique [9].

Dans une large mesure, les sites les plus complets sur l'AMI ont été ceux qui étaient le mieux recensés par les outils de recherche, alors que ceux qui étaient moins fournis étaient beaucoup moins présents. À titre d'exemple, le site d'ATTAC a été mentionné trois fois par Alta Vista dans les 50 premières réponses et quatre fois par Nomade dans les 22 réponses. À l'inverse, nous n'avons pas trouvé trace de SalAMI.

4. La démocratie en actes sur les listes de discussion

À un niveau d'analyse plus micro, nous avons observé les discussions sur la liste « ATTAC-talk » tout en suivant l'évolution de deux autres listes, « Contrôle-OMC » et « liste-SalAMI », et nous avons analysé les réponses à un questionnaire envoyé à des participants et participantes à la liste « ATTAC-talk ».

Les trois listes ont présenté des profils fort différents les uns des autres, ce qui témoigne encore une fois d'une grande variété des utilisations de chaque dispositif. Dans le cas de la liste créée par l'opération SalAMI, le nombre de personnes ayant envoyé des messages et le nombre de messages ont toujours été faibles. Cette liste a systématiquement été employée pour diffuser des informations factuelles, soit internes au groupe, par exemple lors du procès qui a impliqué 80

personnes militant pour le groupe ou gravitant autour, soit externes, par exemple lors du sommet de l'OMC à Seattle. Il n'y a jamais eu de débat.

À l'opposé, la liste « Contrôle-OMC » lancée par un ancien abonné de la liste « ATTAC-talk » a toujours été ouverte à toute participation sans aucune restriction. Deux traits ont largement découlé de l'absence de normes visant à encadrer les envois de courriels : un nombre considérable de messages et un faible nombre de participants et de participantes. Certains y verraient un bouillonnement d'idées permanent, d'autres surtout du bruit, la tendance étant plutôt à la répétition des propos.

La dynamique de la liste « ATTAC-talk » nous a semblé beaucoup plus complexe et nous allons donc nous intéresser à celle-ci. Cela est dû à la combinaison de plusieurs facteurs :

1. l'objectif de la liste, qui est de contribuer à la création du site de l'association sur la Toile, est apparu flou lors de son lancement, notamment parce que peu de personnes parmi les premiers abonnés avaient de connaissances suffisantes en matière de production de sites. Cet objectif n'a donc pas eu d'effet catalyseur sur l'action ;
2. le document rassembleur qui doit être adopté par tout groupe souhaitant prendre l'acronyme « ATTAC », la plate-forme de l'association, a été rédigé de façon à laisser une large marge de manœuvre aux différentes déclinaisons tant locales que nationales afin de tenir compte de la diversité des situations. En conséquence, il a été difficile d'évoquer la plate-forme pour encadrer les discussions sur la liste ;
3. le responsable technique de la liste – que nous appellerons ici « l'animateur officiel » – a affirmé dès le lancement qu'il s'agissait d'un espace non modéré et qu'il interviendrait peu. Dans les faits, une autre personne – que nous appellerons « l'animateur officieux » – s'est substituée progressivement en tant qu'animateur sans toutefois disposer, dans un premier temps, d'un statut reconnu par la direction de l'association, ce qui a posé des questions en termes de légitimité ;
4. la liste a été lancée au mois de février 1998 avant même la création officielle de l'association qui a eu lieu au mois de juin suivant. Or, dans une certaine mesure, les développements ont été parallèles, entrecroisés mais jamais confondus, la liste étant ouverte à des personnes non adhérentes à l'association et la quasi-totalité des responsables de l'association ne participant jamais aux discussions sur la liste.

Lorsqu'on prend en compte les messages sur une longue période, on remarque de considérables inégalités dans les prises de parole. Alors qu'à la fin du mois de février 1998, premier mois de fonctionnement de la liste, 309 messages avaient été rédigés et envoyés sur celle-ci, le nombre total de courriels envoyés sur « ATTAC-talk » atteignait un sommet en septembre et octobre 1999. Il y eut alors respectivement 894 et 1092 envois, le chiffre de 1092 correspondant à une moyenne de 35 messages par jour.

Toutefois, l'augmentation du nombre de messages ne fut pas essentiellement le fait d'une plus grande diversité des contributeurs et des contributrices, mais de celui de personnes ayant l'habitude de s'exprimer. Ce fut notamment le cas de L. qui envoya 251 messages au cours du mois de septembre (soit une moyenne un peu supérieure à 8 messages par jour), puis 178 entre le 1^{er} et le 13 octobre (soit une moyenne un peu supérieure à 13,5 messages par jour). À lui seul, il contribua à l'envoi de 28% des messages en septembre et de 22% d'entre eux entre le 1^{er} et le 13 octobre. On put constater par ailleurs qu'entre le 1^{er} et le 13 octobre, les autres personnes qui s'exprimèrent le plus furent A. (42 messages), J. (35), P. (29) B., N.(27 chacun) et l'animateur officieux, Laurent Jesover (25), ce dernier ayant une moyenne de deux envois quotidiens [10]. À six, ils rédigèrent 185 messages, soit 23% des envois pendant cette période sur une liste

comprenant plus de 700 abonnés-ées. Comment peut-on expliquer ces différences dans les prises de parole ?

Notre analyse nous a conduit à tenir compte des trois raisons suivantes qui peuvent se combiner entre elles. Premièrement, les conditions d'accès varient beaucoup en fonction des personnes. Deuxièmement, le degré de maîtrise technique du fonctionnement des listes de discussion diffère considérablement selon les abonnés-es. Troisièmement, la prise de parole dépend des représentations que les intervenants-es se font de la place que leur discours peut avoir dans le débat public, ce qui pose la question du rapport au savoir et de l'expertise.

▲ 4.1 Des conditions d'accès variables

Revenons sur la question des accès. À la lecture même des dialogues effectués sur la liste, on constate qu'il a parfois été question des différences d'accès des uns et des autres, celles-ci étant liées au fait que certains abonnés-es ne sont branchés qu'au travail alors que d'autres le sont à la fois au travail et à leur domicile, que plusieurs sont branchés grâce à une connexion rapide alors que la majorité le sont à une vitesse plus lente, etc.

Lorsque nous avons sélectionné 50 abonnés-es et que nous leur avons posé des questions, notamment au sujet de leur accès à l'Internet, les 25 réponses obtenues nous ont permis de constater que ces personnes avaient toutes déclaré avoir un ordinateur pour terminal sinon une station de travail. La quasi-totalité d'entre elles (22 sur 25) ont signalé la possession d'un lien avec le « réseau des réseaux » grâce au réseau téléphonique commuté (RTC), deux personnes ayant déclaré utiliser le réseau câblé et une le réseau interne de son lieu de travail. Signalons par ailleurs que sur les 22 personnes utilisatrices du réseau téléphonique, 4 ont affirmé louer également une ligne du réseau numérique à intégration de services (RNIS, commercialisé sous le terme « Numéris » en France). En outre, deux ont signalé avoir un lien en fibre optique à leur travail.

En ce qui concerne la répartition des branchements, nous avons constaté que si 22 des personnes ont parlé de lien à domicile, 12 ont mentionné un lien au travail, ce qui signifie qu'un nombre important bénéficie à la fois d'un branchement à domicile et au travail. Or, nous avons justement constaté qu'elles utilisaient les deux sans forcément faire de distinction forte dans les types d'utilisations. En conséquence, ces personnes avaient tendance à s'exprimer sur la liste à la fois lorsqu'elles étaient sur leur lieu de travail et à leur domicile.

On pourrait croire *a priori* que cela ne devrait pas avoir d'incidence sur d'autres prises de paroles, mais il en est tout autre. Les interventions fréquentes de certains inhibent suffisamment d'autres intervenants-es potentiels pour que ces derniers ne s'expriment finalement pas. Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si le contributeur le plus important, L. [11], déjà mentionné ci-dessus, bénéficiait en septembre et en octobre 1999 d'une connexion permanente à haut débit sur son lieu de travail (il s'agissait en fait d'un lien Ethernet fourni par son employeur). Cette connexion lui a permis d'« inonder » la liste « ATTAC-talk », ainsi que d'autres listes, de nombreux messages.

▲ 4.2 Une maîtrise de l'informatique très inégale

L'accès est une chose, l'appropriation des dispositifs techniques en est une autre. Nous avons remarqué que la technique tenait un double rôle dans la structuration des dialogues et donc dans la structuration de l'espace public constitué par la liste. Premièrement, la technique, entendue au

moins autant en termes logiciels que matériels, peut être appréhendée de façon très différente selon les personnes. Deuxièmement, elle peut devenir le sujet même des conversations sur la liste, voire un enjeu en termes de fonctionnement de la liste, mais on constate alors la monopolisation du débat par un petit nombre de personnes.

L'anglais constitue un passage obligé pour les internautes qui utilisent les listes de diffusion et de discussion, étant donné que les commandes sont systématiquement dans cette langue. Or, cette obligation de passer par l'anglais dans les commandes a gêné beaucoup d'internautes. Prenons le cas bien connu mais fort important de la possibilité de se désabonner d'une liste de discussion. Sur « ATTAC-talk », mais aussi sur plusieurs autres listes, nous avons été plus ou moins régulièrement témoin de souhaits de la part de personnes ne voulant plus recevoir de messages. Dans le cas d'« ATTAC-talk », il suffisait de cliquer sur l'option List-Unsubscribe: <mailto:attac-talk-off@rosa.bok.net> placée dans l'en-tête de chaque message pour avoir accès à l'opération de désabonnement. Cette opération semblait relativement simple. Pourtant, plus ou moins régulièrement, des internautes ont signalé sur la liste leur souhait de voir leur abonnement résilié.

Manifestement, certains d'entre eux firent exprès de signaler publiquement leur mécontentement avant de quitter la liste. Toutefois, pour d'autres, le passage obligé par les commandes en anglais posait visiblement un problème de compréhension relevant de la langue. On nota ainsi la présence répétée d'envois de commandes erronées du type « unsubscribe » dans lesquels il manquait systématiquement le « b » du verbe « unsubscribe ». Ne comprenant visiblement pas ce qu'il fallait faire, plusieurs personnes envoyèrent alors volontairement un ou plusieurs messages sur la liste afin qu'elles soient désabonnées. Dans certains cas, elles expliquaient qu'elles n'avaient pas réussi à se désabonner. Dans d'autres, nous avons eu l'impression qu'elles n'avaient même pas essayé, ignorant peut-être jusqu'à la signification de la formule présente dans l'en-tête des messages (« Merci de ne plus m'envoyer de messages, je ne les lis pas », « Je vous demande de bien vouloir me rayer de la liste. Merci. »).

Si le désabonnement est « marqué » par des contraintes techniques, il en est de même dans le cas de l'opération « répondre ». Selon les cas de figure choisis par le ou la responsable de la liste, utiliser cette fonction amène à répondre, soit à l'ensemble des abonnés-ées de la liste, soit à la personne qui s'est exprimée dernièrement. Tout dépend de l'adresse qui est précisée dans l'en-tête à la ligne comprenant la mention « Reply-To ». Soit le choix favorise automatiquement un renvoi des réponses vers l'ensemble des abonnés-ées de la liste de discussion (renvoyer un message vers une personne en particulier demande alors une petite démarche supplémentaire), soit il favorise le renvoi d'un message uniquement à la personne auteur du message auquel on répond (dans ce cas, c'est la réponse collective qui demande un petit effort de paramétrage supplémentaire). Encore faut-il le savoir.

Dans le cas d'ATTAC, la situation a été d'autant plus compliquée que les choix ont été modifiés en fonction des périodes. À certains moments, les fausses manœuvres furent si nombreuses – il y en avait parfois plusieurs par jour – que certains abonnés-es décidèrent de se désabonner à leur tour ou de renoncer à participer activement aux discussions. Ces fausses manœuvres ont parfois également mené certaines personnes, souvent les mêmes, à remettre en cause les objectifs mêmes de la liste.

La technique a aussi constitué un sujet de débat puisqu'il a été question du changement éventuel du support, de la liste de discussion à un groupe de nouvelles, entre le 13 octobre et le 12 novembre 1998. Au début de notre recherche, nous avons pensé que les options techniques majeures étaient fixées. Or, la situation peut être plus complexe dans la mesure où il demeure

plusieurs choix, à la fois des choix en termes de services à privilégier plutôt que d'autres – la liste de discussion ou le groupe de nouvelles dans ce cas – et des choix en termes de configurations de ces services. Un autre exemple de conversation portant sur la technique a été celui sur la pertinence de recevoir les messages, soit à la suite les uns des autres de façon indépendante, soit dans un seul courriel quotidien récapitulant tous les propos tenus.

Au cours des derniers jours du mois de juin 1999, alors que jusque là, la plupart des abonnés-es recevaient les messages les uns après les autres, la réception d'« ATTAC-talk » bascula exclusivement sur un mode recueil. Cosignant un message à deux – une fois n'est pas coutume, ce geste resta exceptionnel – l'animateur officieux, Laurent Jesover et l'animateur officiel, Philippe Rivière justifièrent cette décision le 28 juin en affirmant notamment que ce choix de configuration éviterait aux gens qui partaient en vacances d'avoir trop de messages à leur retour. En réalité, une deuxième raison les motivait. Ils espéraient ainsi diminuer le nombre quotidien moyen de messages jugé souvent trop élevé par des abonnés-ées qui se plaignaient plus ou moins régulièrement, voire qui se désabonnaient. Ainsi que nous l'avons déjà précisé, les abonnés-ées qui participaient le plus aux débats avaient en effet pris l'habitude de se répondre très rapidement les uns les autres. Laurent Jesover et Philippe Rivière visaient justement ce type de contenu en écrivant dans leur message : « ainsi chacun aura plus de temps pour préparer ses réponses, afin que celles-ci prennent réellement l'apparence d'une contribution ».

Un seul abonné ayant défendu la nouvelle solution, Laurent Jesover proposa le 7 juillet à celles et à ceux qui souhaitaient se réabonner en mode « réception continue » de le faire eux-mêmes. Seulement 20% environ des abonnés-ées modifièrent eux-mêmes la configuration de réception. La grande majorité resta abonnée au mode recueil, mais ce ne fut pas forcément volontaire car un certain nombre d'entre eux ne réussirent pas à changer à nouveau de mode de réception [12]. Au total, le nombre de messages diminua au cours des mois de juillet et d'août, mais ce fut surtout parce qu'il y avait en effet un certain nombre d'abonnés-es en vacances. Certes, plusieurs personnes recevant les messages en mode recueil furent moins tentées de répondre à autant de messages qu'auparavant, mais la plupart des participants et participantes les plus impliqués dans les discussions jusqu'au mois de juin se réabonnèrent en mode « réception continue » et recommencèrent à « occuper » la liste arguant du principe de liberté de parole.

▲ 4.3 La détention du savoir en question

Enfin, nous allons nous intéresser à une troisième dimension qui explique les inégalités dans les prises de parole. Certes, les observations ont montré que la quasi-totalité des intervenants et des intervenantes qui ont signé leurs messages n'ont jamais mentionné leur statut social lié à leur formation ou à leur profession pour justifier leurs propos. De plus, nous avons remarqué une certaine remise en cause de la frontière entre les détenteurs et détentrices d'un savoir reconnu institutionnellement et les autres. Ainsi, lorsque É. s'interrogea sur la signification de deux expressions, suite à l'envoi sur la liste de deux textes rédigés par des membres du conseil scientifique, ce furent deux abonnés « anonymes » de la liste, A. et J.-C. qui répondirent en donnant des définitions très détaillées du « Ratio Cooke » et du « modèle Morgan d'évaluation des risques » et non les membres du conseil qui étaient pourtant interpellés.

Toutefois, cette remise en cause de la frontière a seulement été partielle, notamment à cause de la difficulté des thèmes débattus. Plus ou moins régulièrement, des abonnés-ées se sont plaints de ne pas tout comprendre (« le pire, quand on n'est pas économiste, c'est qu'on n'y comprend pas grand-chose, à vos messages « élaborés » écrivit B. »). C. mentionna le fait que le sujet de la taxe Tobin était ardu et que s'il suivait le débat avec attention, il ne se sentait pas les compétences pour se faire une opinion. Tout en donnant quelques informations sur ce qui se

passait en Suisse en matière de couverture médiatique, F. avoua qu'il avait renoncé à lire le texte complet de l'AMI : « j'ai renoncé à lire le texte de l'AMI trop technique, je fais (mais ai-je raison en fait ?) confiance à l'article du *Monde Diplomatique* ». Il en tirait comme expérience que ce serait très difficile de mobiliser des gens : « d'une manière plus large, il va être tout sauf évident de créer une prise de conscience large sur cet accord. Le sujet en est ardu, complexe, loin des préoccupations des gens ». Ce genre de réaction expliqua d'ailleurs pourquoi il y eut si peu de débats consacrés au contenu précis du projet.

Il est donc apparu très vite évident qu'un minimum de connaissances en économie et en politique était nécessaire aux internautes qui souhaitaient vraiment participer à des débats de fond sur la liste de discussion. Si certains abonnés-ées ont montré qu'ils pouvaient proposer des analyses très pertinentes, d'autres ont avoué leur ignorance et ont alors souhaité être « éclairés » par les membres du conseil scientifique.

▲ Conclusion

L'analyse de l'Internet en tant qu'espace permettant de transmettre des informations et de communiquer sur les affaires publiques montre qu'il s'agit d'un lieu très inégalitaire en termes d'usages. Ces grandes différences, parfois très fortes, peuvent être dues à des objectifs différents mais aussi à des écarts en termes de capital économique, technique, culturel (entendu ici comme ensemble de connaissances surtout d'ordre économique et politique) tant chez les organismes que chez les individus.

On retrouve ici ce qu'écrit Bernard Miège (1995) à propos du lien entre les phénomènes d'inclusion et de différenciation. Au fur et à mesure que l'espace public s'ouvre à un plus grand nombre de groupes et de personnes, il accepte de plus fortes inégalités entre ses membres. Comme nous l'avons constaté, la participation d'un nombre croissant d'organismes et d'individus à ce nouvel espace public que constituent les services de l'Internet s'accompagne d'une hétérogénéisation des usages tant collectifs qu'individuels. La question de l'égalité, fondamentalement liée aux notions de démocratie et d'espace public, demeure donc un enjeu crucial lorsqu'il s'agit d'aborder l'Internet en tant que nouveau moyen de communication susceptible de contribuer à la vie de la Cité.

Cette question de l'égalité est d'autant plus centrale que les associations comme ATTAC et SalAMI luttent justement contre les inégalités dans le monde. Elles se retrouvent dès lors placées devant un dilemme [13], soit considérer que l'Internet contribue trop à accroître les inégalités et renoncer, du moins provisoirement, à s'en servir comme outil – et laisser alors d'autres acteurs sociaux, notamment des entreprises, investir le réseau informatique, soit développer l'activisme électronique en essayant de palier les inégalités par le développement d'une politique de formation, ce qui peut à la fois faire dévier l'organisation de ses objectifs initiaux et contribuer – paradoxalement – à mieux intégrer les internautes dans la société promise par les entreprises qui œuvrent notamment dans le secteur des technologies de l'information et de la communication.

▲ Notes

[1] Dès la fin des années soixante-dix, Simon Nora et Alain Minc (1978, p. 124) écrivaient dans leur rapport consacré à l'informatisation de la France : « la palabre orale, avec ses rituels, équilibrait le village. La palabre informatisée, et ses codes, doit recréer une « agora informationnelle » élargie aux dimensions de la nation moderne. Ainsi se dégageront,

progressivement, des accords, des compromis. Ils exprimeront un consensus engageant des collectivités de plus en plus larges, des perspectives de plus en plus lointaines ».

[2] Cette recherche a été effectuée dans le cadre d'une thèse de doctorat en communication effectuée en co-tutelle entre la France (École Normale Supérieure de Lyon (ex-Fontenay/Saint-Cloud), sous la direction de Jean Mouchon) et le Québec (Université du Québec à Montréal, sous la direction de Gaëtan Tremblay). Voir : George, 2001a.

[3] En cela, nous avons fait nôtres les préoccupations de chercheurs et de chercheuses qui, à l'instar de Michel Sénécal (1995), abordent l'espace public en mettant l'accent sur les inégalités vis-à-vis de l'accès et de l'appropriation de celui-ci en tant que lieu d'expression.

[4] Nous renvoyons au texte de Florence Millerand (1999) sur l'approche de l'appropriation.

[5] Les lecteurs et lectrices pourront se reporter à deux ouvrages faisant le point sur les travaux sur l'espace public. Le premier a été placé sous la coordination éditoriale de Craig Calhoun (1992) et le deuxième sous celle d'Isabelle Pailliar (1995).

[6] Cet accès à la liste complète des messages a été rendu disponible sur le site au cours de l'an 2000, sans que l'on sache exactement quand. Lorsque nous avons contacté le webmestre du site d'ATTAC au mois de mai 2000, il nous a répondu qu'il ne savait pas si tous les messages étaient archivés. Or, ils l'étaient en effet !

[7] Notons à ce sujet le titre d'un ouvrage publié (à la fois en version papier et en version électronique) par l'Observatoire de la mondialisation en collaboration avec le *Monde diplomatique* (1998) : *Lumière sur l'A.M.I., Le test de Dracula*.

[8] À l'origine, les membres de SalAMI avaient pour objectif d'attirer l'attention du public québécois sur les discussions portant sur le projet d'accord à Paris et sur la mondialisation plus généralement. Pour ce faire, ils ont cherché à empêcher les invités-ées d'une conférence sur la mondialisation à rentrer sur le lieu de celle-ci, l'hôtel Sheraton à Montréal, le 25 mai 1998. À l'occasion de cette action, 86 personnes ont été arrêtées et accusées de quatre chefs d'accusation : trouble d'une valeur supérieure à 5000 dollars, participation à un attroupement illégal, obstruction vis-à-vis d'un officier de police, perturbation de la paix. Ces personnes, dont des étudiantes et des étudiants, ont obtenu le soutien de plusieurs universitaires, notamment des sociologues de l'Université du Québec à Montréal, dont Michel Freitag et Jacques-Alexandre Mascotto, qui sont venus témoigner au procès. Les avocats de SalAMI ont évoqué la « défense de la nécessité » mais le juge a rejeté cette argumentation en s'appuyant sur une décision de la Cour suprême datant de 1984 considérant la « défense de la nécessité » comme le « masque de l'anarchie ». Finalement, le juge Yves Boisvert a tout de même accordé une absolution conditionnelle à tous les condamnés-ées, ce qui a signifié qu'ils n'auraient pas de casier judiciaire découlant du procès, moyennant le respect des conditions de l'ordonnance de probation. C'est de cette façon que SalAMI est devenu un groupe militant, encore informel, connu au Québec.

[9] On se rend compte alors combien une problématique de ce genre peut lier les études en sciences de l'information et celles en communication.

[10] Ce qui veut dire que Laurent Jesover envoya un peu plus de 14% des messages en tant que propriétaire en cette période critique alors que les envois de Philippe Rivière avaient seulement

représenté 3,9% du total en février 1998 et que les envois de Laurent Jesover avaient représenté 7,9% du total du 13 octobre et 12 novembre 1998.

[11] Précisons qu'il ne faisait pas partie des personnes qui ont répondu à notre questionnaire envoyé par courriel. Nous avons néanmoins pu obtenir plusieurs renseignements sur ses usages de l'Internet grâce à ses nombreuses interventions.

[12] Certaines personnes ont du éprouver des difficultés à se désabonner. Par ailleurs, Laurent Jesover renvoya un message pour expliquer la démarche à suivre le 9 juillet.

[13] Au cours de notre analyse effectuée au sein d'ATTAC (2001b), nous avons justement constaté la présence d'un certain nombre de discours intégrant les questions de l'accès et de l'appropriation inégalitaires. À certaines occasions, l'Internet est devenu un objet de discussion mais a aussi donné lieu à des séances d'information et de formation, le « réseau des réseaux » étant présenté, soit comme un outil au service du système économique, soit comme un moyen susceptible d'être mobilisé à des fins de pratiques militantes.

▲ Références bibliographiques et électroniques

CALHOUN Craig (dir.) (1992), *Habermas and the public sphere*, Cambridge (Massachusetts) : MIT Press, coll. Studies in contemporary German social thought, 498 p.

DE BRIE Christian (1998), « Vers une mondialisation de la résistance. Comment l'AMI fut mis en pièces », *Le Monde diplomatique*, décembre, p. 21, <http://www.monde-diplomatique.fr/1998/12/DE_BRIE/11435.html>.

FONTAN Jean-Marc (2000), « Le Net au service de la pensée critique », *Possibles*, vol. 24, n° 2-3, printemps-été, p. 62-78.

FRASER Nancy (1993), « Rethinking the Public Sphere. A contribution to the Critique of Actually Existing Democracy », dans *The Phantom Public Sphere*, Bruce Robbins (dir.), Minneapolis : University of Minnesota Press, p. 1-32.

GEORGE Éric (2001a), *L'utilisation de l'Internet comme mode de participation à l'espace public dans le cadre de l'AMI et au sein d'ATTAC : Vers un renouveau de la démocratie à l'ère de l'omnimarchandisation du monde ?*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication (France) et en communication (Québec), Montréal : Université du Québec à Montréal ; Lyon : École Normale Supérieure Lettres et Sciences Humaines, 362 p.

GEORGE Éric (2001b), « Le processus d'appropriation sociale de l'Internet en formation : le cas d'ATTAC », Actes du 12^e colloque du Centre de coordination pour la Recherche et l'Enseignement en Informatique et Société (CREIS) *Téléservices publics Usages et citoyenneté*, tenu à Paris du 28 au 30 mars 2001, <http://www.creis.sgdg.org/presentation/manifestations/is01_actes_colloque/ericgeorge.htm>.

GORE Al (1994), *Discours à la rencontre de l'Union internationale des télécommunications (UIT)*, Buenos-Aires, 21 mars, <<http://www.goelzer.net/telecom/al-gore.html>>.

HABERMAS Jürgen (1992), « L'espace public, 30 ans après », *Quaderni*, n° 18, automne, p. 161-191. Édition originale en langue allemande : préface de *Strukturwandel der*

Öffentlichkeit, édition 1990.

HABERMAS Jürgen (1978), *L'Espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris : Payot. Édition originale en langue allemande : *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Francfort : Hermann Luchterhand Verlag, 1962.

LALUMIÈRE Catherine, Jean-Pierre LANDAU et Emmanuel GLIMET (rapporteur) (1998), *Rapport sur l'Accord multilatéral sur l'investissement (AMI)*, Rapport intérimaire, septembre, <http://www.finances.gouv.fr/pole_ecofin/international/ami0998/ami0998.htm>.

LÉVY Pierre (1995), *Qu'est-ce que le virtuel ?*, Paris : La Découverte, coll. Sciences et société.

MIÈGE Bernard (1995), « L'espace public : perpétué, élargi et fragmenté », dans *L'espace public et l'emprise de la communication*, Isabelle Pailliar (dir.), Grenoble : Ellug, p. 163-175.

MILLERAND Florence (1999), « Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation (2^e partie) », *COMMposite*, V 1999.1, <http://commposite.uqam.ca/99.1/articles/ntic_2.htm>.

NORA Simon et Alain MINC (1978), *Rapport au Président de la République : l'informatisation de la société française*, Paris : la Documentation Française, coll. Points politique, 163 p.

Observatoire de la mondialisation (1998), *Lumière sur l'A.M.I., Le test de Dracula*, Paris : L'Esprit frappeur, <<http://www.monde-diplomatique.fr/livre/lumière/index.html>>.

PAILLIART Isabelle (dir.) (1995), *L'espace public et l'emprise de la communication*, Grenoble : Ellug (Editions littéraires et linguistiques de l'Université Stendhal), 211 p.

Programme des Nations-Unies pour le développement (PNUD) (2001a), *Mettre les nouvelles technologies au service du développement humain*, Bruxelles : De Boeck Université, <<http://www.undp.org/hdr2001/french>>.

Programme des Nations-Unies pour le développement (PNUD) (2001b), *Rapport annuel*, Bruxelles : De Boeck Université, <<http://www.undp.org/dpa/french/annual/annualreport2001/>>.

RIVIÈRE Philippe (1998), « L'affrontement des mondialisations ? », Assises de l'Internet non marchand et solidaire (IRIS), Paris : Assemblée nationale, 7 novembre, <<http://atlas.bok.net/attac/archive/199811/msg00233.html>>.

SÉNÉCAL Michel (1995), *L'espace médiatique. Les communications à l'heure de la démocratie*, Montréal : Liber, 254 p.

Statistique Canada (2001), *Les temps changent : pourquoi et comment les Canadiens utilisent Internet*, Enquête sociale générale (ESG) 2000, <<http://www.statcan.ca/francais/research/56F0006XIF/56F0006XIF00001.pdf>>.

THÉRIAULT Joseph-Yvon (1999), « La citoyenneté : entre normativité et factualité », *Sociologie et sociétés*, vol. 31, n° 2, <<http://www.erudit.org/erudit/socsoc/v31n02/theriaul/theriaul.htm>>.

▲ Pour en savoir plus

Association pour une taxation des transactions financières pour l'aide aux citoyens (ATTAC) : [<http://www.attac.org/indexfr.htm>](http://www.attac.org/indexfr.htm)

Archives de la liste « ATTAC-talk » (et d'autres listes d'ATTAC) : [<http://atlas.attac.org/talk>](http://atlas.attac.org/talk).

Congrès du travail du Canada (CTC) : [<http://www.clc-ctc.ca/francais/index.html>](http://www.clc-ctc.ca/francais/index.html).

Comité Réseaux des Universités françaises (CRU) : [<http://www.cru.fr>](http://www.cru.fr).

Ministère des affaires étrangères et du commerce international du Canada : [<http://www.dfait-maeci.gc.ca/menu-f.asp>](http://www.dfait-maeci.gc.ca/menu-f.asp).

Ministère de l'économie et des finances de la France : [<http://www.finances.gouv.fr>](http://www.finances.gouv.fr).

Monde diplomatique : [<http://www.monde-diplomatique.fr>](http://www.monde-diplomatique.fr).

SalAMI : [<http://www.alternatives.ca/salami/html/prempage.html>](http://www.alternatives.ca/salami/html/prempage.html).

Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) : [<http://www.oecd.org/index-fr.htm>](http://www.oecd.org/index-fr.htm).

Société des auteurs compositeurs dramatiques (SACD) : [<http://www.sacd.fr>](http://www.sacd.fr).



© [Les éditions électroniques COMMposite](http://www.composite.org) - 2002 - Tous droits réservés.



Veuillez attendre le chargement complet de cette page
avant de cliquer sur les boutons et les liens ci-dessous...

La mondialisation : du transport à la télécommunication

résumé

sommaire

bio

par [Martin Bouchard](#)

Étudiant en maîtrise de communication - Université du Québec à Montréal
© Martin Bouchard - 2002 - Tous droits réservés.

Cet article est aussi disponible en [format PDF](#).
Adressez vos questions et commentaires à [l'auteur](#).

▲ Résumé

La mondialisation fait partie des termes difficiles à cerner. La difficulté à lui donner une date de naissance en témoigne. Néanmoins, il semble clair qu'elle a impliqué dans une première phase un temps de déplacement de plusieurs jours, voire de plusieurs mois. C'est ce que nous appellerions la mondialisation-transport. Cela étant, depuis l'invention du télégraphe, les messages se déplacent plus rapidement que les messagers. On a pu dès lors lier la mondialisation aux usages des NTC, et envisager une mondialisation-télécommunication. Nous proposons de discuter cette distinction analytique dans cet article.

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

Descripteurs : communication, mondialisation, synchrone, télécommunication, temps, transport.

Présentation conseillée pour citer cet article : BOUCHARD Martin (2002), « La mondialisation : du transport à la télécommunication », COMMposite, v2002.1, <<http://commposite.org/2002.1/articles/boucha.html>>



▲ Sommaire

- [1. Une date de naissance incertaine](#)
 - [2. La mondialisation, des transports aux télécommunications](#)
 - [3. Mondialisation et temps médiatique : une mondialisation-télécommunication ?](#)
 - [4. Conclusion](#)
- [Notes](#)
[Références bibliographiques](#)
[Pour en savoir plus](#)

Nous entendons très souvent parler de mondialisation. Pourtant est-on sûr de bien cerner le

sens de ce terme ? Dans le cadre de ce texte, nous questionnerons le sens de ce terme à partir des significations que plusieurs auteurs lui attribuent, notamment Manuel Castells, Zaki Laïdi, Armand Mattelart et Ignacio Ramonet. Nous mettrons alors l'accent sur la question des relations entre le temps et les moyens de communication qui s'avère une façon pertinente d'aborder la mondialisation sous l'angle des études en communication [1]. Yves Winkin présente en effet la communication comme étant un ensemble très vaste. Il parle même de « véritable fourre-tout où l'on trouve des trains et des autobus, des télégraphes et des chaînes de télévision, des petits groupes de rencontre, des vases et des écluses, et bien entendu une colonie de rats laveurs » (1981, p. 13) [2]. Lucien Sfez choisit de son côté de ne pas traiter les transports dans son *Dictionnaire critique de la communication*, bien qu'en mentionnant ce manque, il signifie ainsi qu'il s'agit bien de communication : « Les absences ? Les transports (ponts et routes, chemin de fer, avion), champ trop vaste, difficile à délimiter pour l'instant. Peut-être d'autres éditions permettraient-elles de combler cette lacune ? Encore faudra-t-il trouver la problématique commune d'un chapitre « Transports » et trouver les compétences pour l'assurer » (1993, p. VII).

▲ 1. Une date de naissance incertaine

Ignacio Ramonet estime que la mondialisation remonte à l'arrivée des Européens dans les Amériques. Dans son ouvrage intitulé *Géopolitique du Chaos*, il affirme que la mondialisation appréhendée dans sa globalité est un basculement de civilisation. Elle serait le résultat final prévisible de trois dynamiques convergentes de l'humanité de cette fin de siècle : « la mondialisation de l'économie, ultime avatar de la modernité occidentale datant de l'expansion de l'Europe sur le monde au XVe siècle; la remise en cause de l'État providence et de l'État tout court, qui pourrait sonner le glas du politique et de la société ; la destruction généralisée des cultures » (Ramonet, 1997, p. 55).

En s'appuyant sur les enseignements de Braudel et Wallerstein, Manuel Castells affirme que l'économie mondiale [3] existe en Occident depuis au moins le XVIe siècle (1996, p. 121). La mondialisation dont il est question ici est inévitablement liée au monde des transports et au déplacement de la matière de même qu'à l'échelle à laquelle s'effectuent ces échanges. Les distances franchies à cette époque impliquaient d'ailleurs un temps de déplacement de plusieurs jours, voire plusieurs semaines.

Pour d'autres auteurs, la mondialisation constituerait un phénomène plus récent. Ainsi, pour Zaki Laïdi, « la mondialisation est un phénomène historique né véritablement au début du XIXe siècle » (2000, p. 42). Il met l'accent sur le fait qu'elle serait avant tout « [...] une représentation du monde, une phénoménologie » (ibid., p. 41). Laïdi la définit d'ailleurs en ces termes : « l'entrée symbolique du monde dans l'intimité sociale et culturelle de chaque société, avec tous les effets en chaîne que cette proximité, souhaitée ou redoutée, réelle ou fantasmée, entraîne sur ce que Deleuze appelait notre manière de voir, d'entendre et d'éprouver le monde » (ibid., p. 43). Pour Laïdi et le courant phénoménologique dont il s'inspire, l'attention portée sur une réalité ou un phénomène fait intégralement partie de ce phénomène. Dans le cas de la mondialisation, cela revient à dire que « c'est moins un fait ou une série de faits qui importe, que la capacité de ces événements à se répondre les uns aux autres, à faire signal et à produire un sens » (ibid.). On doit donc s'intéresser à la résonance entre les événements.

Laïdi (2000) estime également que la tendance à la mondialisation n'est pas sans contre-tendance. C'est ainsi qu'il affirme que le mouvement de mondialisation a été cassé par les deux guerres mondiales et la crise de 1929. De son côté, Salvatore Pappalardo (non daté, en ligne)

affirme, dans une note de lecture de *Mondialisation : les mots et les choses*, que : « les différents indicateurs statistiques de l'économie mondiale (volume des échanges, intégration monétaire (étalon or)...) (sic) révèlent une situation comparable ou légèrement supérieure et parfois même inférieure à la période qui précède la première guerre mondiale ».

▲ 2. La mondialisation, des transports aux télécommunications

Les transports puis, plus récemment, les NTC ont tenu un rôle important dans la tendance à la mondialisation :

Avec la multiplication et l'accroissement des interdépendances à l'échelle du globe s'esquisse une première idée de mondialisation. C'est avec les « grandes découvertes » des Européens qu'un tel réseau d'interactions s'est esquissé. Il ne s'est vraiment affirmé qu'avec les moyens de communication de la Révolution industrielle (bateau à vapeur, chemin de fer, télégraphe, etc.) et n'a cessé de s'approfondir depuis (Dollfus, Grataloup et Lévy, 1999, p. 3).

Alors qu'il estime que la mondialisation est née au moment où les Européens sont arrivés dans les Amériques, Ignacio Ramonet ajoute que « la mondialisation des échanges de signes, en particulier, a été fabuleusement accélérée grâce à la révolution de l'informatique et de la communication » (1996, p. 14-15). C'est pourquoi il a développé le concept de « système PPII (pour permanent, planétaire, immédiat et immatériel) » (ibid., p. 10). Ce système serait d'ailleurs, selon lui, le fer de lance de la mondialisation. « Tout a désormais tendance à s'organiser en fonction des critères PPII : valeurs boursières, valeurs monétaires, information, programmes de télévision, multimédia, cyberculture, etc. » (ibid.). La mondialisation se constate à la fois dans le cadre des échanges marchands du XVI^e siècle qui sont liés aux déplacements dans l'espace physique et dans le contexte des échanges de données en temps réel caractéristiques de l'Internet. Mais il serait pertinent de distinguer une mondialisation axée sur les transports et une mondialisation articulée sur les télécommunications.

Certains auteurs mettent l'accent sur les différences entre les deux catégories de mondialisation en faisant parfois appel au terme de « globalisation ». Pour Manuel Castells, « l'économie informationnelle est globale. Historiquement, c'est une réalité nouvelle, distincte d'une économie mondiale. [...] Une économie globale est autre chose [qu'une économie mondiale] : c'est une économie capable de fonctionner comme unité en temps réel à l'échelle planétaire » (1996, p. 121; italiques de l'auteur). L'idée de temps réel est aussi reprise par Mattelart pour distinguer la globalisation de la mondialisation. Il écrit que « la globalisation a fait ses premières armes dans la sphère des échanges financiers. Les cadres des systèmes nationaux ont sauté. Autrefois réglementées, cloisonnées, les places financières sont désormais intégrées dans un marché global totalement fluide, grâce à l'interconnexion généralisée en temps réel » (1996, p. 80). Il pense aussi que le terme de globalisation « rime avec fluidité des échanges et flux immatériels transfrontières » (ibid., p. 3) et qu'à la différence du mot mondialisation et de ses déclinaisons dans les diverses langues latines qui se limitent à la dimension géographique du processus, le terme global (synonyme de *holistic* en anglais) « renvoie explicitement à une philosophie holiste c'est-à-dire à l'idée d'unité totalisante ou unité systémique » (ibid., p. 82).

C'est ainsi que la question de la mondialisation peut être abordée du point de vue des études en communication à partir de la prise en compte du transport, tant des personnes que des informations, et du temps. À ce sujet, James W. Carey effectue une distinction intéressante :

The most important fact about the telegraph is at once the most obvious and innocent: It permitted for the first time the effective separation of communication from transportation. This fact was immediately recognized, but its significance has been rarely investigated. The telegraph not only allowed messages to be separated from the physical movement of objects; it also allowed communication to control physical processes actively. (1989, p. 203).

James W. Carey pense également que « from the time upper and lower Egypt were unified under the First Dynasty down through the invention of the telegraph, transportation and communication were inseparably linked » (1989, p. 15).

Or, depuis l'avènement du télégraphe, les messages peuvent dorénavant voyager plus rapidement que les messagers. Cette nouvelle donne ne modifie-t-elle pas dès lors le cours de la mondialisation ? Nous avons déjà remarqué qu'Ignacio Ramonet partage ce point de vue lorsqu'il développe le concept de système PPII (planétaire, permanent, immédiat et instantané). Ne peut-on pas dire à l'instar de Francis Jauréguiberry (1998) que la mondialisation-transport est régie par le temps physique nécessaire au déplacement et que la mondialisation-télécommunication est davantage régie par un temps médiatique ? La mondialisation issue du monde des transports implique un déplacement de matière, une matérialité. La mondialisation issue du monde de la télécommunication nous est quant à elle présentée comme relevant de l'immatérialité, du flux instantané, de la fluidité des marchés, de la possibilité de communiquer en temps réel à l'autre bout du « village global », bref de communiquer sans contraintes d'espace et de temps. Ignacio Ramonet parle même de « la vitesse de la mondialisation » qui est « d'autant plus rapide que les flux sont de moins en moins matériels et concernent chaque fois davantage des services, des données informatiques, des télécommunications, des messages audiovisuels, du courrier électronique, des consultations sur Internet, etc. » (1997, p. 50).

Ce changement ne constitue-t-il qu'une forme améliorée, plus achevée, autrement dit plus rapide de la mondialisation née avec la multiplication des transports ? Ou y a-t-il un changement dans la nature de la mondialisation ? Penser la mondialisation dont l'origine est liée au transport, peut-il nous aider à comprendre l'Internet et les autres formes de télécommunication ? Ou n'y aurait-il pas plutôt une mondialisation-transport et une mondialisation-télécommunication, chacune n'éliminant pas l'autre, mais opérant sur des modes différents ?

▲ 3. Mondialisation et temps médiatique : une mondialisation-télécommunication ?

Manuel Castells parle maintenant de « temps partagé » (1996, p. 463). Cette hypothèse mérite d'être creusée maintenant que les NTC nous permettent de communiquer à distance de manière synchrone (en temps réel) avec des interlocuteurs situés un peu partout sur la planète (à condition toutefois que ceux-ci soient branchés). Nous serions donc dans un « temps physique » que nous partageons avec nos voisins immédiats et dans un « temps médiatique » que nous partageons avec d'autres personnes avec qui nous sommes en contact via différents appareils électroniques. En la matière, c'est le télégraphe qui a constitué le bouleversement le plus important. C'est avec l'envoi du premier message de Morse entre Washington et Baltimore, effectué le 24 mai 1844, que la télécommunication est née (Union Internationale des Télécommunications, 2001, Internet).

De façon surprenante, le terme « télécommunication » apparaît seulement en 1904. C'est E. Estaunie, ingénieur et écrivain, qui le premier, a avancé le néologisme de

« télécommunication », mais le terme ne sera défini qu'en 1907 par l'Union Télégraphique Internationale, l'ancêtre de l'actuelle Union Internationale des Télécommunications (UIT). Cet organisme entendait alors par télécommunication « toutes transmissions, émission, réception de signes, de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de renseignements de toute nature, par fil, radioélectricité, optique ou autres systèmes électromagnétiques » (Union Internationale des Télécommunication, 2001). Certes, il était possible de communiquer loin (préfixe « télé ») bien avant, en fait dès l'apparition du télégraphe optique, voire de l'imprimerie. L'écrit peut en effet être considéré, dans un sens large, comme étant une des premières formes de télécommunication. (Guillaume, s.d., Internet ; Lanteigne, 1999, Internet). William Melody le reconnaît dans sa définition du terme : « Telecommunication is the transmission of signales over long distances. The earliest form of telecommunication was visual signaling with smoke, flags or lamps » (1989, p. 201). Toutefois, il met aussi l'accent sur des changements plus récents : « However, in the nineteenth century a revolution in communication began with the development of telegraphy and the telephone and continued with the invention of the radio and related technologies near the turn of the century » (ibid.).

Il n'est d'ailleurs sans doute pas innocent que le mot « télécommunication » n'apparaisse qu'au début du XX^e siècle. Cela nous laisse croire que la télécommunication n'est pas seulement le fait de communiquer à distance, mais aussi de pouvoir communiquer à distance de manière *synchrone*. Or, les possibilités d'échanger de façon synchrone se sont justement multipliées depuis quelques années. Il est maintenant possible d'être médiatiquement en contact avec des gens éloignés physiquement *via* un temps médiatique. L'*Internet Relay Chat* (IRC) de même que tous les services de messagerie instantanée — les plus connus étant ICQ et Messenger — basés sur l'Internet constituent bien des dispositifs qui permettent l'échange synchrone à distance. Comme le fait remarquer Gasparini,

[...] le processus de la synchronisation est rendu aujourd'hui plus complexe du fait que la co-présence des acteurs, qui « normalement » se réalise en face-à-face, peut aussi se produire sans que cela implique de se trouver au même endroit, et ceci à l'aide de certains outils produits par les technologies modernes : on peut par exemple se synchroniser au téléphone, ou se donner rendez-vous sur un réseau informatique. (1996, p. 670).

La synchronie à l'échelle mondiale engendrant un certain besoin de temps commun, deux temps médiatiques se sont développés récemment : le Greenwich Electronic Time (GeT) [4] et le *Internet time*. Nous examinerons ici plus précisément ce dernier temps créé par l'entreprise Swatch. Le *Internet time*, noté en beat, s'adresse essentiellement aux branchés et aux personnes établissant des échanges synchrones avec des interlocuteurs situés dans d'autres pays. L'objectif est qu'à un instant donné, les montres d'un Brésilien, d'un Français et d'un Japonais, présents dans leurs pays respectifs, indiquent la même heure. Ce temps, inauguré le 23 octobre 1998 [5], part d'un principe simple, voire simpliste. La journée de 24 heures est divisée en 1000 « beats » (notés sur une échelle de @000 à @999), la nouvelle unité de temps de l'Internet, un beat équivalant à 1 minute et 26,4 secondes. Ainsi, midi dans l'échelle classique du temps équivaut à 500 beats Swatch. Il est donc @500 sur toute la planète au même moment. Cette abolition des différentes heures locales permet donc d'éviter les conversions horaires fastidieuses et facilite la prise de rendez-vous avec des interlocuteurs situés dans des fuseaux différents : « Okay, so how can a surfer in New York, or a passenger on a transatlantic flight know when it is @500 Swatch Beats in central (sic) Europe for example ? How can the New York surfer make a date for a chat with his cyber friend in Rome ? Easy, the Internet Time is the same all over the world » affirme Swatch dans sa publicité (Internet, 1998).

Avec ce système de notation, il n'est donc plus nécessaire de connaître la localisation de son interlocuteur pour rentrer en contact avec lui en mode synchrone. En lançant son « temps Internet », Swatch prétend donc faire disparaître l'ère des fuseaux horaires. Or, bien que ce nouveau temps soit probablement utile à certaines personnes, il suscite toutefois plusieurs questions. Parmi celles-ci, il est permis de se demander qui des interlocuteurs sera en phase avec son temps local ? Dans le cadre d'une conversation à trois, lequel sacrifiera sa nuit de sommeil ? Ainsi, à @143, il est 22h25 à Montréal, 4h25 à Paris et 10h25 à Beijing (Pékin). La conception du temps introduite par le temps Internet [6] nie non seulement les heures locales du village global, mais les activités qui sont associées à ces heures. Pourtant, la possibilité technique de contacter quelqu'un n'importe où sur la planète à toutes les heures du jour et de la nuit n'élimine pas le temps physique local. D'ailleurs, en créant une nouvelle unité de temps, Swatch a dû aussi créer un... nouveau fuseau horaire qui sert de référence, et ce tout en prétendant supprimer tous les fuseaux [7]. Or, celui-ci passe par la ville suisse de Bienne, où se trouve justement le siège social international de l'entreprise. Ainsi, une journée de temps Internet débute à minuit, heure de Bienne, soit à 000 beat swatch. Le temps médiatique de l'Internet time correspond donc au temps physique de l'entreprise qui l'a créé, ce qui ne manque pas d'intérêt.

En fait, on peut même plutôt parler de superposition des temps physique et médiatique, ainsi que le propose Francis Jauréguiberry (1998). La tendance pourrait être également à la superposition des temps. Ce n'est pas parce que l'on communique dorénavant avec des personnes présentes sur toute la planète que nous n'obéissons plus à des rythmes sociaux locaux. Premièrement, comme nous l'avons constaté dans le cadre de nos recherches sur l'IRC, il peut y avoir développement d'activités simultanées qui mobilisent le temps physique pour certaines d'entre elles et le temps médiatique pour les autres (Bouchard, 2001). Deuxièmement, une bonne partie du temps médiatique fait référence à des usages asynchrones, à commencer par le courrier électronique et le Web. Ainsi, le succès du courrier électronique n'est-il pas dû en partie au fait qu'il permet facilement de s'échanger des messages relativement rapidement, sans pour autant tenir compte de façon précise des horaires de ses correspondants ? Son développement pourrait d'ailleurs bien être lié à son caractère ambigu. D'un côté, son asynchronicité n'implique pas de la part des interlocuteurs le partage du même temps. De l'autre, ces usages semblent tout de même « inviter » à répondre rapidement.

4. Conclusion

Alors que la mondialisation est généralement abordée selon des perspectives économique, historique, géographique ou politique, la séparation établie par James W. Carey entre transport et communication demeure un angle d'approche intéressant pour étudier la genèse du processus d'un point de vue communicationnel. Dans la perspective de Carey, il semble pertinent de distinguer deux facettes souvent confondues de la mondialisation : une mondialisation liée au transport et une mondialisation liée à la télécommunication. En conséquence, la « mondialisation » pourrait être appréhendée à partir des concepts de « temps médiatique » (Jauréguiberry) et de « temps partagé » (Castells) qui ouvrent des perspectives intéressantes pour les auteurs et chercheurs qui s'intéressent à la (télé)communication. De nouvelles questions surgissent dès lors : Doit-on réserver le temps physique au local et le temps médiatique au global ? Doit-on tenir compte de l'échelle à laquelle se passent les événements et réhabiliter ainsi l'espace dans l'analyse ? Doit-on envisager l'intégration des activités se déroulant dans le temps médiatique à l'intérieur du temps physique ? en marge ? en parallèle ? De fait, l'articulation de ces deux temps ne devrait-il pas être une question de notre temps ? Et ce, tout en gardant à l'esprit que transport et télécommunication ne s'excluent pas, bien au contraire. Il se pourrait même qu'à long terme on se rende compte que les deux tendances,

voyager et communiquer avec les NTC, se renforcent mutuellement et contribuent ainsi toutes deux à la mondialisation.

▲ Notes

[1] Il semblerait que ce terme soit plus souvent mobilisé par d'autres disciplines que les études en communication. C'est ainsi que le groupe Mondialisation du Groupement d'Intérêt Scientifique « Économie mondiale, Tiers-Monde, Développement » (GEMDEV) compte des économistes, des historiens, des géographes et des politologues mais pas de chercheurs en communication. De plus, les encyclopédies et dictionnaires de communication sont assez peu loquaces sur la mondialisation ou reprennent essentiellement les définitions établies par les chercheurs des autres disciplines, essentiellement des définitions d'économistes ou à caractère économique.

[2] Il en vient même à parler de « terme irritant ».

[3] C'est-à-dire une économie dans laquelle l'accumulation du capital s'effectue dans le monde entier.

[4] Pour plus de détails sur ce temps, les lecteurs et les lectrices pourront consulter le site : <http://www.get-time.org>.

[5] Il a été inauguré en présence de Nicholas Negroponte, fondateur et directeur du Media Laboratory (Medialab) au Massachusetts Institute of Technology (MIT), mais aussi grand chantre du cyberspace.

[6] « Temps » est ici une traduction de « *time* », mais il serait sans doute préférable d'employer le terme « heure ».

[7] Traditionnellement, c'est le méridien de Greenwich qui sert de repère pour ce que l'on appelle le Temps universel coordonné (ou TUC).

▲ Références bibliographiques

BOUCHARD Martin (2001), « CSMO et emploi du temps : le cas d'un canal montréalais d'Internet Relay Chat (IRC) », Actes du colloque *La Communication Médiatisée par Ordinateur : un carrefour de problématiques* tenu à l'Université de Sherbrooke les 15 et 16 mai 2001 publié par COMMposite et le Groupe de recherches sur les médias (GRM), Université du Québec à Montréal (UQAM), <http://grm.uqam.ca/cmo2001/bouchard.html>.

CAREY James W. (1989), *Communication as culture : Essays on media and society*, New York : Routledge, 241 p.

CASTELLS Manuel (1996), *La société en réseaux : l'ère de l'information*. Paris : Fayard, 613 p.

DOLLFUS Olivier, Christian GRATALOUP et Jacques LÉVY (1999), « Trois ou quatre choses que la mondialisation dit à la géographie », *L'Espace géographique*, vol. 28, n° 1, p. 1-11.

GASPARINI Giovanni (1996), « Les enjeux de la synchronisation et de la désynchronisation », *Information sur les sciences sociales*, vol. 35, n° 4, Londres : Sage, p. 669-680.

GEMDEV (1999), *Mondialisation : les mots et les choses*. Paris : Karthala, 358 p.

GUILLAUME Marc (1998), « La révolution commutative », *Les Cahiers de médiologie*, n° 6, p. 157-173, en ligne :
<http://www.mediologie.com/publications/mediologues/14_revolution_commutative.pdf>.

JAURÉGUIBERRY Francis (1998), « Télécommunications et dédoublement du temps », *Temporalistes*, n° 38, octobre, p. 10-14.
<<http://www.sociologics.org/temporalistes/home/index.html>>.

LAÏDI Zaki (2000), « La mondialisation comme une phénoménologie du monde », *Projet*, n° 262, juin, p. 41-48.

LANTEIGNE Josette (1999), « Penser les télécommunications », *L'Agora*, vol. 6, n° 3,
<<http://agora.qc.ca/textes/lanteign1.html>>.

MATTELART Armand (1996), *La mondialisation de la communication*. Paris : Presses Universitaires de France, coll. Que sais-je ?, 128 p.

MELODY William H. (1989), « Telecommunication Networks », dans Erik BARNOUW (dir.), *International encyclopedia of communications*, New York : Oxford University Press, 4^e vol., p. 201-204.

PAPPALARDO Salvatore (non daté), Note de lecture de *Mondialisation : les mots et les choses* du GEMDEV. Haut Conseil de la Coopération internationale (HCCI),
<<http://www.hcci.gouv.fr/lecture/note/nl019.html>>.

RAMONET Ignacio (1997), *Géopolitique du chaos*, Paris : Galilée, 160 p.

RAMONET Ignacio (1996), *Nouveau pouvoirs, nouveaux maîtres du monde : un monde sans cap*. Montréal : Fidès ; Québec : Musée de la Civilisation, 28 p.

SFEZ Lucien (dir.) (1993). *Dictionnaire critique de la communication*. Paris : Presses Universitaires de France, vol. 1, 922 p.

Swatch (1998). <<http://www.swatch.com>>.

Union internationale des Télécommunications (UIT) (2001).
<<http://www.itu.org/home/index.html>>.

WINKIN Yves (dir.) (1981), *La nouvelle communication*, Paris : Le Seuil, 372 p.

▲ Pour en savoir plus

Site de Zaki Laïdi : <<http://www.ceri-sciencespo.com/cerifr/cherlist/laidi.htm>>.

Section du site du Monde Diplomatique — revue dirigée par Ignacio Ramonet — traitant de la mondialisation : <<http://www.monde-diplomatique.fr/index/sujet/mondialisation>>.

Note de lecture sur l'ouvrage de Manuel Castells, *La société en réseaux*.
<<http://enap.uquebec.ca/ENP7303mal/Triolletkarineresume.htm>>.

Généalogie des nouveaux scénarios de la communication, intervention d'Armand Mattelart au colloque *25 images seconde*, Valence (France), 1996, <<http://www.monde-diplomatique.fr/livre/crac/21.html>>.

Site consacré au Greenwich Electronic Time : <<http://www.get-time.org>>.

Un monde privé de sens ? Rencontre avec Zaki Laïdi le 7 octobre 2001. Entrevue accordée à l'émission *Chasseur d'Idées* diffusé à Télé-Québec :
<<http://www.telequebec.qc.ca/idees/archives/20011007/index.asp>>.



© [Les éditions électroniques COMPOSITE](http://www.composite.org) - 2002 - Tous droits réservés.



Veuillez attendre le chargement complet de cette page
avant de cliquer sur les boutons et les liens ci-dessous...

Uruguay, démocratie et pluralisme: analyse du traitement télévisuel des élections présidentielles de 1999

résumé

sommaire

bio

par [Alexandra Dans](#)

Assistante de recherche au GRICIS - Université du Québec à Montréal
© Alexandra Dans - 2002 - Tous droits réservés.

Cet article est aussi disponible en [format PDF](#).
Adressez vos questions et commentaires à [l'auteur](#).

▲ Résumé

Cet article porte sur le traitement télévisuel des élections présidentielles en Uruguay, en novembre 1999. La situation très particulière de ce pays constitue un frein à la démocratie et au pluralisme dans les médias de masse en général, et particulièrement à la télévision uruguayenne. L'un des deux documents audiovisuels analysés montrera sans équivoque que la télévision uruguayenne et certains de ses journalistes sont souvent partisans au moment d'analyser une consultation populaire et que les diverses voix qui composent la nation n'y trouvent pas d'écho.

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

Descripteurs : Uruguay, démocratie, pluralisme, télévision, élections.

Présentation conseillée pour citer cet article : DANS Alexandra (2002), « Uruguay, démocratie et pluralisme: analyse du traitement télévisuel des élections présidentielles de 1999 », COMMposite, v2002.1, <<http://commposite.org/2002.1/articles/dans.html>>



▲ Sommaire

- [1. Introduction](#)
- [2. Cadre théorique](#)
- [3. Cadre méthodologique](#)
- [4. Sur les partis politiques et les élections de 1999](#)
 - [4.1. Les partis politiques uruguayens](#)
 - [4.2. Quelques données sur les résultats des élections 1999](#)
- [5. Bref aperçu du paysage médiatique uruguayen](#)
 - [5.1. Propriétaires des médias audiovisuels uruguayens : « les trois puissants »](#)
 - [5.2. L'organe de contrôle : Direction Nationale de Communication \(DCN\)](#)
 - [5.3. Les compagnies de câble](#)
- [6. Analyse du traitement télévisuel des élections présidentielles](#)

- [6.1. Les nouvelles télévisées et le temps d'exposition.](#)
- [7. Les publicités](#)
 - [7.1. Les émissions d'affaires publiques](#)
 - [7.1.2. Analyse de l'émission « Agenda Confidencial »](#)
 - [7.1.3. Analyse de l'émission « Tiempos de Decisión » avec Traverso](#)
 - [7.2. Synthèse de l'analyse des deux émissions](#)
- [Conclusion](#)
- [Références bibliographiques](#)
- [Pour en savoir plus...](#)

▲ 1. Introduction

L'Uruguay, comme la plupart des pays de l'Amérique du Sud, a subi une dictature militaire qui s'est prolongée pendant plus d'une décennie (1973-1984) et dont les traces restent perceptibles sur les plans politique et social, particulièrement aux plans constitutionnel et électoral. Les difficultés de reconstruction du système démocratique peuvent aussi être appréhendées par le système médiatique et le degré d'accès des divers acteurs sociaux et politiques à l'information et à l'expression de leurs opinions dans les médias de communication.

Comme explique la chercheuse mexicaine, Cecilia Rodríguez Dorantes, la démocratie dans la vie quotidienne dépasse le champ politico-électoral. Il s'agit d'une « culture qui doit s'ancrer dans le comportement quotidien de chacun d'entre-nous et qui doit se produire, se reproduire et s'apprendre à travers toutes les institutions sociales qui interviennent dans la reproduction d'une société et où les médias de masse occupent une place privilégiée à côté de la famille, l'école, l'État et les partis politiques » (Rodríguez Dorantes, 1995, p. 37).

C'est dans cette perspective que nous abordons le traitement des élections de 1999 par les différentes chaînes de la télévision uruguayenne, afin de faire un état des lieux de la démocratie et du pluralisme télévisuel de ce pays.

▲ 2. Cadre théorique

Cet article se situe dans la tradition des recherches sur *l'agenda-setting*. Concepts théoriques, instruments d'analyse et hypothèses en sont directement tirés. Ainsi, l'objet même de notre étude n'aurait plus le même intérêt si nous considérions le récepteur comme une entité totalement indépendante des médias qu'il consomme, et la télévision comme un outil sans aucune influence sur les choix des téléspectateurs. La présente approche permet, d'après nous, de mieux cerner le rôle des médias dans l'importance que les récepteurs attribuent aux informations reçues.

L'*agenda-setting* est une approche théorique créée en 1972 aux États-Unis par Maxwell McCombs et Donald Shaw (Université Chapel Hill, Caroline du Nord) à l'occasion d'une étude sur le rôle des médias dans la campagne présidentielle de 1968. Le constat majeur de cette approche est que les médias nous disent non pas ce qu'il faut penser, mais à quoi penser. Armand et Michèle Mattelart écrivent que, dans cette approche, les médias jouent le rôle d'un « maître de cérémonie » orientant les problèmes qui méritent de faire l'objet d'un débat dans une société (Mattelart et Mattelart, 1995, p. 87). L'importance de la recherche de McCombs et Shaw réside dans le fait qu'ils ont réussi à démontrer une correspondance entre l'agenda des médias et l'agenda des citoyens, c'est-à-dire une relation entre l'importance que les médias donnent à une question et l'importance que la société civile va lui donner.

Les recherches effectuées dans le cadre de cette approche ont évolué depuis l'étude de Chapel Hill et aujourd'hui on peut identifier deux nouveaux concepts apparus avec les recherches de Shanto Iyengar et ses collègues, Benjamin Page et Robert Shapiro. Dans une étude datant de 1992, ceux-ci vont développer un nouveau concept : *framing* (qui fait référence à la formulation). Ainsi, la façon dont une question est formulée au sein de l'agenda peut avoir des conséquences sur les comportements des récepteurs. Le nom attribué à un problème ou à une question peut avoir une incidence sur le fait que certains points de vue vont avoir plus d'importance que d'autres et ainsi influencer l'opinion publique (par exemple dans le cas de l'avortement, parler de « liberté de choix » ou du « droit à la vie » c'est formuler la même question très différemment) (Mc Combs et Shaw, 1993, p. 63). *Framing* c'est donc la sélection, intentionnelle ou non, de certains aspects d'une question par les médias.

Shanto Iyengar, Mark D. Peters et Donald R. Kinder ont, pour leur part, développé le concept de *priming* (qui fait référence aux adjectifs primordiaux ou principaux). *Priming* c'est la capacité des médias d'influencer, intentionnellement ou non, les critères à partir desquels les individus vont juger les questions et problèmes qu'on leur présente (ibid., p. 63)

Si, comme nous le suggère cette théorie, les médias influencent les questions et les sujets qui vont être importants aux yeux des citoyens, il est primordial que tous les pays disposent d'un système de communication démocratique et pluraliste. Peu d'études ont été réalisées dans les pays du tiers-monde par rapport à l'influence de cette théorie. Notre étude a donc pour ambition de reprendre les grands sujets abordés par cette approche pour analyser les élections présidentielles uruguayennes de 1999. Les concepts de *framing* et *priming* tels que définis un peu plus tôt, nous ont aidé à analyser comment la télévision a traité ces élections.

▲ 3. Cadre méthodologique

Notre corpus était initialement constitué par l'ensemble des émissions de nouvelles transmises par les chaînes de télévision pendant la période comprenant les campagnes présidentielles. Toutefois, l'accès aux documents des nouvelles télévisées nous a été refusé par les responsables des archives des chaînes de télévision sous le prétexte de ne pas disposer du personnel nécessaire pour copier des documents et des salles pour visionner, ou encore de n'avoir conservé aucun archive. Il est important de noter qu'il s'agit des mêmes émissions à avoir été mises en cause pour leur caractère partisan. Cette critique en provenance des milieux journalistiques, intellectuels et des partis de gauche a donné lieu à d'importantes mobilisations. C'était la première fois qu'un secteur de la société montrait un certain intérêt pour les questions communicationnelles du pays.

De ce fait, le corpus permettant cette analyse a été constitué par les informations tirées des documents journalistiques publiés pendant la période des élections. Comme la presse uruguayenne est une presse d'opinion, plusieurs sources différentes ont été consultées à cet effet. Nous avons aussi réalisé douze entrevues avec des professionnels du milieu (journalistes et patrons de médias). Nous devons cependant souligner que l'analyse de contenu la plus personnelle et indépendante réalisée est celle des émissions d'affaires publiques, les seuls documents audiovisuels auxquels nous avons eu accès. Ce matériel occupera donc une place privilégiée dans notre analyse.

Les deux émissions d'affaires publiques réalisées pendant la période des élections de 1999 que nous avons choisies sont : *Tiempo de Decisión* conduite par Jorge Traverso au canal 10 et

Agenda Confidencial animée par Néber Araújo au canal 12. Le choix de ces deux émissions a été motivé par le fait que la troisième chaîne privée (canal 4) n'a pas présenté d'émission journalistique pendant la période électorale et que les deux animateurs des émissions choisies sont également les présentateurs des nouvelles télévisées de leur chaîne respective depuis un bon nombre d'années. Nous avons cru intéressant d'analyser ce genre d'émissions très peu traité par les journalistes et par les analystes politiques au cours de cette période. Il sera intéressant de vérifier le type de couverture que ces émissions ont réalisé.

▲ 4. Sur les partis politiques et les élections de 1999

▲ 4.1. Les partis politiques uruguayens

Les principaux partis politiques uruguayens sont les partis de droite *Colorado* et *Nacional* (aussi nommé *partido blanco*), le parti de gauche *Encuentro Progresista* (nom de la coalition pour les élections de 1994 et de 1999, aussi nommée *Frente Amplio* [1]) et le parti *Nuevo Espacio*, de centre gauche et qui a obtenu très peu de voix comparativement aux trois autres partis.

Depuis la déclaration de l'Indépendance et jusqu'à ce jour, ce ne sont que les partis de droite qui sont arrivés au pouvoir.

▲ 4.2. Quelques données sur les résultats des élections 1999

Tableau 1 : Nombre de votes obtenus par candidat au premier tour [2]

Jorge Batlle	Luis Alberto Lacalle	Tabaré Vázquez	Rafael Michelini
694,617	472,238	854,170	96,760
31,29 %	21,29 %	38,51 %	4,36 %

N.B. : Toutes les données sur les élections sont tirées du site *Election watch* (www.cnn.com)

Le premier tour des élections de 1999 a eu lieu le 31 octobre 1999. Les candidats de chacun des principaux partis étaient Jorge Batlle (*Partido Colorado*), Luis Alberto Lacalle (*Partido Nacional*), Tabaré Vázquez (*Encuentro Progresista*) et Rafael Michelini (*Nuevo Espacio*).

Certains vont expliquer la défaite du candidat de gauche par la réforme constitutionnelle de 1996. Selon le chercheur uruguayen Pablo Mieres, la réforme constitutionnelle de 1996 répond au besoin d'adapter les règles du jeu à un nouveau contexte politique ou encore au désir d'influencer la direction et le changement en cours. Ce changement en cours, il le décrit en quatre étapes (Mieres, 1999, p. 3-4) :

1. Un appui aux deux partis traditionnels qui diminue de façon permanente et graduelle.
2. L'apparition de nouveaux acteurs politiques qui met fin au bipartisme et apporte un système pluraliste, où il y a plus de deux partis sur la scène politique.
3. Un appui considérable et croissant à l'option politique de gauche.
4. Un fractionnement croissant au sein de chaque parti.

Le projet de Loi constitutionnelle a été appuyé par les deux tiers des parlementaires, particulièrement par les deux partis traditionnels (*Nacional* et *Colorado*) et le *Nuevo Espacio*. La presque totalité de la fraction de la gauche (*Frente Amplio*), qui représentait 30 % du Parlement, a voté contre.

Le projet a ensuite fait l'objet d'un référendum. C'est avec un résultat final de 50,5 % que le changement biconstitutionnel a eu lieu en décembre 1996. Il faut noter que dans ce référendum, les votes observés [3] ont été comptés pour arriver à la majorité absolue.

Tabaré Vázquez aurait contré la tradition en étant élu le premier président de gauche de l'histoire uruguayenne si la réforme constitutionnelle de 1996 n'avait pas eu lieu. En effet, si nous comparons cette élection à celle de novembre 1994, le Président Sanguinetti n'avait été élu qu'avec 31,4 % des votes. En 1999, Tabaré Vázquez, n'obtenant pas la majorité absolue, a dû affronter Jorge Batlle au deuxième tour, qui a eu lieu le 28 novembre 1999. Jorge Batlle a remporté le deuxième tour avec 1,138,067 votes (51,59 %) contre 972,197 (44,07 %) pour Tabaré Vázquez.

Nombreux sont ceux qui se questionnent sur les raisons politiques qui expliquent la victoire de Tabaré Vázquez au premier tour mais non au deuxième tour. Il est très difficile de répondre catégoriquement étant donné l'incertitude qui est toujours rattachée aux votes. Cependant, certains facteurs peuvent être proposés. Un premier facteur explicatif peut se trouver dans la coalition que les partis traditionnels ont formée pour le ballottage afin de vaincre la gauche. Le parti *Nacional* ayant été éliminé au premier tour, une campagne d'appui au Parti *Colorado* avait été menée pour que ses électeurs votent pour leur adversaire traditionnel afin de battre la gauche au ballottage. La réforme constitutionnelle de 1996, qui instaure le ballottage, peut aussi, comme nous l'avons vu, être considérée comme un facteur explicatif de la victoire de Batlle au deuxième tour. Selon des militants de gauche la réforme a été acceptée grâce à l'appui des partis traditionnels qui souhaitaient éviter une éventuelle victoire du *Frente-Amplio*.

Un autre facteur explicatif est la question de l'impôt sur le revenu. Le *Frente-Amplio* proposait la mise en place d'un impôt sur le revenu, ce qui n'existe pas présentement en Uruguay. Cette question a été très débattue et a occupé une place primordiale dans l'agenda des nouvelles télévisées, et il est possible que cette proposition de réforme ait contribué à la défaite du parti de gauche. Enfin, selon Hebert Gatto, journaliste pour la revue *Cuaderno De Marcha*, le *Frente-Amplio*, ne répond pas à l'imaginaire politique de la majorité de la population. Selon lui, la gauche uruguayenne s'obstine à croire en la viabilité de l'utopie anticapitaliste sans assumer la crise profonde des paradigmes qui touche la gauche universelle (Gatto, 1999, p. 35).

▲ 5. Bref aperçu du paysage médiatique uruguayen

▲ 5.1. Propriétaires des médias audiovisuels uruguayens : « les trois puissants »

Trois grands groupes possèdent la plus grande partie des médias de masse uruguayens. Ces trois groupes correspondent à trois familles influentes et proches du pouvoir : le groupe Romy Salvo, le groupe Scheck et le groupe De Feo-Fontaina. Ils sont propriétaires des trois chaînes de télévision privée de la capitale (canal 4, canal 10 et canal 12) et de la plus grande compagnie de câble du pays (Equital : 44 % de la couverture nationale) regroupant Nuevo Siglo, Montecable, TCC et Multiseñal, perçues par le public comme quatre entreprises différentes. Equital a un président, un vice-président et un secrétaire, chacun représentant une chaîne privée de la

capitale. Ces trois postes sont détenus tour à tour et périodiquement par les trois propriétaires du canal 4, canal 10 et canal 12. Ces trois familles détiennent aussi des radios et des chaînes de télévision en dehors de la capitale (García Rubio, 1999, p. 88).

▲ 5.2. L'organe de contrôle : Direction Nationale de Communication (DCN)

La DNC est l'entité chargée de recommander au Pouvoir exécutif l'acceptation ou le rejet des propositions soumises par de nouvelles compagnies qui voudraient se lancer dans la câblo-distribution. Elle joue aussi le rôle d'inspecteur pour les compagnies de câble qui fournissent des services dans le pays. Cet organisme a reçu plusieurs critiques sur l'exercice de son rôle. À titre d'exemple, nous pouvons souligner l'existence de deux décrets concernant la télévision par câble qui n'ont jamais été respectés.

Le premier décret (1993-1994) est celui qui stipule que les autorisations données aux entreprises pour émettre par câble ne peuvent être transférées à une autre entité. Ceci veut dire que pour vendre une compagnie de câble, il est nécessaire d'obtenir une autorisation du Pouvoir exécutif. Or, TVC a changé deux fois de propriétaire durant les cinq premières années de son fonctionnement sans aucune autorisation de la part du gouvernement. Celui-ci s'est limité, après plusieurs années (la sanction date du mois de mars 2001), à appliquer à l'entreprise une amende de 30 mille pesos (environ 1660 US \$, l'équivalence est de 18 pesos pour 1 dollar américain) en acceptant toutefois le changement de propriétaires [4].

Le deuxième décret (mars 1993) interdit la participation d'étrangers dans la propriété des entreprises de télévision par câble. Or, la plus grande compagnie de câblo-distribution de l'Argentine, *Multicanal* (formé par les groupes Clarin, CEI et Tisa, telefónica internacional s.a.), a acheté la plus grande partie des actions de TVC et un Argentin, Samuel Liberman, est également propriétaire de Punta-Cable, la compagnie de câble de Maldonado et de Punta del Este (García Rubio, 1999, p. 88).

La DCN est née peu avant la transition du régime dictatorial au régime démocratique. L'entité a été créée sous la direction du ministère de la Défense. Selon le Professeur en Sciences de la Communication de l'Université de la République, Roque Faraone, même si, au niveau du contenu des messages, les changements par rapport au régime dictatorial sont évidents, le traitement de certains sujets, comme celui de la dictature militaire, restent encore tabous (1989, p. 19).

▲ 5.3. Les compagnies de câble

C'est le 6 juillet 1993 que le gouvernement du *Partido Nacional* fait un appel d'offres aux intéressés à l'exploitation de la télévision par câble à Montevideo. Le 11 février 1994, le Président Luis Alberto Lacalle et le ministre de la Défense, Daniel Hugo Martins, signent le décret 117/994 qui limite la câblo-distribution à cinq entreprises : Bahía Esmeralda SA (liée au Canal 4, elle fait des affaires sous le nom de Montecable), Riselco SA (liée au Canal 12, sous le nom de Nuevo Siglo), Tractoral SA (liée au canal 10, sous le nom de TCC), Daltero SA (liée aux trois chaînes privées, sous le nom de Multiseñal) et Bersabel SA (liée au Parti *Nacional*-sous le nom de TVC). Les quatre premières entreprises, liées aux trois chaînes de télévision privées, forment le conglomérat *Équital*. En détenant le contrôle du domaine à la capitale et 44 % de la couverture à l'échelle nationale, *Équital* devient la plus importante compagnie de câble du pays.

Le décret du Président Lacalle et du ministre Martin met hors compétition quatre autres

compagnies de câble : Canal Cable Comunidad (liée au journal de gauche *La República*), Cantley SA, Libremar SA et Uruvisión Cable TV. Ces compagnies intentent des poursuites depuis déjà sept ans en alléguant que ce décret était arbitraire, violait la libre compétition et allait à l'encontre de l'appel d'offres qui ne stipulait aucune limitation quant aux entreprises pouvant offrir le service du câble et n'exigeait que des pré-requis minimes pour accéder à l'exploitation de la télévision par câble. La première poursuite sera déposée le 4 mars 1994 par Canal Cable Comunidad. Plus tard, cette même compagnie présentera une demande pour exploiter une des chaînes que les entreprises offrant le service du câble n'utilisaient pas. Cependant, cette demande sera refusée par décret le 18 mai 1996 par le Président Julio María Sanguinetti (parti *Colorado*). Carlos García Rubio se questionne encore aujourd'hui sur le bien-fondé des concessions données par le gouvernement quand une de ces entreprises, TVC, a déjà allégué devant la DCN que le changement de ses propriétaires était dû à une incapacité économique (García Rubio, 1999, p. 81).

▲ 6. Analyse du traitement télévisuel des élections présidentielles

▲ 6.1. Les nouvelles télévisées et le temps d'exposition.

Il est possible de constater un net déséquilibre, en termes de temps d'exposition, au détriment du candidat de gauche, Tabaré Vázquez, lors du deuxième tour des élections présidentielles en novembre 1999. Comme nous n'avons pas eu accès aux documents audiovisuels originaux, nous reprenons ici les chiffres publiés dans un journal de gauche, *La República*.

Le tableau suivant montre la différence en temps d'exposition des deux candidats dans les nouvelles télévisées et pendant la période du ballottage (soit du 5 et 21 novembre pour les nouvelles télévisées et du 19 au 21 novembre pour les publicités).

Tableau 2 : Temps d'exposition de Batlle et Vázquez dans les nouvelles télévisées et dans les publicités

	BATLLE	VÁZQUEZ
Nouvelles télévisées [5]	59,7 %	40,3 %
Publicités [6]	65,2 %	34,8 %

Selon les calculs réalisés par le journal *La República*, la chaîne de l'État (canal 5) et deux des trois chaînes privées de Montevideo ont fait de la discrimination contre le candidat de gauche [7]. L'analyse du tableau présenté par ce journal permet de constater que, lors des nouvelles télévisées du 23 novembre 1999 (soit cinq jours avant les élections du deuxième tour), des trois chaînes que nous venons de mentionner, les chaînes télévisuelles ont consacré presque le triple de leur temps d'antenne au candidat du Parti *Colorado* (Jorge Batlle).

Tableau 3 : Minutes consacrées à chaque candidat par chaque chaîne de télévision

CHAÎNES DE T.V	BATLLE (en minutes)	VÁZQUEZ (en
----------------	---------------------	-------------

		minutes)
Canal 5	7 ' 42	5
Canal 10	10 ' 30	1 ' 55
Canal 12	9 ' 33	3 ' 30
TOTAL	27 ' 45	10 ' 25

▲ 7. Les publicités [8]

Certains professionnels et chercheurs ayant participé aux entrevues affirment que le parti de gauche a payé plus cher ses publicités. L'un d'eux, Manuel Flores Silva (patron de la revue *Postdata* et ancien député du parti *Colorado*) explique que les tarifs pour les publicités peuvent être très différents selon que l'on est d'un parti traditionnel ou d'un parti de l'opposition. De plus, le montant que les partis doivent verser pour réserver l'espace publicitaire varie aussi selon les partis et peut aller de 20 % à 50 % du prix de la publicité. Les débats entourant la question des prix des publicités opposent ceux qui affirment que le *Frente Amplio* est aujourd'hui un parti important et que la différence des prix est maintenant presque inexistante, à ceux qui affirment que les différences subsistent.

En décembre 2000, nous avons réussi à obtenir d'IBOPE, une entreprise de marketing, les chiffres exacts des investissements, des secondes et du nombre de publicités pour chaque candidat lors de ces élections. Grâce à ces informations et ces données, nous pouvons vous présenter un tableau que nous avons produit, démontrant sans équivoque que le parti de gauche a payé plus cher ses publicités dans toutes les chaînes, sauf dans celle de l'État où tous les partis ont payé le même tarif.

À partir des données de ce tableau, nous remarquons que le parti de gauche, un parti bien plus important que le Nuevo Espacio, paie ses publicités encore plus cher que celui-ci dans deux des trois chaînes privées. Ceci montre que le fait d'être l'un des deux partis récoltant le plus de votes au pays et le parti obtenant le plus de voix à Montevideo n'a aucune importance pour les chaînes de télévision lorsqu'elles négocient les tarifs. Le choix des prix des publicités est établi selon d'autres critères.

Tableau 4 : Coût des publicités selon les partis et les chaînes de télévision

Montecarlo TV (4)	Parti <i>Colorado</i>	<i>Encuentro</i> - <i>Progresista</i>	Parti <i>Nacional</i>	Nuevo- Espacio
<i>Investissements*</i>	43 617,34	32 660,88	19 923,33	4 420, 39

Secondes	76 519	49 696	33 592	7 132
Coût seconde	0,57	0,65	0,59	0,61
Saeta TV (10)				
Investissements*	38 777,01	29 537,18	22 634,11	6 622,01
Secondes	72 266	48 494	41 527	10 970
Coût seconde	0,53	0,60	0,54	0,60
Sodre (5)				
Investissements *	234,21	291,51	221,66	141,10
Secondes	2 315	2 886	2 180	1 382
Coût seconde	0,10	0,10	0,10	0,10
Teledoce color (12)				
Investissements *	56 677,39	35 188,29	26 858,53	7 832,47
Secondes	107 528	57 434	49 610	13 227
Coût seconde	0,52	0,61	0,54	0,59

*Investissements en milliers de pesos (1 dollar US = 18 pesos)

En ce qui a trait aux publicités de chaque parti, le journaliste Carlos Amorín, souligne qu'il ne faut pas uniquement regarder les minutes de publicité pour chaque parti. Selon lui, même l'emplacement des publicités du parti de gauche montre qu'une discrimination a été faite envers le candidat Vázquez et qu'il a été plus difficile pour celui-ci d'être vu par plusieurs

télespectateurs. En effet, il nous indique que si, dans un média écrit, les publicités les plus lues sont celles qui se trouvent dans les pages impaires, à la télévision, les espaces publicitaires privilégiés sont les deux ou trois premiers et le dernier de chaque pause publicitaire. Selon lui, ces espaces ont été beaucoup plus souvent utilisés pour les publicités de Batlle (sans compter que les publicités de Vázquez se retrouvaient souvent, « en sandwich », entre les publicités des services de l'État payées par Sanguinetti). Le journaliste note le déséquilibre évident de l'exposition des deux candidats et termine son article en soulignant le danger démocratique que représente l'oligopole politiquement homogène de la télévision uruguayenne où certains citoyens possèdent plusieurs moyens de communication pour atteindre leurs objectifs politiques et commerciaux [9].

▲ 7.1. Les émissions d'affaires publiques [10]

▲ 7.1.2. Analyse de l'émission « Agenda Confidencial »

Néber Araújo est à la fois l'animateur de l'émission d'affaires publiques et le présentateur des nouvelles télévisées de sa chaîne, le canal 12. L'entrevue du candidat du Parti *Colorado*, Jorge Batlle, a été réalisée le 8 octobre 1999 et celle du candidat du parti *Encuentro Progresista*, Tabaré Vázquez, le 22 octobre 1999. L'ordre de ces invitations a été tiré au sort.

L'analyse de ces deux entrevues permet de conclure que le journaliste a cherché à polariser le débat (gauche versus droite) et que ses penchants pour la proposition du candidat Batlle n'ont pas vraiment été dissimulés. En effet, tandis que l'entrevue de Batlle est centrée sur ses opinions à propos du parti de gauche et de son leader (Araújo lui demandera notamment ce qu'il pense d'un éventuel gouvernement de gauche et du discours de Vázquez), l'entrevue de Vázquez est centrée sur l'orientation de son parti et sur les radicaux qui l'intègrent. Ainsi, les critères et les mots sélectionnés pour que le téléspectateur évalue les candidats font référence au fait d'être ou de ne pas être marxiste. Le journaliste ne dit pas tout haut qu'il faut voter pour un parti traditionnel, mais il est probable que ce concept devienne un critère d'évaluation pour le téléspectateur à la suite de l'accent souvent négatif mis sur le terme marxisme. C'est ce que l'on nomme *priming* dans la théorie de l'*agenda-setting*.

La présentation des candidats au cours de l'émission est aussi différente. Le journaliste associera le discours de Vázquez à deux concepts, celui de « fanatisme » et celui de « rejet ». Pour Batlle, le journaliste procédera d'une autre manière. Il en fera l'éloge avec des concepts tels que « lucidité » et « intelligences ».

Il faut aussi noter que l'on parle très peu des programmes politiques dans les deux entrevues. De plus, on remarque que Batlle jouit de beaucoup plus de temps pour s'adresser aux téléspectateurs par rapport au temps dont a disposé Vázquez, à qui l'on coupe la parole beaucoup plus souvent et parfois de façon hostile. En outre, tandis que Batlle peut couper la parole à son interlocuteur (il le fera à deux reprises), Vázquez essaiera de le faire à deux reprises mais ne réussira pas. La première fois, le candidat demandera la permission de parler au moins trois fois durant une question du journaliste, mais celui-ci ne le laissera pas prendre la parole. Quand le candidat est enfin invité à répondre, Araújo lui coupe la parole. La deuxième fois que Vázquez voudra couper la parole au journaliste, les deux parleront en même temps, rendant les deux monologues inintelligibles.

Nous pouvons aussi comparer les entrevues sur un point qui nous semble très significatif. Les deux candidats sont invités à donner leur opinion sur deux personnalités internationales. Batlle

est invité à parler de Pinochet et Vázquez est invité à parler de Chavez (Président du Venezuela). Évidemment, il est plus facile de se distancier de Pinochet et le journaliste ne fait aucun rapprochement entre Batlle et l'ancien dictateur chilien. Par contre, nous remarquons que ce n'est pas le cas avec la question posée à Vázquez. Nous la transcrivons ici en portant une attention particulière à la phrase en caractères gras :

« Usted sabe que hay opositores suyos que han sacado a la cancha electoral ciertos paralelismos entre usted y Chavez por ejemplo. En el sentido que es populismo lo que usted quiere hacer. ¿ Pero qué piensa usted de lo que hace Chavez ? »

(Vous savez que certains de vos opposants ont soulevé, pendant la période électorale, certains parallélismes entre votre personne et Chavez par exemple. Dans le sens que c'est du populisme ce que vous voulez faire. Mais que pensez-vous de ce que fait Chavez ?).

Finalement, les deux introductions montrent déjà que les deux candidats ne reçoivent pas le même traitement. Évidemment, ceci ne devrait pas nous surprendre outre mesure puisque cette même chaîne avait pratiqué une discrimination par rapport au prix des publicités selon les partis et que le journaliste de cette émission est le même qui avait consacré beaucoup plus de temps aux partis traditionnels dans son bulletin télévisé. Pourtant, nous attendions une posture plus critique et moins partisane du journaliste au sein d'une émission d'affaires publiques qui se veut objective ou indépendante.

▲ 7.1.3. Analyse de l'émission « Tiempos de Decisión » avec Traverso

Jorge Traverso, tout comme Néber Araújo, est à la fois journaliste aux nouvelles télévisées de sa chaîne (canal 10) et animateur de l'émission d'affaires publiques « Tiempos de Decisión » présentée à l'époque des élections présidentielles de 1999. Il a réalisé des entrevues avec tous les candidats. Nous retenons celle de Tabaré Vázquez (le 13 octobre 1999) et celle de Jorge Batlle (le 17 novembre 1999).

De prime abord, nous devons signaler que ces entrevues se sont déroulées bien différemment de celles réalisées par « Agenda-Confidencial ». Traverso a mis beaucoup plus l'accent sur les programmes politiques des deux candidats et son approche nous a semblé beaucoup plus neutre et professionnelle que celle d'Araújo. Même si la polarisation gauche-droite a, ici aussi, été de mise, plusieurs questions ont été d'ordre philosophique, ce qui ne s'était pas produit avec Araújo.

Afin de ne pas nous étendre sur la question de la communication non verbale, nous ne soulignerons que deux points. Premièrement, le candidat et le journaliste sont assis plus près l'un de l'autre qu'au cours des entrevues d'Araújo, ce qui donne un caractère plus familier à l'entrevue. Deuxièmement, Traverso fait usage des sourires bien plus souvent que son collègue, ce qui amplifie la familiarité de l'entrevue. Le candidat et le journaliste ont l'air de se connaître depuis plusieurs années et ceci nous donne l'impression d'assister à une conversation entre amis plutôt qu'à une entrevue à proprement parler.

Comme nous avons beaucoup moins à dire sur l'analyse des émissions de Traverso, qui ont été réalisées de façon plus impartiale, nous ne retiendrons que quelques points pour les deux entrevues :

1. Vázquez devra répondre à plusieurs questions (il faut noter que les entrevues de Traverso sont bien plus longues que celles réalisées par Araújo). On parlera encore une fois de marxisme, de

socialisme et de gauche (surtout au début de l'entrevue), mais beaucoup plus de son programme politique. Il y aura quelques questions philosophiques (« Croyez-vous aux leaders ? », « Avez-vous déjà pensé au caractère bref de la vie et au prolongement de la mort ? », etc.).

2. Traverso ne coupe presque jamais la parole à ses invités et montre un même niveau d'exigence pour les deux candidats (c'est-à-dire qu'il revient sur les questions lorsque les candidats ne répondent pas ou lorsque les réponses ne sont pas claires).

3. Comme l'entrevue de Batlle que nous avons retenue se déroule juste avant le ballottage, plusieurs questions porteront sur ce moment historique (nous avons vu que c'est la première fois que l'Uruguay fait usage du ballottage).

4. Les questions posées à Batlle porteront sur son programme et sur les différences entre son parti et celui de gauche ainsi que sur leurs différentes positions philosophiques. Une longue partie de l'entrevue sera consacrée à la question de l'impôt sur le revenu proposé par l'*Encuentro-Progresista*.

▲ 7.2. Synthèse de l'analyse des deux émissions

Seule l'émission de Traverso peut répondre à des critères de pluralisme et de démocratie, et ce, même si les sujets traités ont pratiquement été les mêmes que ceux qui sont traités par son collègue d'*Agenda-Confidencial*. Roland Cayrol explique cette homogénéisation en affirmant que les choix des sujets à débattre sont souvent faits en éliminant tout ce qui peut faire diminuer l'audience : «[...]les médias grand public, les sujets difficiles ou tabous, le traitement des mouvements, groupes ou personnalités jugés minoritaires, la prise en compte des idéologies ou de conduites marginales » 1997, p. 82).

Dans tous les cas, la confiance et le respect dont bénéficient Araújo et Traverso font que le choix des questions à traiter par leurs chaînes ou émissions journalistiques n'est pas du tout discuté par la société civile, par les autres journalistes, ni même par les candidats politiques.

Si, comme l'affirme Roland Cayrol, les citoyens sont dépendants des médias en tant que source d'information politique, et que c'est à partir de ceux-ci qu'ils repèrent les points chauds du débat politique (ibid., p. 19), alors les Uruguayens ont dû se faire une idée de cette campagne, un choix de candidat selon les nouvelles télévisées, les publicités et les émissions d'affaires publiques.

Nous ne reviendrons pas sur la problématique des nouvelles télévisées, le débat autour des prix des publicités selon les partis, les entrevues clairement biaisées d'Araújo, mais il nous faut conclure sur l'impossibilité de se faire une idée juste, d'extraire des informations pertinentes, si telle est la réalité de la télévision uruguayenne en période électorale. Les Uruguayens n'ont pas eu accès à une source d'information fiable, ni dans les nouvelles télévisées, ni dans les émissions d'affaires publiques. Car si nous constatons que la formulation des questions et des programmes des candidats a été différente dans les deux émissions (« *framing* »), les critères et mots sélectionnés pour définir les candidats et leurs programmes ont été essentiellement les mêmes pour les deux journalistes (« *priming* »).

▲ Conclusion

Au cours de notre recherche, nous avons analysé le caractère pluraliste et démocratique du

système télévisuel uruguayen. Nous avons vu que le fonctionnement de la télévision en Uruguay ne répond aux exigences ni de l'un ni de l'autre. La télévision uruguayenne néglige de représenter d'importants secteurs de la société. Elle est soumise à des pressions d'ordre économique, mais surtout d'ordre politique. Les chaînes de télévision privées et la télévision par câble sont aux mains d'un oligopole formé par trois grandes familles proches du pouvoir, familles qui ne se sentent nullement obligées d'accorder un traitement équitable aux candidats lors d'un processus aussi important qu'une élection présidentielle, et nous pourrions continuer ainsi très longtemps. Rien ne sert d'énumérer ici les raisons pour lesquelles la télévision uruguayenne n'est ni démocratique ni plurielle. Nous préférons proposer des solutions viables, des solutions de rechange à cette situation.

Si la nécessité de reformer le système des médias en Uruguay est indéniable, cette volonté doit se traduire en actions. C'est précisément au moment d'agir que nous prenons conscience de tous les obstacles et difficultés qui s'opposent à cette réforme. Tant et aussi longtemps que la critique des médias et les débats sur leur fonctionnement ne feront pas partie des priorités des partis politiques, des milieux académiques et des médias eux-mêmes, peu de choses pourront être entreprises. Autrement dit, tant que le débat sur les médias ne trouvera pas d'écho au sein de la société civile et auprès des dirigeants, aucune réforme ne pourra être réalisée.

La critique des médias de masse et surtout de la télévision a été amorcée au cours des élections présidentielles de 1999, mais aucun des deux partis s'affrontant au ballottage n'a jugé nécessaire de discuter de ces sujets lors de leur campagne respective. Aujourd'hui, les élections terminées, les débats sont presque inexistantes et aucune véritable intention de changer les choses ne vient des partis au pouvoir ni même de l'opposition. En effet, la classe politique uruguayenne se voit aujourd'hui plus préoccupée par d'autres priorités générées par la dure crise économique qui touche le pays. Pourtant, le fait qu'il soit virtuellement impossible pour de larges segments de la société d'avoir accès à des médias communautaires et à une couverture juste lors des consultations populaires, est une question à ne pas négliger. En premier lieu, il est donc nécessaire, comme le soulignent Noam Chomsky et Robert McChesney, d'introduire les débats sur la structure des médias, leur contrôle et leur financement, au cœur des préoccupations de nos dirigeants (Chomsky, McChesney, p. 86). Ces préoccupations ne sont nullement une priorité pour les politiciens uruguayens et très peu de choses ont été écrites sur le sujet par des intellectuels et des chercheurs uruguayens. Il va sans dire que ces questions sont absentes de l'agenda des médias.

L'introduction de la notion de service public peut également apporter une compréhension différente des médias de masse en Uruguay. Si la télévision est considérée comme un service public, elle doit être réglementée en conséquence. Des lois faisant la promotion du pluralisme régulant son contenu, ou encore l'obligeant à contribuer à la création de chaînes à but non lucratif, indépendantes du gouvernement et du milieu des affaires, devront alors être envisagées.

Une autre solution envisagée par Chomsky et McChesney est d'empêcher la formation de conglomérats en réglementant la propriété des médias. Selon ces auteurs, si cette solution n'est pas bénéfique sur le plan du marché, elle l'est sur le plan social et mérite donc qu'on lui porte attention (ibid., p. 192).

Une autre alternative que nous reprenons de Roland Cayrol est la réforme du rôle de l'école dans l'apprentissage du fonctionnement des médias. L'école uruguayenne est une école assez traditionnelle où le choix de carrières est assez limité. Dans ce choix et dans les matières enseignées aux étudiants uruguayens, la place qu'occupent l'étude et la critique des médias de masse est pratiquement nulle, un peu à l'image de la place que les discussions sur ce sujet

occupent au sein de la société uruguayenne. Or, selon Cayrol, commencer dès l'école à apprendre «[...] le rôle et le fonctionnement de la société médiatique, décrypter le message médiatique, se socialiser à l'éthique d'une communication pluraliste, c'est à l'évidence le moyen de se prémunir demain, contre des dérives souvent dues à une mauvaise maîtrise des techniques, des concepts et des usages de la communication et de ses moyens » (Cayrol, p. 106). Si une réforme politique est nécessaire, une réforme sociale en commençant par l'école l'est à plus forte raison. Les politiciens, chercheurs, professionnels des médias et enseignants de demain, doivent être sensibilisés aux questions touchant les médias. Aucune réforme ne peut réussir si elle ne considère pas la base de toute société, ses enfants.

Finalement, la création d'un organisme de régulation ou l'attribution de pouvoirs importants à la DCN (Direction de Communication Nationale) se révèle essentiel.

Toutes ces solutions relancent les débats sur l'intervention de l'État. En Uruguay, c'est l'État qui a donné tous ces privilèges que nous dénonçons, ce sont les partis au pouvoir qui n'ont pas vu et ne voient pas encore la nécessité de discuter de ces sujets pourtant primordiaux pour le bien-être d'une démocratie. Devons-nous donc, oui ou non, appuyer l'intervention de l'État ? Cette intervention est-elle bénéfique si nous considérons le cas précis que nous étudions, c'est-à-dire un pays où l'intervention du pouvoir politique a été dans le sens d'une dépendance accrue des médias vis-à-vis du pouvoir établi ? Notre intention n'est pas de discuter des débats de ceux qui appuient ou s'opposent à l'intervention de l'État, mais il est évident que cet obstacle doit être envisagé avant d'entamer toute réforme. Encore une fois, seul le débat peut aider à trouver une solution à cette question.

L'appropriation sociale des médias est nécessaire en Uruguay afin de donner une contrepartie aux médias de masse institutionnels agissant selon des intérêts purement commerciaux. Comme le dit Michel Sénecal, une pratique alternative comme la télévision communautaire, qui a comme protagonistes les laissés-pour-compte de la société et des médias, peut contribuer à changer le public-consommateur en public-citoyen impliqué dans le processus communicationnel (Sénecal, 1995, p. 201).

L'unique choix du téléspectateur ne peut résider dans l'acte d'éteindre la télévision.

▲ Notes

[1] La Déclaration constitutive du *Frente Amplio* a eu lieu en 1971. Ce parti est né du rassemblement de plusieurs entités de gauche dont les plus importantes sont : le Parti Demócrata Cristiano, le Parti Comunista, le Parti Socialista et le 99, qui est issu du Battlismo, composante progressiste du Parti *Colorado* et qui s'est ensuite séparé du *Frente-Amplio* pour former le *Nuevo Espacio*. (Caetano, Alfaro, 1995, p. 242).

[2] Il ne faut pas s'étonner des forts taux de participation aux élections en Uruguay puisque le vote y est obligatoire.

[3] Les « votes observés » (*votos observados*) sont des votes qui devraient être annulés pour diverses raisons (par exemple, le fait d'apposer sa signature ou de faire plus d'un choix sur un même carton de vote).

[4] Source : « Poder Ejecutivo sancionó a TVC pero aceptó cambio de dueños », *La República* (version internet), 19 mars 2001.

[5] Entre le 5 et le 21 novembre

[6] Entre le 19 et le 21 novembre

[7] « Canal 10 se sumó ayer a la discriminación », *La República* (version internet), 24 novembre 1999.

[8] Concernant la publicité, il ne faut pas négliger les publicités institutionnelles payées par les contribuables, où l'on vante les services d'eau, d'électricité, de télécommunications, tous des services qui ont le monopole du marché, qui se trouvent aux mains de l'État et qui sont administrés par le parti au pouvoir (le parti *Colorado*), le même que celui du candidat Batlle. Ces publicités visent à convaincre les électeurs du choix logique (voter Batlle) pour continuer et préserver les réussites du Parti *Colorado*. (Da Silveira, 2000, p. 70).

[9] Carlos Amorín « Televisión y Democracia: La mitad del país no tiene imagen », *Brecha*, 3 décembre 1999, page 13.

[10] Étant donné les critères de longueur pour présenter cet article, nous ne ferons allusion qu'aux synthèses des analyses de ces émissions. Les détails de ces analyses peuvent être consultés dans le texte original, c'est-à-dire le mémoire de maîtrise.

▲ Références bibliographiques

CAETANO Gerardo et Milita ALFARO (1995), *Historia del Uruguay contemporaneo*, Montevideo : Fundación de cultura universitaria, 319 p.

CAYROL Roland (1997), *Médias et Démocratie, La Dérive*, Paris : Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, 114 p.

CHOMSKY Noam et Robert McCHESNEY (2000), *Propagande, médias et démocratie*, Montréal : Les éditions Écosociété, 202 p.

DA SILVEIRA Daniel (2000), « El ojo (S)elector », *Cuadernos de Marcha*, avril 2000, p. 70-71.

FARAONE Roque (1989), *Estado y T.V en el Uruguay*, Montevideo : Fundación de cultura universitaria, 46 p.

GATTO Hebert (1999), « Apuntes sobre las próximas elecciones », *Cuadernos de Marcha*, juillet 1999, p. 32-36.

GARCÍA RUBIO Carlos (1999), « A nova televisao uruguaia » dans *Enfim só : a nova televisao no Cone Sul*, Porto Alegre: L & PM editores, 250 p.

GARCÍA RUBIO Carlos (1994), *Lo que el cable nos dejó*, Montevideo: Ediciones de la Pluma, 240 p.

MATTELART Armand et Michèle MATTELART (1995), *Histoire des théories de la communication*, Paris : La découverte, 124 p.

McCOMBS Maxwell et Donald SHAW (1993), « The evolution of agenda-setting research : Twenty-five years in the marketplace of ideas », *Journal of Communication*, vol. 43, n° 2, p. 58-67.

MIERES Pablo (1999), *La reforma constitucional de 1996 en Uruguay y sus posibles efectos sobre los partidos y el sistema de partidos*, Barcelona : Institut de Ciències Polítiques i socials, 53 p.

RODRÍGUEZ DORANTES Cecilia (1995), « La cultura antidemocrática de los medios » dans *Democracia y medios de comunicación : un binomio inexplorado*, Mexique : La Jornada Ediciones, 230 p.

SÉNÉCAL Michel (1995), *L'espace médiatique, les communications à l'épreuve de la démocratie*, Montréal : Éditions Liber, 254 p.

▲ Pour en savoir plus...

Sur les élections de 1999 :

« La teoría de la vaca » de l'écrivain uruguayen Eduardo Galeano :
<<http://www.geocities.com/soho/cafe/5891/5891vaca.htm>> (espagnol seulement)

Hebdomadaire uruguayen Brecha (voir les archives octobre-novembre 1999) :
<<http://www.brecha.com.uy>> (espagnol seulement)

À propos de l'Uruguay :

Quotidien : <<http://www.diarioelpais.com>> (espagnol seulement)

Quotidien : <<http://www.diariolarepublica.com>> (espagnol seulement)

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (liens intéressants en français et anglais): <<http://www.dfait-maeci.gc.ca/montevideo/uruguay-f.asp>>

À propos de la théorie adoptée :

Political Science Network- Reading List- Agenda-setting :
<<http://psncentral.com/readinglists/agendaset.htm>>



© [Les éditions électroniques COMMposite](#) - 2002 - Tous droits réservés.

Veuillez attendre le chargement complet de cette page
avant de cliquer sur les boutons et les liens ci-dessous...

Note de lecture par [Fabien Granjon](#)

Enseignant-chercheur en post-doctorat - France Télécom R&D / Université de Rennes I

Cet article est aussi disponible en [format PDF](#).
Adressez vos questions et commentaires à [l'auteur](#).

APPADURAI Arjun (2001), <i>Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation</i> Paris: Payot, 322 p.

Anthropologue d'origine indienne, Arjun Appadurai est professeur au département d'anthropologie, civilisations et langues de l'Asie du Sud à l'université de Chicago. Co-fondateur avec son épouse historienne, Carol A. Breckenridge, de la revue *Public Culture*, il anime le *Project for Transnational Cultural Studies* et dirige également le *Chicago Humanities Institute*. Auteur de nombreuses publications [1], son travail porte surtout sur les phénomènes d'hybridation ethnique et culturelle dans les conditions techno-politiques de la mondialisation. Il s'efforce ainsi de mettre en place une ethnographie « multi-située » (*multi-sited ethnography*) et interdisciplinaire de la globalisation, tentant de dépasser, par la même occasion, le « paradigme de l'altérité » tel que celui-ci a prévalu lors de la fondation de l'anthropologie.

L'ouvrage dont nous nous proposons de rendre compte dans ces quelques pages vient tout juste de sortir en librairie en France aux éditions Payot. Augmenté d'une préface éclairante de l'anthropologue Marc Abélès, il s'agit en fait de la traduction (assurée par Françoise Bouillot et Hélène Frappat) d'un travail initialement publié en 1996 aux Presses Universitaires du Minnesota (Minneapolis) dont le titre original était : *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*.

Dans cet ouvrage, Arjun Appadurai émet l'hypothèse d'un changement radical dans la construction de nouveaux territoires ethniques et culturels. Cette *rupture générale* conduisant à l'émergence d'identités mixtes complexes est, selon lui, la conséquence directe de nouvelles dynamiques initiées par les forces à la fois centrifuges et centripètes de la mondialisation. Parmi ces éléments, les médias électroniques (cinéma, télévision, ordinateurs, téléphones... et finalement Internet dont la première mention n'apparaît que cinq pages avant la fin !) et les mouvements de population (touristes, immigrants, réfugiés, exilés, travailleurs invités, etc.) jouent, à son avis, un rôle essentiel dans les reconfigurations identitaires. Appadurai se donne alors précisément pour objectif d'étudier « leur influence conjuguée sur le *travail de l'imagination* comme une caractéristique constitutive de la subjectivité moderne [*des moi et des mondes imaginés*] » (p. 27).

Aux profondes avancées technologiques couplées aux flux migratoires toujours plus nombreux répondrait ainsi une évolution des imaginaires sociaux, *un nouvel ordre d'instabilité dans la création des subjectivités modernes* constitutif de l'existence de nouvelles *diasporas de publics enfermés dans leur petite bulle*. Les nouvelles localités de la modernité seraient donc de moins en moins dépendantes des territoires des États-nations où les constructions identitaires « se produisaient dans un jeu permanent d'opposition entre soi et l'Autre, entre l'intérieur et l'extérieur » mais plutôt liées à la « multiplication de "sphères publiques d'exilés", caractérisées par des modes d'appropriation collectifs des récits et images médiatiques » (Abélès, p. 9 et 11). Pour le dire autrement, Appadurai se propose *in fine* d'analyser les changements de la reproduction sociale, territoriale et culturelle de l'identité de groupe, et de mettre en lumière de nouveaux espaces identitaires, déterritorialisés, susceptibles de mener à un ordre mondial où l'État-nation tendrait à être irrémédiablement remplacé par d'autres formations d'allégeance et d'identité.

[...] le paradoxe central de la politique ethnique aujourd'hui est que les primordia (de langage,

de couleur de peau, de quartier ou de parenté) sont désormais globalisés. Autrement dit, les sentiments, dont la plus grande force tient dans leur capacité à susciter l'intimité dans un État politique et à transformer la localité en un terrain progressif de l'identité, se sont répandus sur de vastes espaces irréguliers au fur et à mesure que les groupes bougeaient tout en restant liés les uns aux autres grâce à des modes de communication sophistiqués. Il ne s'agit pas de nier que ces primordia sont fréquemment le produit de traditions inventées ou d'affiliations rétrospectives, mais de souligner que, du fait d'une interaction disjonctive et instable du commerce, des médias, des politiques nationales et des fantasmes de consommation, l'ethnicité, qui était autrefois un génie contenu dans une bouteille d'une sorte de localisme, est désormais une force globale qui se glisse sans arrêt dans et à travers les fissures entre États et frontières. [...]

Les groupes migrent, se rassemblent dans des lieux nouveaux, reconstruisent leur histoire et reconfigurent leur projet ethnique... désormais, les groupes ne sont plus étroitement territorialisés, ni liés spatialement, ni dépourvus d'une conscience historique d'eux-mêmes, ni culturellement homogènes (p. 78 et 89).

Pour ce faire, il met en place un dispositif conceptuel organisé autour d'un ensemble de notions qu'il nomme des paysages (*scapes*). Cet appareillage théorique lui permet d'envisager les principaux flux culturels globaux constitutifs des disjonctions fondamentales entre économie, culture et politique entraînées par la mondialisation. Ils en distinguent essentiellement cinq et se propose d'en étudier les relations : *ethnoscapes*, *médiascapes*, *technoscapes*, *financescapes* et *idéoscapes*. Les flux mondiaux opèrent ainsi, selon Appadurai, à partir des disjonctions effectives entre ces diverses modalités qui empruntent des voies non isomorphiques tout en participant de concert à l'édification des *mondes imaginés* contemporains et aux projets sociaux variés qui s'y rattachent.

Ces paysages sont donc les briques de construction de ce que j'aimerais appeler, élargissant ainsi le concept de Benedict Anderson, les *mondes imaginés*, c'est-à-dire les multiples mondes constitués par les imaginaires historiquement situés de personnes et de groupes dispersés sur toute la planète. De nombreuses personnes, aujourd'hui, vivent dans de tels mondes imaginés (et non pas seulement dans des communautés imaginées) ; elles sont donc capables de contester et parfois même de subvertir les mondes imaginés de l'esprit officiel et de la mentalité d'entreprise qui les entoure (p. 69).

La série de notions utilisée par l'anthropologue indo-américain lui offre la possibilité de décrire les flux, à partir desquels transite le matériel culturel transnational, et l'autorise à jeter les bases d'une théorie globale de la reproduction culturelle. Au centre de cette théorie générale des dynamiques culturelles de la déterritorialisation se trouve donc le *travail de l'imagination*, largement nourri par des processus consommatoires. Car c'est avec la consommation de produits, d'images, de récits... que prennent en partie forme les processus sociaux de construction de l'ethnicité moderne, donnant naissance à des groupes qui, bien que spatialement dispersés, peuvent être mus par un même sentiment identitaire pouvant aller parfois jusqu'au « raidissement nationaliste » et déboucher sur le fondamentalisme ou le terrorisme.

Sans aborder de façon précise les raisons susceptibles d'expliquer ce changement, Appadurai souligne que l'imagination appartient non plus exclusivement au registre de l'art ou du mythe mais également à celui du *travail mental quotidien des gens ordinaires*. Elle permet, non seulement de se divertir, mais aussi d'agir et notamment de passer les discours médiatiques « au filtre de l'ironie, de la colère, de l'humour et de la résistance ». Appadurai s'inscrit donc en faux contre les visions fonctionnalistes qui attribuent aux médias la capacité d'avoir des effets directs sur les individus. Il remet aussi en cause les théories normatives de la culture de masse et des idéologies telles qu'elles ont pu être développées par les tenants de l'école de Francfort puis, dans leur sillage, par des penseurs comme Marcuse ou Althusser. Pour Arjun Appadurai, « la conscience populaire se révèle être moins un symptôme-réflexe d'idéologies identitaires enfouies et semi-conscientes, et davantage une stratégie consciente d'ironie et de satire, capable de critiquer l'ordre régnant tout en expérimentant de nouveaux styles de politique identitaire » (p. 204). Se réclamant d'une filiation d'auteurs très divers tels qu'Antonio Gramsci, Raymond Williams, Cornelius Castoriadis, Chantal Mouffe, Michel de

Certeau ou encore les fondateurs de l'École de Birmingham, Appadurai tente de montrer que les groupes sociaux, qui en apparence se présentent comme des victimes passives des forces du village global, de la mondialisation et des États-nations, sont en fait *capables de mettre en œuvre des formes subtiles de résistance et de visibilité*. Les perspectives substantialistes de la culture et les approches déterministes des processus de domination culturelle sont ici mises à mal. Appadurai milite pour une double remise en cause : celle de « l'idée d'une couche de sentiment primordial qui se tiendrait tapie sous la surface des formes culturelles » (p. 209), mais aussi celle d'une perte des identités « primaires » qui se dilueraient dans l'anonymat d'une culture toujours plus globale. Ethnoscapes, médiascapes ainsi que les autres *paysages* multiplient en fait les possibilités d'émergence de formes diverses de local imaginé, c'est-à-dire de réappropriation des signes en circulation dans des stratégies identitaires où ils vont se fondre avec d'autres strates de référents subjectifs, liés à des matrices signifiantes héritées, limitant ainsi la supposée homogénéisation.

Le travail de l'imagination et la culture entendus comme ce qui entraîne des différences et exprime ou prépare à la mobilisation des identités de groupe ne peuvent être ici disjoints de l'idée de *publics*, c'est-à-dire des groupes identitaires déterritorialisés baignés dans un monde de flux. Le travail de l'imagination est une pratique sociale collective qui donne naissance à des *communautés affectives* transnationales (des *diasporas de publics enfermés dans leur bulle*) « potentiellement capables de passer du stade des représentations que l'on partage à celui des actions que l'on accomplit collectivement » (p. 35) et qui font « s'entrecroiser diverses expériences locales du goût, du plaisir et de la politique. Des convergences autrement difficiles à imaginer peuvent ainsi naître de la rencontre entre diverses actions sociales translocales » (p. 36).

Arjun Appadurai défend la thèse suivante : il existe un lien très net entre le travail de l'imagination comme forme de résistance à la domination et l'émergence de solidarités globales susceptibles de donner naissance à un nouvel espace politique postnational. Les nouvelles localités se forgent ainsi selon un double mouvement :

Ainsi, le travail de l'imagination à travers lequel est produite et nourrie la subjectivité locale est un étonnant palimpseste de considérations fortement locales et fortement translocales. Les trois facteurs qui affectent le plus directement la production de la localité dans le monde du présent — l'État-nation, les flux diasporiques et les communautés électroniques et virtuelles — sont articulés de façons variables, surprenantes, parfois contradictoires qui dépendent de l'environnement culturel, historique, écologique et de classe dans lequel ils se trouvent rassemblés. Cette variabilité est elle-même en partie un produit de la façon dont les ethnoscapes d'aujourd'hui interagissent irrégulièrement avec la finance, les médias et les imaginaires technologiques (p. 271).

Plus programmatique que démonstratif, cet ouvrage s'avère intéressant dans la mesure où il appréhende les phénomènes de construction identitaire à l'aune d'une approche culturaliste non déterministe. Appadurai voudrait ainsi démontrer que la globalisation n'est pas nécessairement synonyme d'une uniformisation culturelle. Dans cette perspective, les paysages culturels sont certes travaillés par les flux transnationaux du cosmopolitisme marchand, mais ils sont aussi l'objet d'une appropriation à un niveau local (le local n'étant pas forcément lié, ici, à un ancrage territorial. Il peut, par exemple, prendre la forme de communautés identitaires transfrontières). Le travail de l'imagination donne naissance à des phénomènes d'hybridation et de résistance à l'homogénéisation, allant même parfois jusqu'à créer un désir d'autonomie politique et culturelle à un niveau d'intégration à la fois plus haut et plus bas que celui de l'État-nation (voir par exemple Appadurai, 2000).

La thèse générale développée par Arjun Appadurai n'est pas véritablement novatrice. De nombreux travaux d'origines disciplinaires variées (anthropologie, économie politique, sociologie, etc.) nous ont livré, depuis près d'une dizaine d'années maintenant, un enseignement riche sur ce qu'il est convenu d'appeler les *phénomènes de créolisation culturelle* à l'échelle mondiale. Même si cette terminologie est fortement contestée par les ethnologues spécialistes des aires culturelles créoles (à ce sujet, voir Benoist, 1996), l'usage métaphorique de la créolisation s'est révélé relativement heuristique et a donné lieu à d'intéressants travaux (par exemple Hannerz, 1992 et son concept de *monde sans frontières*, ou encore Mattelart, 1992-1999 et son concept braudélien de *communication-monde*) dont certains nous semblent, dans leur rendu scripturaire, beaucoup plus clairs et percutants que le présent ouvrage d'Appadurai. Répétons-le, *Modernity at large* est un

livre fécond mais il souffre, selon nous, de quelques défauts qui font que le lecteur pourra lui préférer, sur le même sujet, d'autres propositions.

En premier lieu, on peut regretter que le dispositif conceptuel proposé par Appadurai ne soit pas véritablement mis à l'épreuve des faits. Le terrain est un impératif catégorique de la démarche anthropologique car il permet de confronter le phénomène observé et les hypothèses de l'observateur ; or ici, nous avons l'impression d'une disjonction entre le registre théorique et la présentation de « résultats ». Les pages que consacre Appadurai à la réception du cricket en Inde devenant un instrument de la *subjectivité et de l'action dans le processus de décolonisation* (Chapitre IV : *Jouer avec la modernité : la décolonisation du cricket indien* — p. 139-168) sont tout à fait passionnantes, mais ne mobilisent aucunement les éléments théoriques longuement présentés au sein des chapitres précédents.

Ce « décalage » est sans doute dû à la difficulté qu'il y a effectivement à rendre compte de façon fine et précise des nouvelles localités. Faire une ethnographie du travail d'imagination nécessite de s'intéresser aux interactions entre flux globaux et faits ou discours triviaux de la quotidienneté (discussions, rumeurs...). C'est tenter de saisir l'indicible, le caché, cette part maudite et silencieuse des processus d'appropriation. À l'attention portée à *l'incessant murmure du discours politique urbain et de ses cadences ordinaires, non spectaculaires* doit répondre un intérêt soutenu pour l'étude locale des *structures de sentiments* (des représentations) individuelles et collectives. Paradoxalement, l'approche non primordialiste que défend Appadurai le conduit *in fine* à souligner le grand embarras qu'il y a à saisir la complexité de la *qualité phénoménologique* des constructions culturelles. Car « les structures ethniques de sentiment sont elles-mêmes des produits complexes de l'imagination locale (médiante une surprenante variété de cascades globales dans leur mouvement à travers le local) » ; et d'ajouter « La localité est avant tout une question de relation... formée d'une série de liens entre le sentiment de l'immédiateté sociale, les technologies de l'interactivité et la relativité des contextes » (p. 218 et 271). De fait, il semble bien que l'auteur ne prouve pas véritablement l'opérativité heuristique des concepts, qu'il déploie certes avec une grande intelligence mais non sans une certaine confusion. À n'en pas douter particulièrement labiles et complexes, les processus culturels et autres constructions identitaires hybrides ne peuvent pas faire l'économie, nous semble-t-il, d'une approche ethnographique à un niveau local « même s'il s'agit d'identifier des flux translocaux et la forme singulière que peuvent prendre les faits globaux sur un espace déterminé » (Cherubini, 1999, en ligne).

Inscrire le territoire-racine dans l'errance et le réseau mondial de la globalisation (de la "créolisation", selon certains auteurs) est un exercice délicat qui demande une maîtrise quasi parfaite des mécanismes d'intervalorisation des fragments de la diversité culturelle. Il faut dépasser l'identité-racine qui exclut l'Autre, dépasser l'errance qui suppose des limites toujours provisoires et toujours instables, accepter le passage par des territoires analogiques, des mises en scènes iconiques de ces territoires. Lorsqu'il se forme localement une culture analogique, c'est la preuve qu'il existe un contournement de l'identité qui va entraîner un bouleversement au niveau de l'appropriation de l'espace culturel, voire de la morphologie sociale. Lequel ? L'ethnologie ne peut anticiper sur de tels mécanismes (ibid.).

De plus, à certains moments, Appadurai inscrit son travail au sein d'un réseau de références complémentaires fort hétérogènes, allant de l'implicite au sujet des écrits de Gilles Deleuze à l'explicite avec ceux d'Albert Hirschman en passant par la théorie du chaos. Cette pratique n'est pas sans ajouter au trouble de l'exposé de sa théorie des dynamiques culturelles : « Je voudrais proposer que l'on commence à penser la configuration des formes culturelles de notre époque comme fondamentalement fractale, c'est-à-dire comme dépourvues de frontières, de structures ou de régularités euclidiennes » (p. 85). Quelque part aux limites disciplinaires, il traverse parfois précipitamment les frontières des régions incertaines de la science en combinant, non sans élégance mais sans bénéfice pour le lecteur, « plusieurs lexiques d'autorité et d'importance » (Bourdieu, 2001).

En deuxième lieu, et même si Appadurai précise en introduction que le travail de l'imagination comme fait collectif et social « n'est ni purement émancipateur ni entièrement soumis à la contrainte, mais ouvre un espace de contestation dans lequel les individus et les groupes cherchent à annexer le monde global dans leurs propres pratiques de la modernité » (p. 30), on note toutefois que cette bivalence reste très prégnante et

marque fortement de son sceau l'exposé de l'anthropologue. Le travail de l'imagination nous est surtout décrit comme structurant deux dynamiques : l'hybridation ou la radicalisation des cultures et des identités. Il est à cet égard important d'insister sur le fait que les formes de résistance sur lesquelles s'attardent le plus longtemps Appadurai ne doivent pas faire oublier d'autres « modalités de lutte ». Des ouvrages plus récents comme *Le nouvel esprit du capitalisme* de Luc Boltanski et Ève Chiapello (1999) ou *Empire* de Michael Hardt et Antonio Negri (2000) mettent en évidence des espaces critiques qui constituent en quelque sorte le pendant politique de ce qu'Appadurai a appelé travail de l'imagination. Pour le dire de façon différente, on pourrait sans doute affirmer que l'anthropologie de la globalisation que nous propose Appadurai n'insiste que trop peu sur les régimes d'exploitation et de contrôle caractéristiques de la mondialisation et pêche en quelque sorte par un manque d'analyse de la *realpolitik* du nouvel ordre mondial. Parce qu'il souligne fortement la sénescence des États-nations et tente de montrer combien les flux mondiaux ont des conséquences qui échappent largement à ceux qui les initient, nous aurions souhaité lire, sinon une analyse, au moins quelques lignes mettant en regard la tâche de *produire de la localité* et les lieux de pouvoir de la *global democratic marketplace*. Si l'universitaire de Chicago nous montre que les cultures et les identités ne sont effectivement pas solubles dans les *scapes* de la globalisation, mais s'en nourrissent, il ne met pas assez en lumière, à notre goût, *la continuation de l'existence de rapports de force et de l'intérêt collectif*. Car comme le note Armand Mattelart, « même si depuis la fin du monde bipolaire le pouvoir est plus ardu à cerner — parce que "diffus, volatil, complexe et interactif", selon la terminologie consacrée —, il est toujours là » (Mattelart, non daté).

Ces quelques insatisfactions ne doivent toutefois pas entacher les travaux d'Appadurai qui envisagent sérieusement certaines des questions-clés de notre contemporanéité. Finalement, comme bien souvent, la perte de pertinence toute relative que nous soulignons *supra* est aussi due à la traduction quelque peu tardive de cet ouvrage qui arrive en France plus de dix ans après l'idée même de sa conception et six ans après sa première publication. À la vitesse où les phénomènes liés à la mondialisation évoluent, il est évident, qu'au fil des ans, certaines propositions perdent de leur profondeur initiale.

Références bibliographiques

APPADURAI Arjun (2000), « Ethnography, Global Activism and the Horizons of the Political », Colloque *Lieux et enjeux du politique : l'anthropologie face à la globalisation*, Paris : LAIOS-CNRS, document photocopié.

BENOIST Jean (1996), « Métissage, syncrétisme, créolisation : métaphores et dérives », *Études créoles*, Vol. XIX, n° 1, p. 47-60.

BOLTANSKI Luc et Ève CHIAPELLO (1999), *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris : Gallimard.

BOURDIEU Pierre (2001), *Science de la science et réflexivité*, Paris : Raisons d'agir.

CHERUBINI Bernard (1999), « La créolisation socioculturelle à l'heure de la mondialisation : interculturalité, créolités, système monde », *Études Créoles*, vol. XXII, n° 1, <http://www.superdoc.com/iecf/archives/Etucre/Etu22_1/cherubi.htm>.

HANNERZ Ulf (1992), *Cultural Complexity*, New-York : Columbia University Press.

HARDT Michael et Antonio NEGRI (2000), *Empire*, Paris : Exils.

MATTELART Armand (1999), « Vers une mondialisation de la culture ? », dans Serge PROULX et André VITALIS (dir.) *Vers une citoyenneté simulée. Médias, réseaux et mondialisation*, Rennes : Apogée, Note de lecture disponible en ligne, COMMposite, V. 2000.1 : <<http://commposite.uqam.ca/2000.1/lectures/george5.htm>>.

MATTELART Armand (1992), *La communication-monde*, Paris : La Découverte.

MATTELART Armand (non daté), « Mondialisation. La culture globale, entre rêve et cauchemar », Dossier

L'explosion du multimédia : un défi pour la francophonie, Paris : Agence universitaire de la francophonie,
<<http://www.auf.org/vieuniversitaire/publications/multimed/mm10.html>>.

▲ Notes

[1] Pour n'en citer que quelques-unes : *Working and Conflict under Colonial Rule* (1981), *The Social Life of Things* (1986), *Disjuncture and difference in the global cultural economy* (1991), *Modernity at Large* (1996).



© [Les éditions électroniques COMMposite](#) - 2002 - Tous droits réservés.