

Les Enjeux de l'information et de la communication

n° 12/1, année 2011

varia



http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/index.php

Sommaire n° 12/1, 2011

Bernard Miège	3
<i>Editorial</i>	
Lima Feirouz Boudokhane	5
<i>Étude sur les non-usagers d'Internet : analyse de la perception des TIC et du rapport aux médias</i>	
Céline Brun-Picard, Geneviève Lallich-Boidin	23
<i>L'accès au patrimoine écrit en ligne : analyse structurelle et réflexion prospective sur un cas français</i>	
Céline Bryon-Portet	33
<i>Pour une approche asiatique de la communication de crise, ou comment sortir grandi de l'épreuve</i>	
Vincent Bullich	51
<i>Le droit d'auteur en regard de la théorie des industries culturelles</i>	
Bertrand Cabedoche	69
<i>Le rapport McBride, conférence du consensus avant l'heure ? L'expérimentation refoulée d'une médiation politique originale, porteuse d'un espace public sociétal et des valeurs fondatrices de l'Unesco</i>	
Caroline Djambian	83
<i>Valoriser le patrimoine documentaire des entreprises par le prisme des métiers</i>	
Yann Kilborne	95
<i>Le petit écran, média indépassable ? Du statut de la télévision chez les cinéastes documentaristes</i>	
Pablo Medina Aguerrebere	107
<i>Les réseaux sociaux : le nouveau défi de la communication institutionnelle hospitalière</i>	
Lucien Perticoz	125
<i>Envisager le jeu vidéo comme une filière des industries culturelles et médiatiques</i>	
Athissingh Ramrajsingh	143
<i>Les pure players d'information générale : support technologique, idéal journalistique, structure et discours économiques</i>	

Editorial

Mis en ligne le 13 janvier 2011.

Bernard Miège

Directeur éditorial

Dans une revue entièrement numérique comme *Les Enjeux de l'Information et de la Communication* qui s'affiche comme annuelle mais qui publie en continu, donc dès qu'un article est prêt, en s'efforçant d'en avertir le lecteur à chaque fois, à quoi peut servir un éditorial annuel, sinon à communiquer avec les destinataires et à leur faire partager un tant soit peu de quoi est faite l'activité éditoriale en leur permettant de pénétrer dans la "salle des machines"?

Au cours de l'année 2010 – la 10ème (déjà?) de l'existence de la revue – l'activité a été nourrie, effervescente même, et a vu se réaliser plusieurs projets. Et incontestablement la croissance s'est poursuivie, au point de peser assez fortement dans l'activité du laboratoire de rattachement, le Gresec.

Ce que l'on peut en retenir, est de trois ordres.

D'abord la revue, comme le laboratoire Gresec, a, dans le cadre de la préparation du "Quadriennal recherche", fait l'objet d'une évaluation puis d'une appréciation de l'Agence à qui cette tâche est maintenant confiée, l'AERES.

Le bilan qui en a alors été dressé intéressera certainement les lecteurs. De 2005 à 2009 inclus (hors Suppléments), nous avons publié très exactement 50 articles; et sur ces 50 articles seuls 5,5 émanent de membres du Gresec, auxquels on peut ajouter un montant équivalent provenant d'associés (généralement docteurs issus du laboratoire, désormais membres à titre principal d'autres équipes, mais ayant gardé des liens avec nous). En bref, au total ce sont 11 articles (un peu plus du 1/5 seulement) qui relèvent de l'endogamie. C'est évidemment peu et cela constitue une marque forte de la revue, qui à l'issue de l'évaluation a été considérée comme un des points forts et une des opportunités du laboratoire, au plan national et international. A ainsi été soulignée " l'existence d'une revue électronique soutenue par le laboratoire et reconnue sur le plan scientifique." Cette même reconnaissance fait que nous nous retrouvons dans la liste des revues AERES pour le domaine "Sciences de l'information et de la communication" (mise à jour en date du 6 octobre 2010), parmi 59 revues européennes (dont 19 francophones). Ceci ne va pas sans responsabilités nouvelles ni exigences, car depuis 2 ans les propositions de publications n'ont cessé d'augmenter, et notamment de la part de jeunes enseignants-chercheurs, de post-doctorants, et même de doctorants (Comme, depuis le début, il s'agissait là d'une de nos orientations, cela commence à se savoir...).

Ensuite, nous nous sommes efforcé d'améliorer le rythme et le volume de publications, ainsi que les relations avec les lecteurs. Ainsi au 31 décembre 2010, la livraison 2010 était achevée; avec les 10 articles qui constituent maintenant l'ordinaire de la revue, à quoi on

doit ajouter les 7 articles issus de l'Appel à articles sur le thème "La (les) médiation(s) en SIC", et les 12 articles issus du Colloque "Communication et changement social en Afrique: 30 ans après le Rapport Mc Bride" (eux mis en ligne à la mi- janvier 2011). Cet effort éditorial incontestable s'accompagne d'une relation consolidée et renforcée avec les lecteurs. Ce sont maintenant plus de 650 personnes qui ont expressément demandé d'être tenues au courant de chaque parution. Et viennent d'aboutir nos discussions avec le portail Cairn: depuis le début de 2011, nous sommes accessibles en faisant <http://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2010-1.htm> (à ce jour plusieurs livraisons sont disponibles sur le portail, mais bientôt l'ensemble de la collection sera en ligne, par ce canal). Cela nous ouvre évidemment des perspectives d'accroissement de la "diffusion" et une visibilité renforcée. Et ce, d'autant que les responsables de Cairn ont aimablement donné suite à l'une de nos pressantes demandes, à savoir l'élargissement de la rubrique qui apparaît en ouverture du portail: sciences de l'information est ainsi devenu sciences de l'info/ communication. Cette heureuse modification intéressera bien d'autres revues, et la discipline ne tant que telle.

Enfin, ce qui apparaîtra moins aux lecteurs pour le moment, c'est ce que nous avons engagé, non seulement pour mieux organiser notre activité et nos relations avec les auteurs et les évaluateurs (archivage, cession de droits, etc.), mais surtout pour mettre à jour la maquette de la revue en prenant en compte ce qu'offrent dorénavant certains logiciels de gestion de contenu (CMS). La livraison 2011 en portera, partiellement, la marque, mais c'est sans doute seulement en 2012 que les traces les plus nettes seront observables.

Une revue, fût-elle académique, ne peut avancer qu'en changeant et en s'adaptant. Étrangement, c'est toujours plus vrai pour une revue entièrement numérique à qui il est encore demandé plus qu'à d'autres revues papier.

Étude sur les non-usagers d'Internet : analyse de la perception des TIC et du rapport aux médias

Article inédit. Mis en ligne le 05 janvier 2012.

Feirouz Boudokhane Lima

Feirouz Boudokhane Lima est docteur en Sciences de l'Information et de la Communication, chercheure et membre associée du laboratoire MICA de l'Université de Bordeaux 3. Ses activités de recherche prennent place dans le cadre de la problématique des usages et des non-usages des TIC. Elle est membre de l'équipe du projet "Cadres et TIC", dirigé par madame Valérie Carayol, qui s'insère dans un programme de recherche international commandité par l'Agence Nationale de la Recherche (ANR) et intitulé : « La déconnexion volontaire aux technologies de l'information et de la communication » (DEVOTIC).

Plan

Introduction

Le rapport des réfractaires à Internet aux autres TIC

Le rapport des réfractaires aux médias « traditionnels »

Conclusion

Références bibliographiques

Résumé

Ce travail s'inscrit dans le cadre de la problématique du non-usage. En sciences de l'information et de la communication, cette question reste peu étudiée par rapport aux recherches abondantes sur les usages. Cet article présente une étude sur les non-usagers d'Internet sans chercher à les rattacher à un portrait-type. Notre travail a en effet pour objet l'analyse du rapport des non-usagers d'Internet aux autres TIC (ordinateur, téléphone portable, appareils numériques, etc.) ainsi qu'aux médias dits « traditionnels » (livre, radio, télévision). L'article se penche sur les pratiques techniques et médiatiques des non-usagers. Il démontre l'influence de leur perception de ces outils quant au refus du réseau.

Abstract

This work is part of the non-usage problem. In information and communication science, this issue remains poorly analyzed when compared to the abundant research work on usage. This paper presents a study on non-Internet users without any intent to attach them to a typical profile. In fact, our work aims at analyzing the relationship of non-Internet users with other ICT devices (computers, mobile phones, digital cameras, etc.) and other called "traditional" media (book, radio, television). The paper focuses on technical and mediation practices of non-users. It shows the influence that their perception of these tools has on their refusal of the network.

Resumen

Este trabajo se ha realizado en el marco de la problemática de los « no-usos ». En las ciencias de la información y de la comunicación, esta temática ha sido poco estudiada en relación a las investigaciones de los « usos » de la comunicación, que son bastante abundantes. De esta manera, este artículo presenta un estudio sobre los no-utilizadores de Internet sin buscar a enmarcarlos en ningún prototipo. Nuestro trabajo tiene por objeto analizar la relación de los no-utilizadores de Internet respecto a las otras Tecnologías de la

Información et de la Comunicación (TIC) tales como el ordenador, teléfono móvil, máquinas fotográficas, etc. además respecto a los medios tradicionales tales come el libro, la radio y la televisión. Este articulo se centra sobre las practicas tecnológicas y mediáticas de los no-utilizadores demostrando así la influencia de la percepción de estos instrumentos en cuanto al rechazo del Internet.

INTRODUCTION

L'individu se sert généralement comme cadre de référence de ce qu'il a connu et expérimenté pour appréhender les choses qu'il ignore. Les innovateurs d'un nouveau produit sont généralement des personnes qui ont une expérience significative avec des catégories d'objets similaires (cf. Balloffet, Boulaire, 1999). Ceci pourrait être dû au fait que les usagers, familiers d'un type de dispositif, ont des schémas cognitifs plus développés à l'égard de ce genre d'outil et ont, ainsi, moins de problèmes à comprendre et à accepter une autre innovation du même registre (Ibid.). Dans ce contexte, on peut penser que les rapports, perceptions et expériences négatives d'un individu avec certaines TIC peuvent l'amener à rejeter d'autres catégories de technologies considérées comme similaires.

Ce travail de terrain est une étude sur les non-usagers d'Internet ; il s'articule autour de la question de leur rapport aux autres TIC (ordinateur, téléphone portable, appareils numériques...). Nous ne cherchons pas à dresser un portrait-type du non-usager. Nous nous interrogeons sur l'influence de leur perception de ces outils quant au refus du réseau. Quelles représentations les non-usagers d'Internet ont-ils des autres TIC ? Quelles expériences ont-ils de ces technologies ? Enfin, nous nous intéressons aux usages que font les enquêtés des médias dits « traditionnels » (livre, radio, télévision). Quelle parallèle font-ils entre l'Internet et ces médias ?

L'article est structuré en deux parties. La première est centrée sur le rapport des non-usagers d'Internet aux autres TIC (ordinateur, téléphone portable, appareils numériques...). La deuxième partie est centrée sur le rapport des enquêtés aux médias dits « traditionnels ».

Pour essayer d'apporter des éléments de réponse à notre problématique, nous avons opté pour une étude qualitative basée sur des entretiens semi-directifs. Notre échantillon est constitué de 25 non-usagers. Ces personnes ont entre 33 et 77 ans, parmi elles 4 sont de sexe masculin et 11 de sexe féminin. Elles habitent la Communauté Urbaine de Bordeaux (la CUB) et appartiennent à différentes catégories socioprofessionnelles : bibliothécaire, ouvriers, employés, artisans, enseignants, retraités, sans-emploi. Nous avons pris contact avec les enquêtés en recourant à la méthode dite de proche en proche. Celle-ci « consiste à demander à un premier interviewé potentiel de désigner d'autres interviewés possibles et ainsi de faire la chaîne » (Blanchet, Gotman, 1992, p. 58). Certaines personnes de notre entourage ont permis d'amorcer cette chaîne qui s'est ensuite prolongée par la désignation d'autres réfractaires par les premiers interviewés. Il était difficile de rencontrer des non-usagers (dont le non-usage est volontaire). Ces individus ne forment pas un groupe et ils n'appartiennent pas à des réseaux identifiés. Ainsi, et pour augmenter les chances de voir acceptées nos demandes d'entretien, le mode d'accès aux interviewés qui paraissait le plus propice au recueil de données était la méthode « de proche en proche ».

Les informations recueillies ont fait l'objet d'une analyse de contenu. Il était question plus spécifiquement d'une analyse thématique. Nous avons effectué une analyse individuelle de chaque entretien, ce qui nous a permis de nous imprégner des différents propos et de

dégager l'éventail de thèmes. Cette première analyse a été suivie d'une autre, transversale et thématique, de l'ensemble des entretiens. Les réponses retranscrites ont été classées par thèmes, après avoir été synthétisées selon un procédé de découpage conseillé par Laurence Bardin (1977). L'analyse de contenu « vise la simplification des contenus : elle a pour fonction un effet d'intelligibilité et comporte une part d'interprétation » (Blanchet, op.cit., p.92). Parmi ses variantes, l'analyse thématique semblait être la plus à même pour exploiter au mieux les réponses et les propos des enquêtés dans le cadre de ce travail. Cette analyse nous a permis de repérer les thèmes communs et transversaux à l'ensemble des entretiens recueillis. De façon générale et pour mener à bien cette méthode d'analyse, les opérations suivantes ont été effectuées :

- Nous avons lu plusieurs fois et de manière approfondie et attentive chaque entretien afin de faire l'analyse individuelle. L'analyse a porté ensuite sur le corpus dans sa totalité en repérant les thèmes dans chaque entretien.
- Nous avons sélectionné dans l'ensemble des entretiens tout ce qui est utile pour notre sujet à savoir le rapport aux TIC et aux médias chez les non-usagers d'Internet. Nous avons en effet trié notre matériau en fonction des thèmes retenus pour l'analyse. Il s'agit de découper les entretiens en utilisant des ciseaux et de mettre ensemble tout ce qui concerne un même thème.
- Au cours de notre analyse thématique, nous avons utilisé des méthodes qui relèvent de l'analyse de discours : étude du vocabulaire usité, relevé des termes ayant un sens plutôt positif ou négatif. Nous avons aussi fait appel à des méthodes quantitatives : comptage de récurrences, du nombre de fois où une idée se répétait dans plusieurs entretiens. Nous avons également fait un "travail de va-et-vient" entre ce que nous avons pu découvrir dans les entretiens, nos notes de lecture et notre problématique.

Ce travail prend appui sur une étude théorique que nous avons réalisée en 2006 et intitulée « [Comprendre le non-usage technique : réflexions théoriques](#) ». En nous basant sur des études appartenant aux champs de la sociologie (notamment la sociologie de la diffusion et celle de la consommation), de la psychosociologie, des sciences de gestion et des sciences de l'information et de la communication, nous avons identifié dans ce travail théorique des éléments explicatifs du non-usage, qui sont principalement : les facteurs liés aux caractéristiques de la technique et celles liées aux caractéristiques de l'individu.

La présente étude, qui est un travail de terrain, s'inscrit également dans la problématique du non-usage. Nous avons ainsi voulu vérifier les éléments identifiés lors de notre étude théorique sur le non-usage. En effet, nous postulons que les caractéristiques perçues des TIC et d'Internet ont une influence sur le rapport des enquêtés à ces technologies. Il s'agit notamment des caractéristiques suivantes : l'inconvénient perçu (S. Ram, E. Rogers) ; les risques perçus : risque fonctionnel (S. Ram), risque social (S. Ram, S. Latouche, D. Wolton, P. Breton) ; l'incompatibilité perçue (E. Rogers) ; les faibles possibilités d'essai et de transfert (S. Ram, U. Zander et B. Kogut).

Nous postulons également que les caractéristiques propres aux enquêtés déterminent fortement leur rapport à Internet et aux autres TIC. Il s'agit des caractéristiques suivantes : l'auto-efficacité perçue (R. Wood, A. Bandura) ; les représentations, les expériences, le besoin et les attitudes face à l'innovation (P. Mallein, M. Rokeach) ; les caractéristiques sociodémographiques (S. Ram).

LE RAPPORT DES REFRACTAIRES D'INTERNET AUX AUTRES TIC

Une étude par entretien implique une écoute fine, de la patience, de l'objectivité et un grand intérêt envers le sujet de recherche. Les entretiens ont été réalisés en tenant compte des principes énoncés par Moliner et *al.* (2002) : suivre le sujet au lieu de le diriger, l'inciter à approfondir sa pensée, favoriser la progression de l'entretien. C'est par ce type de démarche que nous avons essayé d'interroger les réfractaires à Internet sur leur rapport aux autres TIC (ordinateur, téléphone portable, appareils numériques...).

Le rapport aux TIC

Ce qui ressort des discours recueillis est la diversité des situations et des représentations. Les expériences ainsi que les perceptions et attitudes des enquêtés envers les autres technologies ont une influence non négligeable sur leur refus de l'Internet.

Certains non-usagers ne cachent pas leur peur d'être envahis par les TIC et insistent sur leur volonté d'être indépendants de ces outils. Leurs réticences vis-à-vis des TIC s'expliquent par le refus et la peur d'être soumis au diktat de la technique, d'où les déclarations suivantes : « *ça me fait peur, la technique prend trop le pas sur l'homme* » ; « *avec les appareils numériques c'est à la personne de s'adapter aux exigences et aux caprices de ces techniques* ». Jean-Éric (48 ans) nous a raconté, par exemple, qu'il utilisait très peu de moyens de communication par souci d'avoir « *un minimum de liberté* »¹. Il refuse ainsi, comme d'autres enquêtés, d'être enchaîné par « les fils invisibles de la communication » (cf. Wolton, 2000). De même, lorsqu'on a demandé à Richard (38 ans) de nous parler de ses rapports aux TIC, il nous a d'emblée dit qu'il trouvait ces techniques très envahissantes : « *On peut dire qu'on perd énormément de personnalité. On est envahi par ces appareils* ». Les TIC sont perçues par nos interlocuteurs comme « *omniprésentes* », « *accablantes* ». Certains trouvent qu'on est en train de perdre le contrôle de ces engins. Ils considèrent les nouvelles technologies comme des moyens qui « *dépossèdent l'homme de sa liberté à agir et l'asservissent à son propre mode de fonctionnement* ». Nos interlocuteurs veulent échapper à la puissance aliénatrice de la technologie, qui prive l'homme d'une dimension essentielle de la liberté humaine, la possibilité même de choisir (cf. Alain Gras, 2003). Pour eux, les TIC dicteraient une temporalité et une spatialité spécifiques, auxquelles les individus seraient obligés de s'adapter. Ces outils enchaîneraient leurs utilisateurs et leur feraient oublier d'autres types de temporalité comme le temps familial et privé.

Plusieurs interrogés refusent d'être équipés de certaines technologies, par exemple : l'appareil photo numérique, le lecteur DVD et Blu-Ray, le GPS, l'ordinateur, le téléphone portable, le baladeur MP3, MP4, etc. Et même ceux dont le foyer dispose de certains appareils nous ont avoué que ce sont leurs enfants ou leur conjoint qui s'en servent.

Le non-usage de nos interlocuteurs s'explique parfois par le manque d'intérêt pour les TIC, la non-utilité et le non-besoin perçus. Le sociologue Philippe Mallein postule que l'utilité précède l'usage, ainsi la perception de la non-utilité d'un objet technique peut déterminer l'absence de son usage. Il est fréquent d'entendre dire chez les non-usagers rencontrés : « *Je ne m'intéresse pas aux nouvelles technologies* » ; « *Ce n'est pas ma tasse de thé* » ; « *Je n'ai aucun de ces appareils numériques, ça ne m'intéresse pas !* » ; « *Je n'ai pas besoin de ces technologies* ».

.....

¹ Les propos des réfractaires à Internet sont mis en italique pour les différencier des citations des auteurs.

Les enquêtés ont donc évoqué un désintérêt total pour les TIC. Certains disent que ces dispositifs représentent « un nouveau système commercial », et d'autres pensent qu'ils ne sont pas concernés par les technologies. Ces dernières seraient « destinées aux riches », ou encore aux « hommes d'affaire et professionnels du commerce ». D'autres réfractaires disent que les nouvelles technologies n'ont « aucune utilité », ils déclarent ainsi que leur intérêt ne se dirige pas vers le fait d'avoir « le dernier gadget inventé ».

Certains enquêtés trouvent que les TIC « accentuent la rapidité des modes de vie ». Ils pensent qu'il faut être « jeune » pour pouvoir utiliser ces outils et suivre l'évolution technologique dans ce domaine. Le facteur de l'âge semble expliquer la réticence de certains enquêtés vis-à-vis des TIC. Les propos suivants sont révélateurs de cette perception : « Pour les gens de mon âge, ça dépasse un peu ce qu'on imagine. On a à peine le temps de s'adapter à quelque chose que déjà ils ont inventé une autre. A chaque fois j'entends parler d'un nouveau truc, c'est fou ! » (Colette, 71 ans), « Ce n'est plus de mon âge, toutes ces nouvelles technologies sont destinées aux jeunes » (Germaine, 77 ans).

La majorité des non-usagers qui ont plus que 50 ans ont évoqué la question de l'incompatibilité des technologies numériques avec leur âge. Les personnes âgées se sentent souvent exclues face aux nouvelles technologies. Philippe Breton dit dans ce contexte : « Le culte de l'Internet est un culte jeune, de jeunes et pour les jeunes. (...). On peut se demander, à lire certains articles et certaines déclarations, quelle place "le nouveau monde" laisse aux vieux. [Il existe] un véritable discours d'exclusion des personnes âgées dans le domaine des nouvelles technologies de l'information » (p.87-89).

Plusieurs actions ont été menées par les pouvoirs publics pour réduire la fracture numérique et notamment le fossé générationnel. Plusieurs rapports préconisent la familiarisation des personnes âgées aux outils du numérique grâce à un accompagnement personnalisé et des logiciels ou des matériels adaptés leur permettant par exemple de correspondre plus aisément avec leurs proches ou de bénéficier d'un suivi médical à distance². En dépit des moyens proposés, le fossé générationnel en France reste important. D'après un rapport publié par le centre d'analyse stratégique le 4 avril 2011 et intitulé « Le fossé numérique en France », seuls 16,9 % des plus de 75 ans et 40 % des 55-64 ans disposent à leur domicile d'un ordinateur contre 91 % pour les 15-24 ans.

Il n'est pas envisageable d'imposer une technologie à une génération pour que celle-ci l'utilise. Le non-usage des nouvelles technologies chez les personnes âgées n'est pas toujours un choix délibéré. Leur non-usage est souvent lié à des dimensions cognitives consécutives au vieillissement³, au manque de connaissance technique ou encore à l'absence de besoin : « Toutes ces technologies sont compliquées pour moi, il y a trop de touches sur un portable ou sur un ordinateur, il est difficile à mon âge de mémoriser tout cela ! Et puis il y a

.....

² Voir par exemple le rapport d'information de la mission d'information commune sur les droits de l'individu dans la révolution numérique, enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 22 juin 2011 et intitulé : Révolution numérique et droits de l'individu : pour un citoyen libre et informé. URL : <http://www.numerama.com/media/Rapport%20V1-Revolution-Numerique.pdf>

³ Voir à ce sujet :

- Marquié, J.-C., Barakat, B. (2001), « Les plus de 45 ans dans un contexte technologique mouvant » (pp. 359-375), in J.-C. Marquié et al. (Eds.), Le travail au fil de l'âge, Toulouse : Editions Octarès

- Rouet J.-F., Cent fenêtres sur Internet : Une étude des représentations et des usages des technologies d'information et de communication dans le grand public, avril 2003

[En ligne] <http://www.mshs.univ-poitiers.fr/100fenetres>

toujours une nouvelle chose, je ne peux pas suivre toutes ces innovations et je n'ai pas à le faire, je n'ai absolument pas besoin de ces outils » (Colette, 71 ans).

Plusieurs de nos interlocuteurs regrettent certains engins et expriment leur attachement à des outils auxquels ils se sont habitués : par exemple, le magnétoscope par rapport au DVD, l'appareil photo analogique par rapport au numérique. Certaines personnes âgées disent même continuer à écouter les 33 tours ou encore les cassettes.

Les réfractaires à Internet n'hésitent pas à dénoncer les pratiques rendues possibles par certaines nouvelles technologies. Plusieurs évoquent par exemple le cas des appareils photos numériques qui permettraient de truquer les photos et de les modifier sans limites. Nos interlocuteurs font souvent une comparaison entre les appareils analogiques et numériques. L'ancien est toujours présenté comme quelque chose de « solide », « fiable », « authentique » et le nouveau comme « fragile » et « incertain ». Ainsi pour l'appareil photo numérique, on trouve les propos suivants : « *Avant, prendre des photos c'était un art. Maintenant on fait n'importe quoi ! On peut tricher, truquer, enlever ou ajouter quelqu'un sur une photo. Je trouve ça terrifiant !* » (Daniel, 52 ans) ; « *Je n'ai aucun rapport avec les nouvelles technologies, ça ne m'intéresse pas ! Je n'ai pas Internet, je n'ai pas d'appareils numériques. Je ne suis pas un adepte du numérique. Je préfère faire des vraies photos à l'ancienne* » (Jacques, 63 ans).

Par ailleurs, certains enquêtés soulignent dans leurs discours le fait qu'ils préfèrent le contact direct à toutes les nouvelles techniques de communication. Le téléphone fixe reste le moyen le plus utilisé après la communication orale. Cette dernière serait considérée comme la base de tout rapport entre les humains. Certains n'admettent pas que la communication puisse se réaliser autrement que dans la proximité. Le téléphone, Internet ou autres pourraient servir à échanger un message ponctuel, mais ne permettraient pas de communiquer dans le but de partager, de se comprendre et de créer des liens sociaux.

En effet, le risque social perçu, relevé par Ram dans *A model of innovation resistance*, explique les réticences de certains enquêtés vis-à-vis des TIC. Les propos suivants reflètent cette perception : « *les nouvelles technologies détruisent les relations humaines* » ; « *Tout ça est antinomique avec le relationnel humain et classique* » ; « *du moment où on passe par l'intermédiaire d'une machine on ne peut pas appeler ça communication !* ».

Les non-usagers dénoncent la facilité de l'acte de communication. Ce dernier nécessiterait, selon nos interlocuteurs, une certaine préparation et une sorte de réflexion. Or, la facilité avec laquelle on pourrait rentrer en contact avec des inconnus via les nouvelles technologies abolirait tous ces critères. La communication deviendrait ainsi vidée de tout sens, de toute profondeur.

Les réticences de certains non-usagers vis-à-vis des TIC s'expliquent également par l'incompatibilité perçue de l'objet, ce point a déjà été relevé par Rogers dans son fameux *Diffusion of innovations*. Les propos suivants sont révélateurs de la perception de l'incompatibilité des TIC avec les préférences et les habitudes de certains enquêtés : « *Je préfère aller vers les gens, voir la personne. Internet et toutes ces technologies modernes ne correspondent pas à mon mode de vie* » (Daniel) ; « *Chaque génération a ses trucs, je ne fais pas partie de cette génération moi. Nous on n'est pas habitué à tout ça ! Je vois ma petite fille comment elle utilise Internet, le portable, l'ordinateur, tout ça elle l'a dans le sang !* » (Giselle, 64 ans).

L'incompatibilité renvoie au degré avec lequel une innovation est perçue comme non-conforme aux valeurs existantes, aux habitudes, aux expériences passées et aux besoins du récepteur (cf. Rogers, 2003). Un dispositif technique risque d'être rejeté s'il exige un haut degré de changement et de réajustement de la part des usagers potentiels. Selon Rogers, certains individus peuvent être attachés à leurs habitudes, à leurs façons de faire, si bien

qu'il n'est pas simple de leur faire accepter les changements. La perception de la part d'un individu de l'incompatibilité d'un objet technique avec son style de vie peut justifier son non-usage.

Par ailleurs, les enquêtés font souvent allusion aux contraintes et aux aléas de la technique. Ils évoquent par exemple les risques fonctionnels des TIC, notamment celles liées à l'informatique : virus, panne, incertitude de performance, obsolescence, complexité, etc. Certains disent ainsi ne pas vouloir perdre leur temps, ou avoir « *des problèmes en plus* » à cause de ces techniques qui « *compliquent la vie* ».

Parmi les TIC les plus contestées, on trouve notamment le téléphone portable : « *Je déteste le portable, on est toujours alerté par la sonnerie pour un oui ou un non* » (Jean-Éric) ;

« *Je ne suis pas du tout portable, je ne supporte pas l'idée qu'on puisse me sonner n'importe où et à n'importe quel moment* » (Nathalie, 45 ans).

Certaines personnes âgées interrogées font un rapprochement entre le téléphone portable et Internet et évoquent la complexité de ces technologies pour eux. Dans ce contexte, Germaine nous a décrit l'expérience décevante qu'elle a eue avec le portable et nous a avoué que cela ne l'encourage pas à utiliser Internet parce qu'elle trouve très compliquées ces technologies auxquelles elle n'est pas habituée. La complexité perçue de la technique, déjà relevée par Rogers (2003) et Ram (1987), semble en effet un facteur déterminant du non-usage : « *Je me rappelle quand j'ai acheté le téléphone mobile, (...), je n'ai jamais pu lire les messages, je ne savais pas comment faire. J'ai été écœurée, je l'ai mis dans un coin et je ne m'en suis jamais servie. J'ai trouvé ça très compliqué !* » (Germaine).

Outre le portable, certaines personnes nous ont raconté leurs expériences antérieures négatives avec d'autres TIC. La complexité de la technologie est toujours mise en avant. Pierre (72 ans), par exemple, nous a parlé de son expérience avec le magnétoscope. Il lui a fallu, en effet, deux mois pour comprendre le fonctionnement de cet outil qu'il lui a été offert par son fils. Pierre refuse ainsi d'avoir un lecteur DVD : « *Maintenant que j'ai compris comment utiliser le magnétoscope, je n'ai pas envie de passer encore des mois à apprendre comment faire fonctionner le DVD* ». Pierre est aussi convaincu qu'avec Internet « *ça va être pire* ». Il avoue donc ne pas vouloir essayer cette technologie qu'il ignore et perçoit comme quelque chose de très complexe.

Enfin, l'expérience de certains réfractaires avec une autre technologie s'est avérée décisive dans le refus d'Internet : il s'agit de l'ordinateur.

Le rapport spécifique à l'ordinateur

L'école de la Gestalt, en psychologie, considère qu'il n'existe pas de perception isolée ; celle-ci est au contraire initialement structurée (Kurt, 1935). Les processus de catégorisation et d'inférence, décelés par cette école, nous permettent d'examiner comment le non-usager, dans son schéma de perception d'Internet, peut catégoriser celui-ci en tant qu'objet informatique. Il lui est, en effet, possible de développer différents processus d'inférence dont la nature dépend de ses expériences avec d'autres outils de la même catégorie, comme l'ordinateur.

Puisqu'Internet est lié à l'ordinateur, ceux qui sont habitués de cette technologie peuvent se sentir plus disposés à utiliser le réseau que les personnes non familiarisées au monde de l'informatique. Nous avons ainsi questionné nos interlocuteurs sur leur rapport avec cet outil. Les réponses étaient hétérogènes, mais nous ont toutes confirmé le fait que les perceptions et les expériences négatives de nos interlocuteurs avec l'ordinateur, ou encore

l'absence complète d'expérience avec cet outil déterminent fortement le refus de l'usage d'Internet.

Parmi les sujets rencontrés, certains utilisent l'ordinateur ou ont eu l'occasion de l'utiliser, par obligation, notamment dans le cadre de leur travail. Ces personnes se sont montrées très critiques envers l'ordinateur. En effet, cet outil est souvent décrit par nos interlocuteurs comme une technologie « exaspérante », « assez compliquée » et « très fragile ». Nathalie, par exemple, utilise l'ordinateur dans son travail, mais elle ne l'utilise pas à la maison bien qu'elle en soit équipée. Elle avoue être très sceptique face à cette technologie et préfère ainsi garder, en parallèle, un système manuel pour gérer la bibliothèque où elle travaille.

La complexité perçue est, selon Rogers, un facteur déterminant de la non-adoption d'une innovation. S. Ram -chercheur en sociologie de la consommation- postule également que le risque fonctionnel perçu d'une technique affecte le non-usage. Le risque fonctionnel peut être lié aux performances incertaines de la technologie (fragilité, risque de pannes...) et à la complexité de celle-ci. La complexité peut avoir selon Ram deux dimensions : « complexité de l'idée (est-elle facile à comprendre ?) et complexité de l'exécution (est-elle facile à mettre en application ?) » (Ram 1987, p. 210).

Les risques fonctionnels de l'ordinateur (pannes, virus ...) sont souvent évoqués par nos interlocuteurs et semblent déterminants du non-usage. Ils sont perçus comme tels suite à des expériences directes avec cet outil, mais aussi suite à des expériences indirectes, comme le montre le discours de Germaine : *« Je vois mon amie elle était contente quand elle l'a acheté, mais souvent quand je lui rends visite, elle me dit : "il faut que je téléphone à mon neveu car j'ai un problème avec l'ordinateur". Je trouve ça exaspérant ! Et l'autre jour, je suis allée chez le médecin, j'arrive dans son bureau, il avait son ordinateur en panne. C'est pénible à la fin ! Ces technologies sont une source de problèmes »*.

Outre les risques fonctionnels liés à l'ordinateur, certains de nos interlocuteurs critiquent le support lui-même et ses composantes, notamment l'écran et le clavier :

« L'ordinateur me fait perdre mon temps. Moi j'ai une formation de base, c'est ABCD l'alphabet dans l'ordre. Parfois on tombe sur un clavier Quarty ou Azerty, donc on perd beaucoup de temps à chercher les lettres » (Jean-Éric).

« Je ne maîtrise pas l'ordinateur. Le fait de taper sur un clavier et de regarder l'écran, ce n'est pas évident ! Il n'est même pas en ordre alphabétique, il faut trouver les lettres. Je ne me sens pas à l'aise devant cet appareil » (Michel, 33 ans).

Les réfractaires évoquent souvent l'inconfort de l'ordinateur et la difficulté pour eux de travailler sur un écran et de s'adapter au clavier compte tenu de l'absence de l'ordre alphabétique. Cela a certainement une influence sur le rejet de l'Internet puisque celui-ci est lié à l'ordinateur. Mais on ne peut pas faire porter aux ergonomes le poids du problème. C'est la volonté, le fait de vouloir utiliser l'outil en question, qui importe. Or, nos interlocuteurs n'affichent aucun intérêt envers Internet et l'outil informatique.

Plusieurs personnes rencontrées nous ont avoué avoir *« un problème avec l'ordinateur »*. Florence (37 ans) nous a, par exemple, dit d'emblée qu'elle n'est pas tentée par Internet parce qu'elle ne supporte pas l'ordinateur : *« J'ai du mal à supporter cette position à tenir la nuque penchée devant l'écran. Je n'ai jamais pu m'y mettre à l'ordinateur »*.

Sylvie (34 ans) aussi nous a expliqué que l'une des raisons pour lesquelles elle ne veut pas utiliser Internet, est le fait que celui-ci soit lié à l'ordinateur : *« Moi et l'informatique, ça fait deux (...), le simple fait qu'il y a un ordinateur dans l'histoire, ça ne me branche pas du tout ! »*

Parmi les enquêtés, certaines personnes âgées nous ont parlé de l'occasion qu'elles ont eue d'approcher l'ordinateur avant de partir à la retraite. Elles nous ont avoué qu'elles ne sont pas arrivées à se familiariser avec cet outil. La complexité perçue de l'ordinateur et le manque d'habitude de manier ce genre de technologie sont les raisons avancées. L'ordinateur était, en effet, perçu comme un bouleversement total de leur manière de travailler. Ceux qui sont arrivés à « s'y mettre », par obligation, disent ne pas être prêts à le réutiliser. Ces retraités, et d'autres réfractaires interrogés, considèrent l'ordinateur comme un outil de travail qui doit être utilisé au bureau ; ils rejettent ainsi cet objet de l'univers domestique. Les propos suivants sont révélateurs de cette perception : « *Qu'est-ce que vous voulez que je fasse avec un ordinateur, c'est un outil de travail. Moi je n'en ai pas besoin dans mon boulot et puis, pour ma vie personnelle, je ne vois pas à quoi ça peut me servir et c'est pareil pour Internet* » (Jacqueline, 48 ans).

On a remarqué aussi chez quelques personnes rencontrées une confusion totale entre l'ordinateur et Internet. Ces objets sont considérés comme identiques. En outre, certains réfractaires ne cachent pas leur méconnaissance de l'ordinateur et d'autres expriment leur désintérêt total envers cette technologie. Les réticences de ces non-usagers vis-à-vis de l'ordinateur s'expliquent en effet par un manque de formation ; il est fréquent d'entendre dire : « *Je ne sais pas comment ça marche et je ne cherche pas à comprendre* » ou encore : « *Je n'ai jamais eu l'occasion de me servir d'un ordinateur et en plus ça ne m'intéresse pas du tout !* ».

Le manque de connaissance et de formation produit, comme l'a souligné Rogers (2003), des sentiments d'incertitude face à l'objet technique et provoque des résistances.

La méconnaissance de l'ordinateur ainsi que le manque d'intérêt envers cet outil constituent des freins majeurs à l'usage d'Internet. De même, l'expérience négative avec l'ordinateur influe sur le refus du réseau et l'absence totale d'expérience inhibe le processus d'usage (l'adoption, l'utilisation et l'appropriation).

LE RAPPORT DES REFRACTAIRES AUX MEDIAS « TRADITIONNELS »

Nos interlocuteurs établissent souvent des comparaisons entre Internet et les médias dits « traditionnels ». Certains ont une vision très pessimiste et pensent que cette technologie va entraîner la disparition de tous les médias : « *Internet ça va faire disparaître les livres, le cinéma, l'art et tout le reste* » (Etienne, 35 ans). D'autres ont une vision plus optimiste : « *Internet ne remplacera pas le livre et ne pourra pas non plus remplacer l'art, le théâtre, la peinture. Ce sont des valeurs sûres qui ne pourront jamais être remplacées par Internet* » (Sylvie).

Plusieurs enquêtés insistent sur l'importance de la diversité des sources d'information. Il ne serait pas acceptable, en effet, qu'il devienne l'unique moyen d'information et de communication. D'où les déclarations suivantes : « *Il ne faut pas qu'Internet soit pris sur le temps d'autres choses et que ça remplace les autres médias. La radio, la télé, le livre, tout ça est important* » (Germaine) ; « *Internet est partout, il paraît qu'on peut tout faire avec. J'espère qu'il ne deviendra pas l'ultime média* » (Daniel).

Préserver la diversité des moyens d'information et refuser le monopole d'Internet semblent des préoccupations importantes chez nos interlocuteurs. Ces derniers se plaignent de la « prédominance » du réseau et de son « emprise » sur les autres médias. Aujourd'hui, tout converge vers Internet, il est possible de lire, téléphoner, regarder la télé, écouter la radio en utilisant uniquement cette technologie. Ce scénario est perçu par nos interlocuteurs comme « *très grave* », « *catastrophique* ». Ils craignent qu'avec la prédominance d'Internet on risque de n'avoir qu'une seule vision, une seule culture, un seul discours. C'est pour cette raison que les réfractaires trouvent important de préserver la pluralité des sources

d'information. Dans ce contexte, Ferid (41 ans) dit à propos d'Internet : « *On appelle ça autoroute de l'information, c'est une autoroute, oui, mais le problème c'est qu'avec cette autoroute, on est en train de supprimer les nationales voilà ! C'est exactement ça !* »

La cohabitation entre les médias et la variété des sources seraient nécessaires. La diversité de l'offre, dit André Vitalis, « permet l'expression de la liberté de choix du consommateur » (1994, p.41). Cette diversité doit concerner les supports, mais aussi les contenus : le pluralisme de l'information. Dans cette « hypersphère » où Internet prend de plus en plus d'importance, il serait indispensable pour la réflexion, la culture et la liberté, de conserver une certaine place aux autres médias. En outre, ce qui semble plus important pour nos interlocuteurs c'est la qualité de l'information, et non la profusion des TIC.

Certains trouvent que les nouvelles technologies, symbolisées par Internet, « *n'apportent rien* » par rapport aux autres moyens existants : « *Pour avoir des informations, la télé le fait très bien, les journaux le font très bien, la radio le fait très bien ! Pourquoi en rajouter ?* », nous dit François (42 ans) à ce propos. Nos interlocuteurs insistent sur l'importance de la présence des autres médias et trouvent qu'Internet n'est pas « un outil indispensable » puisqu'il existe différentes alternatives en matière d'information et de communication.

Par ailleurs, certains ne nient pas les avantages que présente Internet notamment en termes de rapidité. Mais ils avouent être attachés à d'autres moyens de communication par exemple, le téléphone ou encore les lettres qu'ils trouvent « *plus concrets* », « *plus personnels* ». Pour eux, le téléphone ou les échanges épistolaires permettraient d'avoir une meilleure communication ; de plus, ils pensent, qu'avec ces moyens, le contenu du message serait transmis de façon plus sûre.

Enfin, les comparaisons les plus courantes qui ressortent des différents discours recueillis sont faites avec le livre, la radio et la télévision.

Le rapport au livre et comparaison avec Internet

Les enquêtés font souvent des comparaisons entre Internet et le livre. Ces comparaisons sont quelquefois fondées sur une certaine connaissance du réseau et d'autres sur une méconnaissance de cette technologie.

Le refus d'Internet s'explique chez certains individus par un attachement à la « *culture livresque* » et au livre. On entend alors des expressions telles que : « *Je suis complètement lecture* » ; « *Internet ce n'est pas pour moi, je me satisfais encore du livre* » ; « *Je préfère mon monde plein de papiers, mes livres, mon stylo et mon carnet* ».

Plusieurs non-usagers considèrent Internet comme un danger pour le livre. Le risque culturel perçu est l'un des éléments déterminants de leur refus du réseau : « *Le livre est menacé, les gens lisent de moins en moins, il n'y a plus que les "dinosaures" qui savent lire et apprécient la lecture* », dit Jean-Éric. Internet serait perçu comme un bouleversement total : « *l'ancien monde, celui de la lecture et de l'écriture, est en train de s'écrouler* », nous dit Daniel. La culture livresque, la lecture, le livre « *se meurent* ». « *Nul besoin d'Internet pour lire. On a besoin d'Internet, en revanche, pour noyer le livre* ». Cette citation d'Alain Finkielkraut (2001, p. 31) correspond à la pensée de plusieurs réfractaires interrogés.

Par ailleurs, pour certains de nos interlocuteurs, il n'y a pas que le livre qui serait menacé, mais également les métiers qui lui sont rattachés. Certains sont persuadés que les librairies rencontrent aujourd'hui un problème de survie et qu'en conséquence le métier de libraire est menacé. Nathalie trouve également qu'Internet « *représente un risque pour les métiers du livre* », tel que celui du bibliothécaire. En effet, avec la généralisation d'Internet on a beaucoup parlé de l'avènement d'une grande bibliothèque virtuelle, d'une source

d'information accessible à tout le monde. Plusieurs bibliothécaires, alors, nous explique Nathalie qui travaille dans ce domaine, ont vécu les débuts d'Internet comme une menace. Nathalie dit ainsi avoir « *un problème personnel avec Internet* » ; et même si les bibliothèques existent encore, elle pense que celles-ci sont de moins en moins fréquentées. Nathalie compare les bibliothécaires et les documentalistes, notamment ceux qui sont réfractaires à Internet, aux copistes qui ont disparu progressivement avec la généralisation de l'imprimerie.

Germaine trouve également qu'Internet représente une menace pour les professions du livre. Pour elle, cette technologie ainsi que la numérisation de l'information causeront d'ici quelques années la disparition des métiers liés à l'édition et à la vente du livre.

Malgré ce pessimisme et cette inquiétude concernant l'avenir du livre, considéré comme menacé face à l'évolution d'Internet, certains enquêtés ont une vision plus optimiste et sont certains que rien ne remplacera ce média. Celui-ci existe depuis des siècles et « *restera éternel* ». D'un point de vue culturel et éducationnel le livre serait une « *valeur sûre* », incomparable à Internet. Ce dernier ne pourrait pas être un outil d'appropriation de connaissances. Pour nos interlocuteurs il serait impossible de dissocier l'éducation, la culture et le savoir du livre. Pour Marie, par exemple, l'humanité ne pourra jamais vivre sans livres. Elle dit : « *Internet ne pourra pas nous donner ce que le livre nous a fourni depuis des siècles. Au contraire Internet marginalisera cette culture. Le livre est la base de l'accès au savoir et à la culture, (...). Les hommes sans livres seront des abrutis* ».

En effet, le livre serait perçu par nos interlocuteurs comme le symbole du monde du raisonnement et de la réflexion. Il nous apprendrait à penser et à développer notre sens critique. Les informations contenues dans les livres seraient considérées comme un apport de connaissance efficient, voire même comme ayant une capacité de rendre plus intelligent ; alors qu'Internet serait perçu comme un appauvrissement, un outil qui empêcherait la réflexion. Pour nos interlocuteurs, le livre serait donc rangé du côté de l'effort et Internet du côté de la passivité.

Internet est devenu, depuis quelques années, un nouveau support d'information utilisé par plusieurs personnes pour faire des recherches, pour lire des informations, des articles, voire des livres en texte intégral. La lecture sur Internet qui exige le passage par un écran est rejetée et critiquée par nos interlocuteurs. Cette pratique présenterait des inconvénients multiples. En effet, « [celle-ci] n'est pas considérée comme efficace. (...) le numérique décourage une lecture savante en privilégiant la vitesse, l'éclatement, la superficialité plutôt que la réflexion, l'approfondissement, la critique. (...) La lecture sur papier est considérée comme la seule légitime et confortable » (Salaün, In Guichard, 2001, p.114). La lecture sur ordinateur présenterait des problèmes qui seraient liés à la nature des écrans et à la qualité des postes de travail. On parle depuis quelques années des enjeux médicaux de cette nouvelle pratique de lecture : conséquences d'ordre physique dues aux effets de la position assise et à la fatigue des yeux. Bien que des efforts aient été faits dans ce domaine, nos interlocuteurs trouvent que la résolution des écrans demeure insuffisante pour une lecture commode et confortable.

Parmi les autres inconvénients, nos interlocuteurs citent celles liées :

- au temps de la lecture qui serait nettement plus long que la lecture sur papier ;
- au problème de la posture dans la mesure où, avec l'ordinateur, il ne serait pas pratique de lire partout où l'on veut. En effet, le livre rendrait plus autonome, il serait facilement transportable et n'aurait pas d'impératif d'unité de lieu. Les propos suivants sont révélateurs de cette perception : « *Le livre on peut le prendre n'importe où sans problème, sans*

coupure de courant, sans problème de virus » (Jean-Paul, 41 ans) ; « *Sur un livre, on peut marquer des annotations, on peut lire plus attentivement, ce n'est pas comme à l'écran* » (Florence).

Les non-usagers d'Internet considèrent que l'écran d'un ordinateur ne pourra jamais donner cette satisfaction que donne le livre. L'écran « *fait perdre les émotions attachées à la réalité* », il « *dématérialise tout* ». Nos interlocuteurs trouvent également la lecture sur écran « *bizarre* », « *lourde* », « *inconfortable* », « *fatigante* » et « *désagréable* ». L'écran lui-même, est souvent qualifié de « *froid* », « *artificiel* » et « *impersonnel* ». Le livre par contre est qualifié de « *concret* », « *palpable* ». Il y aurait en effet un rapport affectif et tactile avec le livre, ce dernier solliciterait beaucoup plus les sens.

Les non-usagers comparent aussi la souplesse du livre à la rigidité de l'ordinateur. Ils trouvent plus « *agréable* » de feuilleter le livre, de « *l'amener partout* », que d'être « *enchaîné* » à Internet. La lecture du livre aurait un aspect intimiste. Il y aurait une sorte de dialogue silencieux entre le lecteur et l'auteur qui conduirait, selon nos interlocuteurs, à une plus grande appropriation du contenu : « *On a un rapport au bouquin qu'on n'a pas avec Internet. Je n'ai pas de liens avec les phrases que je vois défiler sur un écran* », dit Germaine dans ce contexte.

Parmi les réfractaires rencontrés, certains ont eu l'occasion d'observer l'usage d'Internet. Ainsi, ce n'est plus seulement la lecture sur écran qui est refusée et comparée avec le livre, mais également la lecture de l'hypertexte : « *Sur Internet on doit toujours cliquer ou taper, c'est vraiment énervant ! Le livre on le lit tranquillement, sans se prendre la tête* » (Etienne) ;

« *On ne peut pas vraiment lire sur Internet, on doit toujours aller d'un site à un autre. On ne peut pas se concentrer. C'est soûlant !* » (Michel).

La dynamique du Web peut transformer la lecture en une activité « agitée » où le lecteur peut rester à la surface du sens du texte. Il peut être emporté dans un système d'images et de fragments de textes qui peuvent être oubliés dès qu'ils ont été vus. En effet, la navigation au moyen de la souris et des clics, provoque des déplacements extrêmement rapides qui ne sont pas très favorables à la lecture. Dans cet ordre d'idée, Alain Cordier dit : « Lire, c'est bien souvent adopter une prise en main lente et méditative. Les auteurs anglo-saxons ont un terme pour décrire cela : *deep-reading*, une lecture profonde » (1999, p.15). Or de ce point de vue, Internet ne permettrait pas, selon nos interlocuteurs, d'envisager une telle lecture.

Le livre semble, en définitive, l'un des médias préférés de plusieurs réfractaires interrogés. Il est mis en valeur par la majorité de nos interlocuteurs qui vouent ainsi aux gémonies l'Internet.

Le rapport à la radio et comparaison avec Internet

La radio fait partie également des médias les plus utilisés chez plusieurs enquêtés. Cela est reflété par des expressions telles que : « *Je suis plus radio moi* » ; « *j'écoute beaucoup la radio* », « *Elle est tout le temps branchée* ».

Les discours recueillis mettent en exergue la radio par rapport à Internet. Pour nos interlocuteurs, la radio permettrait une plus grande liberté de mouvement qu'Internet dont l'emploi obligerait l'utilisateur à rester devant l'écran de l'ordinateur. Cette liberté s'apparente à la possibilité d'effectuer d'autres activités au moment de l'écoute. Il s'agit le plus souvent de travaux domestiques et notamment des tâches ménagères. Les enquêtés disent préférer la radio car « elle permet de garder une certaine autonomie ».

Par rapport à Internet, la radio serait également perçue comme plus facile d'accès, « elle est transportable partout » et « moins chère » que l'ordinateur et la connexion. Cet argument est avancé par certains qui critiquent le fait que la radio soit aujourd'hui

accessible par Internet. Pour Michel, par exemple, la radio serait un outil plus simple à utiliser ; il trouve « débile » de se connecter à Internet pour l'écouter : « *Je préfère acheter une petite radio à 5 euros que je peux prendre partout avec moi que d'acheter un ordinateur qui coûte quand même hyper cher et de prendre un abonnement que je dois payer chaque mois* ».

De façon générale, la radio n'est pas critiquée par nos interlocuteurs, sauf pour ce qui est des stations considérées par certains comme « commerciales ». Ils disent ainsi être agacés par les publicités et la « mauvaise musique » passées par ce genre de radio.

Enfin, certains enquêtés avouent avoir perdu l'habitude d'écouter ce média à cause notamment de leur pratique télévisuelle.

Le rapport à la télévision et comparaison avec Internet

Certains enquêtés se considèrent comme de "gros consommateurs" de télé. Toutefois, ce média est critiqué par un bon nombre de nos interlocuteurs qui font un rapprochement entre la télévision et Internet. Pour eux, ces deux technologies entraîneraient une passivité d'esprit chez leurs utilisateurs.

Ceux qui préfèrent la télé considèrent cet outil comme un média qui permettrait de rassembler les membres de la famille et d'avoir des sujets de discussion. Elle serait donc avantagée par rapport à Internet qui serait considéré comme un "média" individualiste. Dans ce contexte, Dominique Wolton note que la télévision est la seule capable de créer du lien social dans cette « société individualiste de masse ». Elle sert « à rassembler des individus et des publics que tout sépare par ailleurs et à leur offrir la possibilité de participer individuellement à une activité collective. C'est l'alliance bien particulière entre l'individu et la communauté qui fait de cette technique une activité constitutive de la société contemporaine » (Wolton, op.cit., p.73). Certains enquêtés plaident pour la télévision contre l'Internet qui accentuerait, selon eux, l'individualisme et l'isolement. La télévision fait partie de la vie quotidienne de la majorité des Français. En outre, en tant que moyen de communication, elle aurait un rôle inestimable et constituerait un des liens sociaux les plus forts. La télévision, « incarne la culture de masse » alors qu'Internet est considéré par certains de nos interlocuteurs comme « un outil élitiste » : « *La télévision est accessible à tous. Tout le monde peut s'en servir alors qu'Internet il faut savoir l'utiliser, il faut un minimum de connaissances* », dit Céline (37 ans).

Parmi les autres arguments avancés par les enquêtés qui défendent la télé par rapport à Internet, on trouve ceux liés au confort et à la simplicité d'utilisation de ce média : « *il est plus confortable de regarder la télé, je peux être allongé sur mon canapé, ou couché dans mon lit, c'est agréable !* » ; « *c'est simple de mettre en marche la télé, par contre aller sur Internet demande un savoir-faire* ». L'ordinateur et Internet demanderaient la présence continue et active de l'utilisateur pour fonctionner, alors que la télévision nécessiterait seulement d'être allumée. La pratique télévisuelle n'empêcherait pas non plus de faire simultanément d'autres activités : « *La télé on peut l'allumer et faire d'autres choses, on peut tricoter, manger, faire le ménage et avoir un œil sur la télé. On n'est pas obligé d'avoir les yeux scotchés sur l'écran et les mains sur le clavier* » (Michel).

En outre, les interlocuteurs qui disent préférer la télévision, n'admettent pas le fait qu'Internet puisse servir à regarder la télé. Pour eux il serait inadmissible de regarder leurs émissions sur l'ordinateur qu'ils considèrent comme un outil de travail.

Le succès de la télévision est exceptionnel depuis des décennies. Tout le monde, ou presque, la regarde et elle continue ainsi à faire « l'ordre du jour » et à susciter des discussions. Mais plusieurs personnes la critiquent aussi et s'en méfient. Parmi nos

interlocuteurs, certains avouent être réfractaires à la télévision autant qu'à Internet. Jean-Paul trouve par exemple la télévision d'aujourd'hui « *un peu surréaliste exactement comme Internet* ». Pour Daniel, également, ces deux "médias" sont semblables : « *pour moi ce sont deux outils dangereux, c'est virtuel, les gens vivent par procuration au travers des écrans* ».

Internet et télévision sont alors dénoncés et accusés des mêmes torts. Ils seraient considérés comme dangereux pour les enfants et les adolescents. Ils auraient les mêmes conséquences négatives et les mêmes risques, notamment pour la culture livresque dans la mesure où « *les gens préfèrent regarder la télé, se connecter à Internet plutôt que lire* », nous dit Daniel avec regret.

Certains enquêtés reprochent à Internet sa similitude de fonctionnement avec la télévision. Pour eux, ces deux médias seraient entachés par les publicités et leurs pratiques encourageraient la routine et la passivité. En outre, d'autres sont convaincus que les sites sur Internet sont, comme les programmes télévisuels, « très marqués par une dominance américaine » : télé-réalité, séries, films américains, etc. Certains de nos interlocuteurs parlent d'ailleurs d'une « *américanisation du monde* » engendrée par la télévision et accentuée avec le développement d'Internet. Les propos suivants sont révélateurs de cette perception : « *Internet est exactement comme la télé, un outil qui incarne la culture et les valeurs américaines* » (Richard) ; « *La télévision d'aujourd'hui est complètement américanisée. Elle est envahie par les émissions et les séries américaines. Avec Internet c'est encore pire ! C'est un outil inventé par les Américains pour une américanisation des esprits* » (Jean-Paul).

Ces réfractaires attribuent à la télévision et à Internet un pouvoir d'uniformisation et de corruption des modes de vie et des visions du monde. Le refus de l'Internet et de la télévision « leur permet d'échapper aux déterminismes de ces technologies ». Ils considèrent ainsi que leurs connaissances et leur culture, n'étant pas entachées par ces outils, sont « *pures* » et « *exactes* ». Ces dispositifs seraient considérés en effet comme des instruments de contrôle social, des systèmes régis par la logique économique et politique. Le non-usage de ces outils représenterait pour eux un signe distinctif d'autonomie. Il leur permettrait d'échapper à l'idée que leurs pensées et leurs actions soient dictées par ces médias.

Par ailleurs, le fait que ces deux technologies soient dotées d'un écran est une autre similitude évoquée et "détestée" par certains réfractaires : « *Je ne regarde pas la télé, je n'aime pas avoir les yeux scotchés sur un écran ! Et Internet c'est comme la télé ça marche avec un écran* » (Marie) ; « *L'écran de télé est nuisible pour les yeux, pourtant il est généralement placé à deux/trois mètres. Que dire alors d'un écran d'ordinateur qui est placé plus près que ça. (...) En fait l'écran m'étourdit* » (Daniel).

Télévision et Internet semblent en définitive des technologies similaires dans les représentations de certains enquêtés. Parmi ceux qui sont convaincus de cette similitude, certains ne disposent pas de télévision et affirment comme le reste de nos interlocuteurs leur non-usage volontaire d'Internet.

Aujourd'hui, il n'est pas fréquent de prendre une position critique ou hostile vis-à-vis des technologies de l'information et de la communication dans la mesure où le flot d'éloges les définit d'entrée comme des dispositifs bienfaisants et prodigieux. Pourtant, notre enquête nous a montré que certains individus ont une vision moins optimiste d'Internet et de certaines TIC.

CONCLUSION

Les caractéristiques perçues des TIC s'avèrent des facteurs déterminants dans le rapport des enquêtés à ces dispositifs. Les discours recueillis montrent que les TIC (Internet, l'ordinateur, le téléphone portable, les appareils numériques, ...) sont perçues comme incompatibles avec le mode de vie de nos interlocuteurs. Les individus sont généralement amenés à s'interroger sur la compatibilité des innovations avec un ensemble d'éléments auxquels ils sont attachés. En effet, ils fondent en partie leur évaluation d'une technologie donnée sur la compatibilité perçue de celle-ci avec leur mode de vie, leurs habitudes et préférences. Plus une innovation est conforme à ceux-ci et moins importante devrait être la résistance à son égard.

Les préférences (notamment en matière d'information et de communication), les pratiques techniques et médiatiques habituelles des réfractaires à Internet semblent en définitive des facteurs influents sur leur refus du réseau.

La complexité et les risques perçus de la technique sont aussi des éléments qui ont été mis en avant dans les propos de nos interlocuteurs : risque fonctionnel (fragilité, obsolescence, incertitude de performance) ; risque social (détérioration du lien social, individualisme), risque culturel (menace pour la culture livresque, risque de l'emprise d'Internet sur les autres médias), risques physique et psychologique (crainte d'être aliéné et appréhension d'être dominé par la technologie, conséquences d'ordre physique des inconvénients perçus). Ces risques décelés déterminent les faibles possibilités d'essai et de transfert technique ainsi que le non-usage.

Par ailleurs, nous pouvons également attester que certaines caractéristiques propres aux enquêtés déterminent fortement leur rapport aux TIC et à Internet.

En effet, les attitudes, les représentations et les expériences (directes ou indirectes) qu'ils ont des nouvelles technologies, le non-besoin, le désintérêt envers ces outils, l'attachement à certains dispositifs et le refus d'autres, les caractéristiques sociodémographiques dont notamment l'âge de certains enquêtés, s'avèrent des éléments en corrélation avec le non-usage d'Internet et le rapport aux innovations chez nos interlocuteurs.

Notre article intitulé « [Comprendre le non-usage technique : réflexions théoriques](#) » a permis de souligner la relation entre le non-usage et les caractéristiques de la technique ainsi que celles de l'individu. La présente recherche, basée sur une enquête de terrain, nous a permis de confirmer l'influence de ces caractéristiques sur le non-usage technique. Cependant, cette étude n'a pas pu mettre en évidence l'influence de la caractéristique « efficacité de soi » sur le non-usage. Les réfractaires interrogés n'ont pas évoqué un sentiment de manque de confiance en soi face aux nouvelles technologies.

Par ailleurs, certains d'entre eux ont exprimé une forme de « dogmatisme ». Des interviewés rencontrés perçoivent en effet les nouvelles technologies comme « une source de bouleversement ». Ils associent les innovations techniques à de nouvelles pratiques qui exigent des changements et des ajustements inacceptables.

Pour le professeur de psychologie sociale M. Rokeach -dont les travaux sont consacrés à l'étude des systèmes de croyances et d'attitudes- les individus qui se sentent menacés par la perspective du changement sont « dogmatiques ». Ils seront donc plus résistants à la nouveauté.

Selon Rokeach (1960), le dogmatisme est caractérisé par l'esprit fermé de certaines personnes. Cet esprit renvoie à un système de croyance clos, il reflète une intolérance à l'égard de toute nouveauté. Il serait hermétique au changement et ancré dans la tradition. L'on peut dire donc qu'un individu « dogmatique », attaché à ses habitudes et qui voit dans

l'utilisation d'une nouvelle technologie une menace risquant de les perturber, va très probablement refuser ce dispositif. Dans ce contexte, S. Ram note que « plus le consommateur fait preuve de dogmatisme plus la résistance à l'innovation est forte » (1987, p.210). Le dogmatisme apparaît donc comme une forme de résistance au changement qui permet d'expliquer le non-usage des innovations chez certains individus.

Il est par ailleurs important de souligner le fait que nous ne pouvons considérer l'ensemble de nos interlocuteurs comme dogmatiques. Le discours tenu par des interviewés ne permet pas de les situer comme tels. Il s'agit notamment des propos qui renvoient à leur détermination à échapper au contrôle social des TIC qu'ils considèrent comme des systèmes régis par les logiques économiques et politiques.

Le discours de certains interrogés, qui ont exprimé un fort attachement à des pratiques habituelles différentes de celles exigées par les nouvelles technologies, reflète une forme de dogmatisme.

Ce dogmatisme, qui réfère à une résistance aux changements techniques, affecte leur rapport aux TIC. Toutefois, il n'est pas judicieux d'expliquer le refus de l'Internet et le rapport aux autres TIC par cette caractéristique. Le non-usage de nos interlocuteurs est volontaire et leur rapport aux TIC est fondé sur un choix délibéré.

La technique n'est pas neutre. Les enjeux et les caractéristiques perçus des TIC déterminent fortement le non-usage de nos interlocuteurs et leur rapport à la technique.

Dans cet article nous avons essayé de présenter une réflexion empirique sur la question du non-usage et plus spécifiquement sur le refus de l'Internet et le rapport des réfractaires aux autres TIC et aux médias dits traditionnels.

D'après une étude de l'Insee, publiée en mars 2011, un quart des Français déclarent n'avoir jamais utilisé Internet. Parmi les raisons citées : le coût de l'ordinateur ou de l'abonnement, le manque de compétences et enfin la non-utilité⁴. Par rapport aux usagers d'Internet, les non-usagers délibérés ne sont pas nombreux, mais ils existent et il semble important de s'intéresser davantage aux raisons de leur non-usage.

La problématique du non-usage technique ouvre de nombreuses perspectives de recherche. En sciences de l'information et de la communication, les études abondantes sur les TIC semblent focalisées sur la question des usages sociaux et professionnels de ces outils, négligeant souvent la problématique du non-usage. Avec le développement accéléré des technologies, on ne peut plus passer outre les formes de résistance.

On étudie souvent les TIC à travers leurs usages et usagers. Il serait intéressant d'étudier ces objets techniques par le biais des non-usagers. Les représentations de ces derniers peuvent participer à la définition sociale d'une TIC, au même titre que celles de ses utilisateurs.

.....

⁴ Voir article en ligne, Reuters France : « « La fracture numérique se réduit peu à peu en France ». URL : <http://fr.reuters.com/article/technologyNews/idFRPAE72100O20110302>

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Balloffet, Pierre, Boulaire, Christèle (1999), « Freins et motivations à l'utilisation d'Internet : une exploration par le biais de métaphores », *Recherche et applications en Marketing*, n°14, p.28-39
- Bardin, Laurence (1977), *L'analyse de contenu*, Paris : PUF
- Blanchet, Alain, Gotman, Anne (1992), *L'Enquête et ses méthodes : L'entretien*, Paris : Ed. Nathan
- Boudokhane Lima, Feirouz (2006), « Comprendre le non-usage technique : réflexions théoriques », *Les enjeux de l'information et de la communication*
- Article en ligne : http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2006/Boudokhane/index.php
- Breton, Philippe (2000), *Le culte de l'Internet : Une menace pour le lien social ?* Paris : La Découverte
- Chartier, Roger et al. (1997), *Histoire de la lecture dans le monde occidental*, Paris : Seuil
- Cordier, Alain (1999), « Le livre numérique : Internet et la pensée », *Communication et langages*, n°122, p.11-18
- Djoudi, Mahieddine (2001), « Conception d'assistants à la navigation sur l'Internet » (p.165-173), in Guichard, Eric (dir.), *Comprendre les usages de l'Internet*, Paris : Ed. Rue d'Ulm/Presses de l'Ecole normale supérieure
- Finkelkraut, Alain (2001), « Fatale liberté », *Internet l'inquiétante extase*, Paris : Mille et une nuits, Fondation du 2 mars
- Gras, Alain (2003), *Fragilité de la puissance : se libérer de l'emprise technologique*, Paris : Fayard
- Koffka, Kurt (1935), *Principles of Gestalt psychology*, London : Routledge & Kegan Paul
- Mallein, Philippe, Privat, Gilles (dir.) (2003), « Ces objets qui communiquent », Paris, Lavoisier, Numéro spécial des *cahiers du numérique*, vol. 3, n° 4
- Moliner, Pascal, Rateau, Patrick, Cohen-Scali, Valérie (2002), *Les représentations sociales : pratique des études de terrain*, Rennes : Presses universitaires de Rennes
- Questions de communication* (2010), « Repenser le non-usage des TIC », Dossier coordonné et présenté par Catherine Kellner, Luc Massou, Pierre Morelli, N°18
- Ram, Sudha (1987), « A model of innovation resistance », *Advances in consumer research*, n° 14, p.208-212
- Rogers, Everett (2003), *Diffusion of innovations*, New York : Free Press
- Rokeach, Milton (1972), *Beliefs, attitudes and values : A theory of organization and change*, San Francisco : CA, Jossey-Bass
- Rokeach, Milton (1960), *The open and closed mind : investigations into the nature of belief systems and personality systems*, New York: Basic Books
- Salaün, Jean-Michel (2001), « Documents numériques et universités françaises » (p.112-117), in Guichard, Eric. (dir.), *Comprendre les usages de l'Internet*, Paris : Ed. Rue d'Ulm/Presses de l'Ecole normale supérieure
- Vitalis, André (1994), « La part de citoyenneté dans les usages » (p.35-43), In Vitalis, André (dir.), *Médias et nouvelles technologies : Pour une socio-politique des usages*, Rennes : Ed. Apogée
- Wolton, Dominique (2000), *Internet et après ? Une théorie critique des nouveaux médias*, Paris : Flammarion

L'accès au patrimoine écrit en ligne : analyse structurelle et réflexion prospective sur un cas français

Article inédit. Mis en ligne le 31 janvier 2012

Céline BRUN-PICARD

Céline Brun-Picard est doctorante en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Lyon 1, membre de l'équipe de recherche lyonnaise en sciences de l'information et de la communication (ELICO), et ATER à l'IUT2 de Grenoble. Anciennement documentaliste spécialisée dans le domaine des risques majeurs, elle s'intéresse aux pratiques informationnelles et aux comportements des utilisateurs en recherche d'information, ainsi qu'aux pratiques de médiation des professionnels de l'information et du livre. Sa thèse (en cours) porte sur les pratiques de valorisation de la presse patrimoniale sur le web.

celine.brun-picard@iut2.upmf-grenoble.fr

Geneviève LALLICH-BOIDIN

Geneviève Lallich-Boidin est professeur en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Lyon 1 et membre de l'équipe de recherche lyonnaise en sciences de l'information et de la communication (ELICO). Ses travaux de recherche portent sur deux thèmes principaux : les jeux d'articulation de langages différents dans un même document (documents techniques, textes mathématiques, cartes, etc.), et le temps et les documents numériques.

genevieve.lallich-boidin@univ-lyon1.fr

Plan

Introduction

Une remise en cause des approches techno-centrées

La manifestation d'un impératif communicationnel de « valorisation »

Des « obstacles » juridiques, techniques et organisationnels ?

La fabrication des dispositifs : un jeu complexe de représentations

Conclusion

Références bibliographiques

Notes

Résumé

Cet article présente les résultats d'une analyse structurelle menée sur la réédition numérique d'un type particulier de patrimoine écrit – la presse locale du XIX^e siècle. Il expose la multiplicité des variables concourant à modeler le devenir de l'accès numérique au patrimoine écrit : ce dernier est à penser dans un temps long, et repose autant sur des avancées technologiques, sur des variables organisationnelles et juridiques, que sur les représentations et les pratiques que les institutions communicantes construisent autour des évolutions du web, de leurs missions, de leurs usagers, et des objets du patrimoine.

INTRODUCTION

La question de l'évolution de l'accès au patrimoine sur le web est aujourd'hui débattue par un nombre croissant de professionnels des bibliothèques et de chercheurs, en Informatique et en Sciences de l'Information et de la Communication. Elle est d'abord formulée en termes d'« enjeux », par les experts engagés dans des projets de numérisation. Ceux-ci s'inquiètent du devenir des projets développés de part et d'autre, ou s'interrogent sur l'avenir de leur profession (Syren, 2009 ; Weestel, 2009). Elle sous-tend également le développement actuel des recherches opératoires visant à « valoriser » le patrimoine écrit sur le web (Bougy, Dornier et Jacquemard, 2011). Elle est enfin traitée, par des chercheurs en SIC, sous l'angle du modèle économique et de la pérennité des projets de réédition. Au terme d'une analyse des pratiques

de rééditions numériques de la presse ancienne à l'international, Agnieszka Smolczewska-Tona et Geneviève Lallich-Boidin (2008) discutent l'état « *parcellaire et peu coordonné* » des initiatives de réédition numérique de la presse française. Traitant du partenariat public-privé en matière de numérisation du patrimoine, Ghislaine Chartron (2010) propose de « *dépasser l'opposition entre une logique libérale visant la privatisation avec des exigences de rentabilité à court terme et une logique qui serait en attente perpétuelle de perfusions d'argent public* » (p. 84). Pour sa part, Emmanuelle Chevy (2011) dresse un état des lieux des contraintes techniques, juridiques et institutionnelles liées à la numérisation du patrimoine écrit dans les bibliothèques françaises.

C'est dans ce contexte ainsi présenté, que nous proposons de nous emparer, à notre tour, de la question du devenir de l'accès en ligne au patrimoine écrit numérisé. Au-delà de l'exposé des contraintes auxquelles sont confrontées les bibliothèques municipales, nous avons choisi de développer une analyse structurelle de la réédition numérique d'un type particulier de patrimoine écrit – la presse locale du XIX^e siècle en France - visant à dégager la multiplicité des variables concourant à modeler le devenir de l'accès numérique au patrimoine écrit, et à distinguer, dans une perspective prospective, ce qui, dans les transformations possibles des pratiques et des usages liés au patrimoine numérique, « *relève des rigidités à la fois techniques et organisationnelles de la société et qui apparaîtra donc comme des invariants, et ce qui relève des changements possibles plus ou moins profonds des comportements et des représentations* » (Plassard, 2002).

Après avoir précisé le cadre dans lequel la présente étude s'inscrit, nous exposons les résultats de notre analyse en trois points successifs, qui représentent autant de caractéristiques du phénomène de réédition numérique de la presse ancienne : la multiplication des initiatives constitue une manifestation d'un impératif de « valorisation » en développement dans les bibliothèques ; leur dispersion témoigne de difficultés concrètes dans la mise en œuvre des projets, mais qui peuvent trouver des issues ; la fabrication des accès à l'information dépend enfin d'un jeu complexe de représentations construites, dans un temps long, autour de l'utilisateur, du web, et des missions de l'institution patrimoniale. La conclusion est enfin l'occasion de dresser un bilan et d'énoncer les tensions principales sur lesquelles se joue, selon nous, le devenir de l'accès en ligne au patrimoine écrit.

UNE REMISE EN CAUSE DES APPROCHES TECHNOCENTREES

Ce travail est issu du projet de recherche CANU XIX (Canards Numériques du XIX^e siècle) financé par le Cluster 13 de la Région Rhône-Alpes. Nous nous appuyons sur une série de discours d'accompagnement et de récits de projets produits par les professionnels des bibliothèques et les pouvoirs publics sur les opérations de numérisation et de mise en ligne du patrimoine écrit, pour dessiner les évolutions de la réédition numérique de la presse patrimoniale. Précisément, nous proposons de prendre de la distance par rapport aux approches technicistes qui, pour resituer les usages du patrimoine en ligne, sont strictement centrées sur les avancées technologiques.

Nous constatons notamment que les usagers, en tant que réalités, sont souvent absents des discours officiels sur la réédition numérique du patrimoine, et que leur sont préférés les usages possibles, issus de l'avancée des applications du web. La contribution de Christine Albanel à un récent numéro de *Culture & Recherche* (Albanel, 2009) montre par exemple que les approches des pouvoirs publics sont marquées par cette « *forme d'automatisme qui existerait entre disponibilité du matériel et usages de celui-ci* », décrite par Philippe Bouquillion et Isabelle Paillart (2006) s'agissant des politiques locales liées aux technologies de l'information et de la

communication (TIC) : les « usages » renvoient aux potentialités des techniques et la complexité des pratiques est occultéeⁱ.

Nous posons ainsi pour hypothèse que les (ré)éditeurs et leurs logiques, les usages, et les technologies numériques sont autant de « variables clés » qui pèsent sur l'évolution de l'accès numérique au patrimoine écrit.

Notre analyse a d'abord visé à identifier les acteurs des opérations de mise en ligne de la presse patrimoniale, ainsi que les relations entre ces acteurs. En France, les bibliothèques peuvent être légitimement considérées comme les principaux « maîtres d'ouvrage » des projets de réédition numérique de la presse locale ancienne, et les travaux sont financés par des fonds publics, à la suite d'appels à projets de numérisation. Rares sont les organismes de presse à s'être déjà engagés dans de tels projets. En dehors du cas d'Ouest France, qui s'est très tôt investi dans la mise en ligne de la collection *Ouest Eclair* (1899-1944), les organismes de presse développent plutôt d'autres modes de valorisation de la presse ancienne, et notamment la rétrospective sur support papierⁱⁱ. Les archives départementales, qui disposent de collections de quotidiens ou hebdomadaires locaux « *parfois fort anciennes et complètes* » (Tesnières et Claerr, 2009), sont également présentes sur ce créneau, mais elles affichent aujourd'hui d'autres priorités en matière de numérisation et de réédition numérique de leurs fonds.

Sur la base d'une étude des discours d'accompagnement et de retours d'expérience d'acteurs de la mise en ligne, nous exposons les caractéristiques principales du fonctionnement de la réédition numérique du patrimoine écrit, et identifions quelques nœuds sur lesquels le devenir de la réédition numérique peut se jouer.

Loin de voir dans les SIC le lieu de la prédiction des pratiques sociales, nous pensons que les SHS peuvent contribuer à éclairer les enjeux, plus ou moins apparents, et les évolutions, plus ou moins marquées des pratiques. Notre propre réflexion prospective n'a elle-même d'intérêt que dans la mesure où elle participe au débat sur les évolutions de l'accessibilité du patrimoine écrit en ligne.

LA MANIFESTATION D'UN IMPERATIF COMMUNICATIONNEL DE « VALORISATION »

La presse locale et régionale occupe une place importante dans les fonds d'histoire locale des bibliothèques, en particulier depuis l'instauration du dépôt légal pour les périodiques. Le fonds d'histoire locale inscrit « *l'enracinement de la bibliothèque dans la ville ou le terroir qui l'entoure* » (Hauchecorne, 1982) et « *fait la fierté des bibliothèques et des centres de documentation* » (Claerr, 2009). Cela explique pour partie seulement la multiplication actuelle des projets de réédition numérique de fonds locaux défendus par les bibliothèques. Celle-ci n'est en effet pas étrangère au développement d'une « *obligation de communication* » (Miège, 1989) dans les bibliothèques. Cet impératif, dit de « valorisation », constitue une première tendance lourde dans l'évolution des logiques sociales des institutions du patrimoine.

L'origine de la mise en ligne de la presse locale ancienne est à situer en 2004, avec le lancement, par le Ministère de la Culture et de la Communication, du Plan d'Action pour le Patrimoine Écrit (PAPE). L'objectif est de « *mieux connaître et d'améliorer les conditions de conservation, de signalement et de valorisation du patrimoine écrit en Région* » et de soutenir les actions de conservation, de signalement et de valorisation menées par les collectivités territoriales qui en ont la charge. L'année suivante, la Bibliothèque Municipale à Vocation Régionale de Marseille-l'Alcazar est la première à bénéficier d'un financement de l'État pour la numérisation d'un fonds de périodiques régionaux du XIX^e siècle (1860-1920), par l'intermédiaire du plan national de numérisation du gouvernement. Jusqu'à cette date, les fonds anciens de presse locale avaient été éloignés de ce plan (pourtant initié en 1996). Dans

la présentation de l'appel à projets 2003 est ainsi précisé que « *les projets ne doivent pas porter sur [...] les fonds de cartes postales, les fonds de presse régionale ou locale, les fonds d'affiches qui ne sont pas prioritaires en raison de la multiplicité des exemplaires disponibles et des risques de redondance* »ⁱⁱⁱ.

Historiquement, les bibliothèques françaises se sont d'abord emparées de la technologie numérique pour préserver et mieux conserver leurs fonds patrimoniaux. Ceux-ci apparaissent difficiles à protéger ; leur consultation les fragilise encore davantage. Les avancées technologiques ont bientôt permis, à des coûts plus abordables, de multiplier les accès aux contenus des journaux numérisés, et les traitements automatisés de reconnaissance des caractères ont rendu possible, du côté de l'utilisateur, l'interrogation en plein texte des collections. Internet et la technologie hypertexte offrent encore de nouvelles perspectives en matière d'accès à distance des collections.

Depuis 2005, les appels à projets de numérisation imposent aux bibliothèques d'inclure dans leurs projets, un volet de « valorisation » du fonds numérisé. La politique nationale de numérisation du patrimoine affiche en effet l'ambition de démocratiser la culture ; son objectif est « *de permettre sa sauvegarde mais aussi de favoriser son accès à tous* »^{iv}. Si bien qu'aujourd'hui, il semble difficile de déterminer, de la conservation ou de la valorisation, quelle est la motivation première des bibliothèques à rééditer leurs fonds patrimoniaux.

Dans leurs écrits les plus récents des professionnels des bibliothèques, Internet est affiché comme étant « bien plus qu'un simple moyen nouveau de diffusion » (Syren, 2009) ; le numérique se voit attribuer la responsabilité d'être « un outil au service du patrimoine vivant » (Westeel, 2009). La réédition numérique des fonds anciens est à la fois conçue comme une opportunité de conquérir de nouveaux publics et d'engranger de nouveaux types de lectures, et comme un service à rendre aux utilisateurs des fonds papier ou microfilmés.

« *L'obligation de communication accompagne [aussi] la concurrence que se font les institutions sociales dans leurs champs respectifs* » (Miège, 1996 ; 211) : ainsi, le « *passage au numérique* » (Westeel, 2009) du patrimoine et de la bibliothèque traditionnelle questionne le métier de bibliothécaire et les missions de l'institution. Depuis les années 1970-1980, ces derniers connaissent en effet une profonde évolution avec l'avènement de l'informatique et des TIC. Si l'impact des technologies sur les métiers de la documentation a autrefois pu être dramatisé (Fondin, 1987), le débat sur la désintermédiation documentaire se déplace progressivement, depuis environ cinq ans, vers celui des enjeux de l'édition et de la réédition numériques comme nouvelle forme de médiation documentaire. La « base » (Westeel, 2009) serait de rendre visibles les contenus aux moteurs de recherche. Certains bibliothécaires préconisent même de rejeter le « conformisme médiatique », et de mettre en place une véritable stratégie éditoriale pour les fonds numérisés, tout en pointant les dérives potentielles du passage de la « logique de l'accès par la recherche » à la « logique de promotion » (Syren, 2009).

UN DEPASSEMENT DES « OBSTACLES » JURIDIQUES, ORGANISATIONNELS, ET TECHNIQUES ?

Une deuxième grande caractéristique de la réédition numérique de la presse locale tient au fait que les initiatives se développent inégalement sur le territoire français, et restent « *parcellaires et peu coordonnées* » (Smolczewska-Tona et Lallich-Boidin, 2008). Emmanuelle Chevry (2011) dresse un constat similaire à propos de la numérisation du patrimoine écrit français, qu'elle diagnostique comme une conséquence de la complexité des opérations de numérisation, comme le résultat des contraintes juridiques liées au droit d'auteur et comme l'effet de spécificités administratives et organisationnelles des bibliothèques municipales, conduisant à des difficultés de coordination au niveau national. Les acteurs des projets de réédition numérique de la presse patrimoniale évoquent

juridiques que « *le manque de moyens humains, techniques et financiers* » (Westeel, 2009) ; le travail collaboratif et les partenariats apparaissent comme deux des moyens possibles pour dépasser les obstacles.

La naissance de l'association BiblioPat, en mai 2006, dédiée à la mise en réseau des professionnels de la conservation, du traitement et de la valorisation des fonds à vocation patrimoniale, et l'idée de « Schéma directeur du numérique en bibliothèque » développée en 2007 dans le rapport *Livre 2010* du Centre National du Livre (Barluet, 2007), illustrent la nécessité des bibliothèques de travailler en réseau pour conserver, gérer, et valoriser leurs fonds patrimoniaux. Actuellement, selon Isabelle Westeel, les établissements connaissent des difficultés pour construire, maintenir et pérenniser une offre numérique ; la fragilité de leurs projets « *tient souvent, dans l'ordre, au manque de moyens humains, techniques, financiers* » (Westeel, 2009). Le travail collaboratif, entre bibliothèques en Région, et/ou avec la Bibliothèque Nationale de France, apparaît comme une solution prometteuse, dans l'espoir de contribuer à terme à « *la future Bibliothèque Numérique de France* » (Westeel, 2009).

Plus polémique, le recours au partenariat avec Google n'est encore le fait, en France, que de la Bibliothèque Municipale de Lyon. Les accords entre Google et les bibliothèques stipulent que le choix des ouvrages à numériser doit être fait par les établissements, que la numérisation et l'indexation sont aux frais de Google, et qu'une copie de ces données est livrée à la bibliothèque. Seuls les ouvrages libres de droits et antérieurs au XXe siècle sont numérisés. Le recul manque pour apprécier le succès ou l'insuccès de l'opération : le programme signé entre la Ville de Lyon et Google pendant l'été 2008 devrait s'étaler sur 7 ou 8 ans. Néanmoins, quelques auteurs (minoritaires) y voient une des seules opportunités possibles pour pérenniser la numérisation des fonds patrimoniaux : puisqu'en France, « *les collections patrimoniales [...] sont [...] entretenues par le biais de l'argent public, celui du contribuable-électeur* », « *les initiatives [de réédition numérique des fonds] sont [...] parcellaires, peu ou pas coordonnées, leur espérance de vie est faible car elles sont tributaires de crédits glanés çà et là, dans le cadre d'un contrat. Sauf à opter pour Google [...].* » (Smoltzsweska-Tona et Lallich-Boidin, 2008).

Il n'en demeure pas moins que le mode de financement de la réédition numérique des fonds patrimoniaux par les pouvoirs publics, par voie d'appels à projets de numérisation et, depuis 2009, par voie d'appel à projets « services numériques culturels innovants », contribue à la mise en concurrence des bibliothèques, et pourrait bientôt accentuer la course à l'innovation technologique en matière de bibliothèques numériques. Si les établissements documentaires sont actuellement appelés à travailler ensemble, les collaborations affichées sont moins d'ordre technologique (choix des outils de mise en ligne et de leurs fonctionnalités) que purement bibliothéconomique. Ainsi en est-il du schéma directeur du numérique en bibliothèque qui « *pourrait rassembler un guide des bonnes pratiques et des normes à utiliser, qui organiserait le recensement et l'analyse des projets de numérisation menés en bibliothèque, proposerait des solutions pérennes en matière de conservation numérique, et enfin favoriserait l'émergence de relais régionaux en matière de coordination des politiques numériques.* » (Barluet, 2007).

LA FABRICATION DES DISPOSITIFS : UN JEU COMPLEXE DE REPRESENTATIONS

La fabrication des dispositifs numériques et des accès à la presse patrimoniale dépend enfin d'un jeu complexe de représentations, qui permettent d'envisager l'évolution de l'accès au patrimoine numérisé sous un nouvel angle.

La fabrication des dispositifs numériques et des accès à la presse patrimoniale dépend d'abord du modèle construit par le concepteur à propos des « *besoins, possibilités et limitations de*

multiplient sur les dispositifs existants (Paganelli, Mounier et Pouchot, 2011) mais les connaissances demeurent insuffisantes sur les usagers et les pratiques numériques liées au patrimoine. Si les choix politiques sont « *soumis au caractère sans cesse innovant et fluctuant des techniques* » (Bouquillion et Pailliart, 2006), il nous semble toutefois que le montage et la gestion en local des projets de réédition numérique des fonds patrimoniaux par les établissements documentaires tendent à tempérer la course aux nouvelles technologies s'agissant des applications liées au patrimoine. Pour expliquer les choix des fonctionnalités de sa bibliothèque numérique, la Ville de Bourg-en-Bresse met ainsi en avant sa « *démarche correspondant à un constat usage/usagers fait à partir de l'expérience acquise par la Section Patrimoine à la Médiathèque Vailland avec son public qui est large est varié* » : « *l'approche choisie est avant tout visuelle et hiérarchique* » ; « *elle permet à l'utilisateur de s'approprier un document sans être effrayé ou intimidé par la culture générale souvent nécessaire pour l'appréhender* »^v.

Par ailleurs, les travaux sur les dispositifs d'écriture numérique du patrimoine muséal (Desprès-Lonnet, 2009) et photographique (Gellereau et Casemajor-Loustau, 2009), montrent que les choix techniques et la stratégie éditoriale des bibliothèques n'engagent pas qu'une certaine conception de l'utilisateur : les professionnels sont aussi ancrés dans leurs pratiques antérieures de constitution de bases de données dédiées à la recherche documentaire. La pertinence de la transposition de ces analyses se vérifie dans le cas de la réédition numérique de la presse patrimoniale. Ce n'est qu'à partir de la mise en fonction de l'application Google Books, en décembre 2004, que les bibliothèques françaises se contraignent à numériser en mode texte, en vue de la recherche dans le document lui-même (et non seulement dans les champs utilisés pour la description du document). Une observation de l'agencement des contenus à l'écran laisserait également déceler le poids de la structure de base de données – catalogue dans de nombreux sites offrant accès à la presse patrimoniale^{vi}.

Enfin, les choix techniques et la stratégie éditoriale peut aussi dépendre d'hypothèses formulées sur le devenir du web et sur la place qu'y occuperont les institutions patrimoniales. L'exemple de l'application développée par la Bibliothèque Municipale de Lyon Part-Dieu pour la collection du *Progrès Illustré de Lyon* (1890-1905) est particulièrement éclairant à cet égard, quoique très spécifique dans le paysage français, et non représentatif de l'ensemble des projets de réédition numérique de la presse locale ancienne en France. L'idée expérimentée a été d'enrichir sémantiquement une sélection d'articles de journaux, au fil des textes : le lecteur est invité à naviguer sur le web pour trouver des informations complémentaires par ailleurs, notamment sur des personnes, à partir de leurs noms. Les liens passeurs proposent aujourd'hui de consulter ou de contribuer aux articles de Wikipédia. L'application créée est donc délibérément ouverte, de manière à constituer un maillon d'une chaîne documentaire plus complexe. Le traitement documentaire, au-delà de la mise en ligne brute des textes, consiste en un travail approfondi sur la collection (création d'index de personnes citées, de parcours de lecture, de dossiers thématiques...) et l'ensemble de la plateforme est dédiée à s'insérer dans un web en devenir, défini comme « *collaboratif* » et « *sémantique* », et où les bibliothèques « *auront un rôle à jouer* »^{vii}.

CONCLUSION

Parvenir à identifier les perspectives d'avenir du secteur de la réédition numérique du patrimoine n'est pas chose aisée. Nous avons voulu montrer ici, en développant le cas de la presse locale ancienne en France, qu'il convient de ne pas tomber dans le déterminisme technologique. Les logiques sociales ont une importance certaine dans l'évolution du secteur, même si a contrario, « *la technique est à la fois la condition et le résultat de nos projets* » (Bachimont, 2005).

Appliquée à notre terrain, l'analyse structurelle menée a permis d'éclairer les enjeux de la communication patrimoniale des bibliothèques sur le web. La réédition numérique est la manifestation d'un impératif communicationnel dit de « valorisation » dont le développement est d'autant plus majeur dans les bibliothèques qu'il résulte de la conjonction de plusieurs facteurs liés à la politique nationale de numérisation du patrimoine culturel, à un idéaltype de médiation culturelle visant à faire « vivre » le patrimoine, et à l'environnement concurrentiel dans lequel évoluent les bibliothèques. Tout laisse à penser qu'en l'absence d'instabilités particulières dans le « monde extérieur » à la réédition numérique du patrimoine (catastrophe naturelle de très grande ampleur ou guerre, par exemple), les initiatives de réédition numérique de la presse se multiplieront davantage encore en France dans les années qui viennent, conduisant à l'augmentation du nombre de corpus en ligne.

Tout en relevant que les usages et les pratiques de réédition numérique sont jeunes et non stabilisés, nous avons aussi montré que la situation actuelle est marquée par une triple tension, dont les nœuds se situent respectivement : entre l'idéaltype de communication patrimoniale et les logiques socio-économiques des institutions, entre le temps court de la technologie et le temps long des usages, et entre l'idéaltype de médiation culturelle et les traditionnelles approches bibliothéconomiques et documentaires des bibliothèques.

Les résultats obtenus mériteraient toutefois d'être complétés : la présente étude n'a traité que des principaux acteurs du secteur de la réédition numérique de la presse locale ancienne, et n'a fait qu'effleurer le panel des acteurs « satellites » : entreprises de presse, chercheurs, ou encore industriels.

Conduit à son terme, notre cheminement nous permet donc de mettre en exergue l'existence de variables concourant à modeler le devenir de l'accès numérique au patrimoine écrit : l'évolution de l'accès au patrimoine écrit sur le web est à penser dans le temps long des usages et des pratiques, et repose autant sur des avancées technologiques, sur des variables organisationnelles et juridiques, que sur les représentations et les pratiques que les institutions communicantes construisent autour du web et des objets du patrimoine.

BIBLIOGRAPHIE

Albanel Christine (2009), « Avant-propos » Culture & Recherche, « Numérisation du patrimoine culturel », [Actes de la conférence européenne « Numérisation du patrimoine culturel », Paris, 27 et 28 novembre 2008], automne-hiver 2008-2009, page consultée le 5 juillet 2009.

Bachimont Bruno (2005), « Images et audiovisuel : la documentation entre technique et interprétation. Critique et perspectives », Documentaliste Sciences de l'Information, vol. 42, n°6, pp. 348-353.

Barluet Sophie (2007), Pour que vive la politique du livre : Rapport Livre 2010, Paris : Centre National du Livre, [en ligne], http://www.centrenationaldulivre.fr/IMG/pdf/Rapport_livre_2010.pdf, page consultée le 5 juillet 2009.

Bougy Catherine, Dornier Carole et Jacquemard Catherine (2011), Le patrimoine à l'ère du numérique : structuration et balisage : actes du colloque international, Université de Caen (Maison de la Recherche en Sciences Humaines), 10-11 décembre 2009, Schedae (Prépublications 1-14), 153 p., [en ligne], <http://w3.unicaen.fr/services/puc/spip.php?article857>, page consultée le 12 novembre 2011.

Bouquillion Philippe, Pailliat Isabelle (2006), *Le déploiement des TIC dans les territoires : le rôle des collectivités*, Grenoble : PUG, 119 p. (La Communication en +)

Chartron Ghislaine (2010), « Quelle redistribution du pouvoir dans l'espace documentaire académique ? », in Broudoux Évelyne et Chartron Ghislaine (dir.), *Enjeux politiques du document numérique : actes de la troisième conférence Document numérique et société*, Aix-en-Provence, 15-16 novembre 2010, Paris : ADBS Ed., p. 71-88.

Chevry Emmanuelle (2011), *Stratégies numériques : numérisation et exploitation du patrimoine écrit et iconographique*, Paris : Hermès sciences publications-Lavoisier, 268 p.

Claerr Thierry (2009), « L'histoire locale et régionale en bibliothèque », in Tesnières Valérie (sous la dir.), *Histoire en bibliothèque*, Paris : Ed. du Cercle de la Librairie, p.137-158. (Traitement de l'Information)

Coutaz Joëlle (1990), *Interfaces homme-ordinateur : conception et réalisation*, Paris : Dunod, 455 p.

Despres-Lonnet Marie (2009), « L'écriture numérique du patrimoine, de l'inventaire à l'exposition : Les parcours de la base Joconde », *Culture & Musées*, n°14, p.19-38.

Fondin Hubert (1987), « L'évolution des systèmes et des métiers du traitement de l'information : la crise du monde documentaire (et bibliothécaire) », *Documentaliste-Sciences de l'information*, vol. 24, n°1, p. 3-10.

Gellereau Michèle, Casemajor-Loustau Nathalie (2009), « Les visites en ligne du patrimoine photographique : quelle évolution des dispositifs de médiation ? », *Documentation et bibliothèques*, vol.55, n°4, pp. 189-199.

Hauchecorne François (1982), « Fonds local et régional », *Bulletin des Bibliothèques de France*, n°1, p. 25-30.

Miège Bernard (1996), *La société conquise par la communication. I, Logiques sociales*, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, p. 226. (Communication, médias et sociétés)

Paganelli Céline, Mounier Evelyne et Pouchot Stéphanie (2011), « Du papier au numérique : étude exploratoire des usages des collections de presse ancienne et des pratiques afférentes », in McKenzie Pam, Johnson Catherine et Stevenson Sarah (sous la dir.), *Exploring interactions of people, places and information*, ACSI 2011, Université du Nouveau-Brunswick et Université de Saint-Thomas (Canada), 2-4 juin 2011, 5p, [en ligne], http://www.cais-acs.ca/conf_proceedings_2011.htm, page consultée le 10 octobre 2011.

Plassard François (2002), « Une approche rétrospective de la prospective : « le scénario de l'inacceptable » », *Géocarrefour : revue de géographie de Lyon*, vol. 77, n°2, p. 197-214, [en ligne], http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/geoca_1627-4873_2002_num_77_2_1571, page consultée le 5 juillet 2009.

Smolczewska-Tona Agnieszka, Lallich-Boidin Geneviève (2008), « De l'édition traditionnelle à l'édition numérique : le cas de la presse du XIXe siècle », in Broudoux Evelyne, Chartron Ghislaine, *Traitements et pratiques documentaires : vers un changement de paradigme ?* (Actes de la deuxième conférence Document numérique et société, 2008), Paris : ADBS Editions, pp. 299-316. (Sciences et techniques de l'information)

Syren André Pierre (2009), « La patrimoine : un projet éditorial », *Bulletin des Bibliothèques de France*, 2009, n°1, pp. 14-19, [en ligne], <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2009-01-0014-001>, page consultée le 5 juillet 2009.

Tesnières Valérie, Claerr Thierry (2009), « Archives et bibliothèques », in Tesnières Valérie (sous la dir.), *Histoire en bibliothèque*, Paris : Ed. du Cercle de la Librairie, p.103-116.

Westeel Isabelle (2009), « Le patrimoine passe au numérique », Bulletin des Bibliothèques de France, n°1, pp. 28-35, [en ligne], <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2009-01-0028-003>, page consultée le 5 juillet 2009.

ⁱ « *Le troisième enjeu est celui du développement des usages du patrimoine numérisé. Trois pistes semblent particulièrement prometteuses : la transmission des savoirs et les usages éducatifs, l'offre culturelle numérique des institutions pour leurs visiteurs ; les usages web 2.0 qui démultiplient la réutilisation des contenus patrimoniaux et favorisent la participation des publics et la création de nouvelles ressources* » (Albanel, 2009)

ⁱⁱ Cf. par exemple « l'ouvrage collectif » du Dauphiné Libéré : *60 ans d'actualité en 100 unes, 1945-2005*.

ⁱⁱⁱ En page 16 de la présentation de l'appel à projets 2003, intitulé « Valorisation du patrimoine national dans l'espace culturel numérique ». Le texte de cette présentation est disponible en ligne : http://www.culture.gouv.fr/culture/mrt/numerisation/fr/politique/documents/aap_2003_presentation.pdf (consulté le 5 juillet 2009)

^{iv} Allocation de Renaud Donnedieu de Vabres, Ministre de la Culture et de la Communication de 2004 à 2007, lors de l'inauguration de « Villette Numérique » le mardi 21 septembre 2004. En ligne : <http://discours.vie-publique.fr/notices/043002577.html> (consulté le 5 juillet 2009)

^v Témoignage de l'agent chargé de la numérisation et de la publication des fonds patrimoniaux du Réseau de lecture publique de la Ville de Bourg-en-Bresse.

^{vi} Il s'agit là d'un des résultats de notre observation approfondie des dispositifs de réédition numérique de la presse ancienne, qui, compte-tenu du format de l'article, ne sera pas exposée ici.

^{vii} Ces termes sont empruntés aux chargés de projet de réédition numérique de la Bibliothèque Municipale de Lyon Part-Dieu (entretien du 14 avril 2009).

Pour une approche asiatique de la communication de crise, ou comment sortir grandi de l'épreuve

Article inédit. Mis en ligne le 22 février 2010.

Céline Bryon-Portet

*Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication, directrice de la communication à l'ENSIIACET (Institut National Polytechnique de Toulouse), et chercheur au LERASS. Le champ de recherche de l'auteur a trait aux représentations mentales ainsi qu'aux médiations symboliques.
Courriel : celine.bryonportet@ensiiacet.fr.*

Plan

Les crises et leur gestion

Des conséquences du rationalisme sur la pensée stratégique occidentale : quand la réflexion s'enferme dans des systèmes dualistes et des schémas intellectuels figés

Le rôle de la communication dans la crise et les échecs liés au refus du changement

Vers une vision opportuniste de la crise inspirée du modèle asiatique

De quelques éléments de comparaison avec la stratégie militaire, ou le primat du facteur temps : anticipation et réactivité

Prendre appui sur l'obstacle, s'adapter et communiquer pour en tirer avantage...

Références bibliographiques

Résumé

La culture occidentale a tendance à rejeter les événements critiques comme de néfastes éléments perturbateurs, quand d'autres voient en eux l'opportunité d'un bénéfique renouveau. Il faut peut-être remonter aux fondements de la pensée rationaliste, sous la Grèce antique, pour comprendre l'origine des réticences au changement et des stratégies de défense frontales qui conduisent souvent entreprises et institutions à l'échec, lorsque surgissent des menaces majeures. De fait, nombre d'orientations choisies dans le cadre de la gestion et de la communication de crise se révèlent inefficaces, voire contre-productives, et cela apparaît partiellement imputable à l'"état d'esprit" singulier, volontiers binaire, qui anime la plupart des décideurs. Après avoir analysé les caractéristiques du modèle stratégique occidental, nous proposerons un mode de gestion des crises inspiré de la philosophie mais aussi de l'art militaire asiatiques, consistant à prendre appui sur l'obstacle plutôt qu'à le combattre, et à adapter son mode de communication de manière à en tirer avantage.

Abstract

The western culture tends to reject critical events, considering them as fatal disruptive elements, when many others cultures see in the crisis the opportunity of a positive revival. It is maybe necessary to analyse the bases of the rationalist philosophy and of the logic, during greek antiquity, in order to understand the origin of this refusing in change and the frontal strategies in a defensive objective which often lead to fail, when arise major threats. Actually, many orientations chosen by the western organisations to manage a crisis and to communicate about it are ineffective, even counterproductive. And this seems partially attributable in the binary "state of mind" which leads most of their decision-makers. After having analyzed the characteristics of the western strategic model, we shall propose a mode of management of the crises inspired by the asiatic philosophy, but also by the asiatic art of warfare, consisting in taking support on the obstacle rather than in fighting it, and in adapting its mode of communication so as to take advantage of it.

LES CRISES ET LEUR GESTION

Des conséquences du rationalisme sur la pensée stratégique occidentale : quand la réflexion s'enferme dans des systèmes dualistes et des schémas intellectuels figés

La pensée grecque et, partant, la civilisation occidentale qui en est largement issue, se sont construites sur un rationalisme empreint de dualisme à partir du V^{ème} siècle avant Jésus-Christ, ainsi que le rappelle le spécialiste de l'hellénisme Jean-Pierre Vernant (Vernant, 1997). La constitution d'une science démonstrative avec Euclide notamment, la toute-puissance du sujet raisonnant, mais aussi la primauté des Idées sur les événements matériels aux fluctuations éphémères dans la philosophie socratique, ont façonné un état d'esprit singulier. Si ce dernier est propre à stimuler la curiosité intellectuelle, à favoriser la connaissance, à contribuer aux grandes entreprises édifiantes de conceptualisation et de développement des savoirs, il semble à l'inverse peu apte à accepter et à accompagner le changement dont est jalonnée l'existence humaine. La vérité telle que la conçoivent Platon et son maître s'oppose à l'univers mouvant de leur ancêtre Héraclite : excluant le devenir inhérent au monde phénoménal, bannissant les manifestations sensibles au profit des abstractions, elle se veut idéale, éthérée, absolue, unique, universelle et surtout immuable. L'influence de ce modèle cognitif fut telle que celui-ci se répandit tout autour du bassin méditerranéen, et qu'on retrouve la trace de ses postulats essentiels jusque dans la religion judéo-chrétienne, comme le démontra Friedrich Nietzsche dans *Le Crépuscule des idoles* notamment. C'est dire combien les racines de ce qui se présentait, au siècle de Périclès, comme une véritable « révolution culturelle », selon la formule de Jean-Pierre Vernant, se sont durablement ancrées dans notre patrimoine intellectuel et notre manière d'appréhender le réel.

La logique d'Aristote *trans-forma* à son tour les mentalités de l'ère préchrétienne de façon décisive. Emile Durkheim voyait dans cette propension à désigner, réguler et figer les « propriétés les plus universelles des choses » un acquis tellement positif qu'il la qualifiait d'« ossature de l'intelligence » (Durkheim, 1968, p.12-13), et Lucien Lévy-Bruhl à son tour opérait une distinction qualitative entre l'indigence intellectuelle supposée des sociétés primitives prélogiques, et la supériorité prétendue des sociétés dites "évoluées" détentrices de cet outil d'analyse. Pourtant, les conséquences négatives de cette démarche catégorielle sont également nombreuses. La logique, en effet, a encore contribué au renforcement des résistances dont la culture occidentale faisait preuve face au changement, tant il est vrai que toute modification dans la structure de l'expression et « le système des communications a nécessairement d'importants effets sur les contenus transmis », comme le souligne Jack Goody (Goody, 1979). Le formalisme aristotélicien a largement participé à fonder un mode de raisonnement strict et rigoureux qui donna naissance à ce que l'on appelle aujourd'hui l'esprit scientifique, mais la rigidité de ses règles se révèle limitative. Réduisant le champ des possibles dont l'imagination humaine – cette « folle du logis » que discrédite une tradition séculaire – ouvre les portes, il constitue un frein à la pensée créative et aux processus d'innovation. Ce n'est probablement pas un hasard si la culture chinoise, dotée d'un mode d'écriture idéographique qui était initialement pictographique, donc très concret et figuratif, est davantage tournée vers le symbolisme : polysémique par essence, ce dernier ne livre jamais son sens directement et par avance, mais fait intervenir un imaginaire souple, inventif, adaptatif, propre à saisir la diversité et la complexité du mouvant (à propos des répercussions de ce passage des démarches prélogiques aux démarches logiques, on se reportera par exemple aux travaux de Lucien Lévy-Bruhl (Lévy-Bruhl, 1910).

Un tel formalisme logique impose à notre quotidien, mais aussi à notre structure mentale, des généralisations normatives, c'est-à-dire un ordre parfois arbitraire, étranger à la nature des choses. Ce traitement totalisant de l'information s'efforce d'universaliser le particulier, d'abstraire le concret, d'homogénéiser des éléments hétérogènes, dans un vaste mouvement de décontextualisation et de dépersonnalisation du savoir. Il organise, unifie artificiellement des données disparates en leur conférant une apparente cohérence. En emprisonnant l'intellect dans le carcan des schémas préétablis, cette « pensée domestiquée » que certains anthropologues ont opposée à la « pensée sauvage » que Claude Lévi-Strauss a définie, permet certes d'élaborer de solides systèmes architectoniques (aussi les mathématiques et l'ordinateur doivent-ils beaucoup à la logique binaire !) ; mais ceux-ci sont irrémédiablement finis, leur prétention à l'exhaustivité les rend inaptes à la compréhension des phénomènes évolutifs et souvent imprévisibles dont notre réalité est majoritairement constituée. Ainsi cette tendance spécifique des traditions écrites, et qui plus est des traditions écrites de type alphabétique, cette « raison graphique » telle que l'a baptisée Jack Goody, se trouve-t-elle encore accentuée dans la culture occidentale, de par l'ultra-rationalisme qui caractérise son mode de réflexion et d'énonciation. Le principe de contradiction élaboré par le penseur stagirite, expression ultime de la pensée taxinomique, illustre parfaitement cet état de fait. L'étroitesse dichotomique, exclusive, à laquelle aboutit le dilemme « ou bien », « ou bien », frappe de nullité la saisie des phénomènes intermédiaires échappant à toute classification conceptuelle et pétrification langagière, du type de ceux que la physique quantique a mis en exergue au vingtième siècle¹. Elle rend également impossible le choix d'une troisième voie ou voie du milieu, que l'Asie développa quant à elle à travers l'alchimie chinoise et le bouddhisme, notamment.

Dans la seconde partie du dix-neuvième, Friedrich Nietzsche avait déjà fait la critique des catégories logiques et des structures grammaticales (du type "sujet-verbe-prédicat") qui sont les nôtres. Philologue de formation, il démontrait comment elles entretenaient un rationalisme dualiste source de nombreuses erreurs, conditionnant tant notre façon de réfléchir, de dire et de nous représenter le réel (créant l'illusion d'un finalisme et d'un déterminisme, la conviction d'une relation sujet-objet, cause-effet), que notre comportement face aux événements. La langue y apparaissait ainsi tout à la fois comme un instrument et un miroir des oppositions consacrées par la métaphysique grecque, par les liens qu'elle entretenait avec la production du sens. N'était-ce pas déjà, dans une certaine mesure, la mise en évidence de ce que nous appelons aujourd'hui, aux côtés de Régis Debray, la « logosphère » ? Dans l'un de ses articles, Emile Benveniste en arrivait à des conclusions identiques, démontrant que quand Aristote pensait énoncer les conditions de validité de tout raisonnement humain, il avait en fait retranscrit les catégories grammaticales de la langue grecque (Benveniste, 1966, p. 63-74). Plus récemment, les études de Benjamin Lee Whorf sur la relation existant entre structures grammaticales et processus cognitifs, qui radicalisèrent l'hypothèse d'Edward Sapir, allaient dans le même sens que celles du philosophe allemand (Lee Whorf, 1969). Par leur caractère pré-

.....

¹ Le « chat de Schrödinger », postulant que l'animal enfermé dans une boîte noire soustraite à tout regard, est *à la fois* mort *et* vif ; ou encore les expériences concluant au fait que la lumière est *à la fois* un phénomène ondulatoire *et* corpusculaire (deux natures que l'on considérait jadis exclusives et irréductibles), infirment le principe aristotélicien de non-contradiction, brouillent les frontières communément admises entre sujet et objet et offrent une représentation singulière de la réalité (cf. Klein, Etienne (2002), *La Physique quantique*, Paris : Flammarion).

définitoire, ces cadres de la pensée, que Thomas Samuel Kuhn étudia par la suite sous le terme de « paradigme » dans une perspective épistémologique (Kuhn, 1999), ont des conséquences globalement néfastes sur les modèles stratégiques communément établis, que ceux-ci fussent de nature militaire, politique, socio-économique, commerciale ou encore organisationnelle.

Le domaine de la communication, et notamment de la communication de crise, ne fait pas exception à la règle de ce que l'on pourrait nommer une idiosyncrasie occidentale, laquelle dépasse largement les conditions d'accès au savoir, allant jusqu'à façonner ce même savoir et l'utilisation que l'on en fait². La plupart des stratégies mises en place lorsque surgit une situation critique se révèlent être des stratégies binaires, comme nous tenterons de le démontrer dans le cours de notre analyse. Elles utilisent des méthodes directes, élaborant une série d'actions qui consistent à nier la menace ou au contraire à la combattre frontalement, sans égard pour la singularité que celle-ci présente. La première option a trait à l'angoisse liée à tout ce qui peut être porteur de changement ; la seconde, découlant d'une décision de surmonter l'épreuve, est animée d'une double présomption : la croyance en la supériorité de la volonté humaine sur le cours des choses (cette « volonté de puissance », décrite par Friedrich Nietzsche, est également une composante particulière de la culture occidentale, si on la compare à la sagesse du « laisser-faire » ou du « lâcher-prise » présente en Orient, dans le Tao par exemple, et qui est totalement étrangère aux peuples du soleil couchant), et la conviction que cette supériorité ne peut s'exprimer qu'en faisant face à l'objet menaçant.

D'aucuns feront cependant remarquer à juste titre que les traités de polémologie et les livres d'histoire occidentaux abondent en anecdotes qui font la part belle au détournement, au contournement ou à la diversion, bref à la stratégie indirecte, dont Basil Liddell Hart reconnaît la précellence dans son célèbre ouvrage consacré à la stratégie et à la tactique militaires. L'officier et historien anglais étend même cette suprématie à tous les domaines de la vie, affirmant qu'« on convertit plus aisément et plus rapidement par les insinuations discrètes d'une idée différente ou par une argumentation qui tourne le flanc d'une opposition instinctive. L'approche indirecte est aussi fondamentale dans le domaine de la politique que dans celui de la sexualité » (Liddell Hart, 1998, p. 70). Inspirée des enseignements de Sun Tzu, qui déclare dans *L'Art de la guerre* que « dans tout conflit, on peut recourir à la méthode directe pour marcher à la bataille, mais les méthodes indirectes sont nécessaires pour remporter la victoire », ce type de stratégie fut rapidement adopté par les grands chefs militaires occidentaux, au point d'en devenir banal. Lors des conflits, en effet, on recourait tellement à la méthode indirecte que Napoléon Bonaparte lui-même utilisa des stratégies directes dans certaines de ses batailles, convaincu, à juste titre, que la simplicité de son action paraîtrait tout à fait improbable à l'ennemi, et créerait ainsi un avantageux effet de surprise. La raison pour laquelle l'approche indirecte fut si facilement assimilée par les nations héritières du platonisme est somme toute assez simple : elle ne contrevient pas au rationaliste binaire. Mieux, elle se présente comme l'une de ses expressions possibles (au même titre que le l'hyper-matérialisme s'inscrit dans le cadre

.....

² L'anthropologue et sociologue Gilbert Durand, disciple de Gaston Bachelard, a également montré la prégnance d'une double polarisation (régime diurne / régime nocturne, notamment) non seulement dans la philosophie, mais aussi dans les sciences exactes. Il ajoute à la liste les arts occidentaux : « ce dualisme d'inspiration cathare structurerait toute la littérature de l'Occident, irrémédiablement platonicienne », affirme-t-il dans *Les Structures anthropologiques de l'imaginaire* (Durand, 1992, p.69).

d'un idéalisme radical et manichéen, de manière réactionnelle), si l'on accepte de voir dans la stratégie indirecte l'autre pendant de la stratégie frontale, son contradictoire ou son double inversé. Autant dire qu'elle reste enfermée dans un schéma dualiste dont elle renverse seulement les termes, sans en transmuter la substance.

En son enfance, la Grèce faisait également usage de la ruse, dont l'essence paraît plus fondamentalement différente de l'approche indirecte dans la mesure où elle forge une grille de lecture novatrice, inventive, par rapport à la situation au sein de laquelle elle s'inscrit. Le personnage d'Ulysse, immortalisé par Homère, est à cet égard emblématique. L'habileté de ses actions transcende la notion même d'approche directe / indirecte, pour se rapprocher d'une conception asiatique de la crise, que nous développerons à la fin de notre étude. Mais il convient de rappeler que les temps homériques divergent des siècles qui leur ont succédé, et qui ont fondé notre culture actuelle. Les récits d'Homère ou encore d'Hésiode faisaient appel, comme tous les récits présocratiques, à la fertilisante imagination. Encore influencés par la civilisation mycénienne et sa philosophie orientaliste, ils entretenaient des liens étroits avec un esprit d'inventivité permanent et spontané. Au siècle de Périclès, la raison l'emportera définitivement sur le rêve, le *logos* sur le *muthos*, le concept sur le symbole, l'être sur le devenir, l'intelligence solaire, technicienne et calculatrice d'Athéna sur la sagacité mouvante, multiple, polymorphe et adaptative de Mètis. A propos de celle-ci, Marcel Détienné et Jean-Pierre Vernant déclarent que « cette forme d'intelligence a été, à partir du V^{ème} siècle, refoulée dans l'ombre par les philosophes ». Et d'ajouter : « au nom d'une métaphysique de l'être et de l'immuable, le savoir conjectural et la connaissance oblique des habiles et des prudents furent rejetés du côté du non-savoir » (Détienné ; Vernant, 1974). Ce parti pris, privilégiant l'esprit de catégorisation systématique, pèsera sur l'Occident pendant plus de deux millénaires, précisent les deux auteurs. Un point de vue que partage également l'anthropologue britannique Arthur Maurice Hocart, qui développe tout un chapitre autour du dualisme sur le thème « la complémentarité du bien et du mal échappe aux Occidentaux », dans l'une de ses études consacrées aux rites (Hocart, 2005, p. 174).

Le rôle de la communication dans la crise et les échecs liés au refus du changement

Nombreux sont les exemples attestant d'une attitude de rejet viscéral de la crise et d'un traitement binaire de la sphère événementielle. Parmi ceux-ci figure la communication adoptée par Total-Fina-Elf lors du naufrage de l'Erika, en 1999. Devant l'ampleur du désastre que la marée noire entraîna, la direction de la compagnie pétrolière se mura d'abord dans un silence forcené, sur les conseils mal avisés de son Directeur de la communication, Michel Delaborde. Si quelques exemples attestent, certes, d'une possible gestion de crise par le silence (Gomez Mont, 1999, p.174), ceux-ci demeurent néanmoins assez rares, et « ne s'avèrent efficaces que dans des circonstances bien précises ». Par ailleurs, le silence ne peut constituer qu'un « point de suspension provisoire », et est inopérant lorsqu'il est utilisé dans le cadre d'activités et d'institutions à « risques technologiques » et environnementaux, ainsi que le fait remarquer Bertrand Cabedoche (Cabedoche, 2003, p. 231). Le silence, qui s'apparente souvent au secret dans l'inconscient collectif, expose la plupart du temps les institutions à la suspicion des journalistes et du public, qui s'interrogent sur les raisons de ce refus de communiquer. C'est ce qui se passa pour Total-Fina-Elf. Cette première erreur fut suivie d'une deuxième bétise. Prenant ensuite conscience des dégâts que ce refus de dialogue provoquait sur l'image de l'entreprise, mais également sous une pression médiatique croissante, Michel Delaborde décida enfin de s'exprimer. Mais il continua de s'enfermer dans la mauvaise voie, son

discours consistant alors à nier en bloc toute responsabilité de Total dans le désastre écologique qui scandalisait l'opinion, alors même que les résultats de l'enquête en cours n'étaient pas rendus et que tout portait à croire l'inverse (plus récemment, France Télécom adopta une similaire posture de déni quant à une hypothétique pathologie sociale au sein de l'entreprise, et cela malgré le nombre croissant de suicides qu'elle connaissait). Par la suite, l'évidence obligea l'entreprise à admettre sa responsabilité dans de nouveaux communiqués de presse, contredisant ainsi les premières déclarations. Cette discordance des messages émis décrédibilisa la Direction.

La mauvaise communication de Total a donc lourdement aggravé la crise. La position qui fut la sienne nous semble parfaitement illustrer ce mode de réflexion que nous sommes efforcée de mettre en exergue et qui, s'il ne constitue pas une règle absolue de la pensée occidentale, manifeste néanmoins une tendance assez marquée. Rejetant instinctivement le danger au lieu d'envisager la manière de gérer au mieux la crise, la Direction se cantonna à une vision binaire du monde, comme si la problématique ne pouvait se poser qu'en des termes contradictoires : « non, nous ne sommes pas responsables », « oui nous sommes responsables ». Or une telle conception de la crise n'est pas seulement réductrice – pour ne pas dire simpliste –, elle est aussi préjudiciable car elle occulte les solutions alternatives, au risque de faire perdre toute légitimité institutionnelle par les incohérences qu'elle entraîne. A cet égard, la communication de crise que Shell élaborait lors du naufrage du Ievoli Sun en 2000 fut beaucoup plus adroite que celle de sa consœur. S'appuya-t-elle sur l'expérience malheureuse que Total connut un an à peine auparavant ? Quoi qu'il en soit, l'entreprise fit montre d'une excellente réactivité en matière de communication. Le Président de Shell se rendit en personne sur les lieux du sinistre, reconnut la responsabilité de la multinationale, présenta ses excuses à la population et fit immédiatement débloquent des fonds pour réparation. Son attitude – sincère ou de circonstance – donna au public le sentiment d'une direction humaine, courageuse, honnête et transparente, de surcroît capable de compassion, ce qui limita quelque peu les effets négatifs de l'accident. Cependant, force est de constater que la stratégie de Shell, si elle a accepté les règles du jeu de la crise et affronté bravement l'obstacle, est demeurée attachée à une vision fataliste, dichotomique (accepter/refuser), et frontale (faire face à l'épreuve de manière franche et directe). En un sens, elle est restée dualiste dans sa gestion.

L'affaire du Rainbow Warrior témoigne elle aussi d'un tel formatage de la pensée. Lorsque Greenpeace tenta de s'opposer aux essais nucléaires français en mouillant son bâtiment maritime dans les eaux de la Nouvelle-Zélande, en juillet 1985, la DGSE, alors dirigée par l'amiral Lacoste, contre-attaqua brutalement, sur ordre du président François Mitterrand et du ministre de la Défense Charles Hernu. Une opération fut organisée dans le plus grand secret, mais surtout dans la plus grande précipitation, trahissant un manque d'anticipation évident. Mal conçu, réalisé sans la préparation nécessaire à ce genre de projet, le sabotage du Rainbow Warrior tourna vite à la tragédie. Les prétendus époux Turinge, qui étaient en fait des agents spéciaux nommés Dominique Prieur et Alain Mafart, furent chargés de diriger la mission de destruction du navire-amiral de Greenpeace. Selon les directives reçues, une équipe de plongeurs fixa deux charges explosives sous la coque du bâtiment. L'une, de faible intensité, était destinée à semer la panique à bord afin de faire évacuer le Rainbow Warrior, l'autre, plus puissante, devait faire couler ce dernier par le fond. Malheureusement, un photographe, revenu sur les lieux après la première détonation, fut tué lorsque la seconde éclata (Mafart, 1999). Rapidement, les diverses pistes de l'enquête menée par les services néo-zélandais convergèrent vers les époux Turinge, dont la fausse identité fut démasquée. Lorsque le capitaine Dominique Prieur et Alain Mafart se trouvèrent inculpés, la France se hâta de nier toute implication dans l'affaire et abandonna

ses deux agents à leur triste sort. Elle provoqua ainsi une crise de confiance au sein du personnel de la DGSE, mais également de la population française, bientôt alertée du mensonge gouvernemental par les médias qui remontèrent la piste jusqu'aux services secrets, puis dévoilèrent le pot aux roses (Merveilleux de Vignaux, 2007). La crise était alors à son comble, et devint une véritable "affaire d'état". Acculé, confronté à ses propres contradictions, le gouvernement avoua finalement son implication dans l'explosion du Rainbow Warrior, et par conséquent sa responsabilité dans la mort d'un innocent. Jugée par l'ONU, la France dû présenter des excuses officielles à Greenpeace ainsi qu'à la Nouvelle-Zélande, et fut condamnée à verser d'importantes réparations financières.

La stratégie de la DGSE répond en tous points au modèle direct et binaire que nous avons défini : manque d'anticipation, destruction brutale du bâtiment, refus de la crise par le déni, puis reconnaissance des responsabilités. L'affaire des disparus de Mourmelon, qui éclata au début des années 1980, lui fait écho. L'enquête concernant la disparition d'une dizaine d'individus, appelés du contingent et soldats pour la plupart, fut relancée avec l'arrestation de Pierre Chanal en 1988. Cet instructeur dans un régiment de l'armée de terre avait été interpellé alors qu'il venait de violer et de torturer un jeune Hongrois. Les deux dossiers furent mis en relation et les soupçons concernant l'auteur des disparitions de la Marne se portèrent naturellement sur l'adjudant-chef condamné, que de nombreuses preuves semblaient accabler. Le suspect fut donc mis en examen puis en détention, mais le procès s'éternisa et se solda par le suicide du détenu en 2003. Au-delà de la trame événementielle, il convient de s'attarder sur la position qui fut celle de l'armée depuis les débuts de l'affaire. Tout d'abord, l'institution militaire se garda de signaler les disparitions, en concordance avec sa réputation de Grande muette. Lorsque les médias s'emparèrent du sujet, elle affirma la thèse de la désertion, préférant rejeter la faute sur les appelés plutôt que de risquer la mise en cause d'un élément interne, et cela même si les faits (certains des corps des disparus furent retrouvés), ainsi que les témoignages des proches des victimes, paraissaient démentir les affirmations des autorités militaires. André Giraud, ministre de la Défense, accrédita et relayait d'ailleurs lui aussi la fantaisiste thèse de la désertion. De ce fait, aucune protection à but préventif ne fut mise en place après les premières disparitions, alors même que celles-ci suivaient un canevas identique : tous les disparus, en effet, s'étaient évanouis dans la nature alors qu'ils étaient en permission et faisaient du stop pour rejoindre le domicile familial. Enfin, lorsque les journalistes et familles de victimes commencèrent à alerter l'opinion, et qu'une enquête fut ouverte, l'armée, craignant de voir son image salie, freina constamment l'avancée des investigations. Certains allèrent même jusqu'à parler « d'obstruction », et cet entêtement, initialement destiné à protéger l'image de l'armée, ne fit que la desservir davantage, donnant lieu aux caricatures les plus sévères :

Illustration - *Le Canard enchaîné*, 31 août 1988

Pour conclure sur les errements auxquels aboutit ce type de modélisation, rappelons le constat que Jean Bazin et Alban Bensa émettent à propos du formalisme rationaliste à l'œuvre dans la culture occidentale, et qui nous paraît résumer fidèlement l'inadéquation d'une logique binaire avec la pensée stratégique, notamment relative aux crises : « la symétrie impose ses propres effets de pensée : entre les termes mis en colonne, la relation tend à n'être que de contradiction ou d'équivalence ». Et de mentionner ensuite « les incohérences ou les contradictions qu'engendre l'utilisation de mêmes schèmes classificatoires dans des situations et des occasions pratiques distinctes » (Bazin ; Bensa, in Goody, 1979, préface, p. 11-17). Car c'est bien de cela dont il est question, une incapacité à saisir le réel dans toute sa complexité, une inaptitude à appréhender chaque crise dans ce qu'elle peut avoir d'original, de singulier, mais surtout dans son caractère foncièrement mutable. Les cultures proche- et moyen-orientales semblent d'ailleurs avoir compris que le talon d'Achille des nations de l'ouest se trouve précisément là, dans la rigidité de leurs structures mentales. C'est ainsi que des groupuscules transnationaux et interconnectés, des petits réseaux polymorphes, éclatés et nébuleux, désarçonnent les grands mais lourds complexes économiques et militaires de ce monde, rendant caduque l'arme nucléaire, le tout-technologique et l'ensemble des moyens d'attaque et de défense conventionnels (bien avant *Al Qaida*, les vietnamiens avaient confronté les Etats-Unis à cette douloureuse réalité). Car les menaces asymétriques ne sont pas le simple double inversé de l'hyper-puissance. Elles amènent cette dernière sur un terrain qui n'est pas le sien, elles la confrontent à une forme d'intelligence adaptative qui se soustrait aux représentations manichéennes. Il n'est qu'à considérer la doctrine nouvellement élaborée par les anglo-saxons dans le cadre de la lutte contre l'hyper-terrorisme, pour se convaincre du manque de créativité des solutions que la plupart des nations occidentales mettent en place. Aux actions d'*Al-Qaida*, qui s'appuie sur des tentatives de déstabilisation psychologique par la terreur, on oppose désormais le concept de résilience (Henrotin, 2005), qui n'est autre qu'une volonté de résistance reposant sur un rejet direct de la peur.

VERS UNE VISION OPPORTUNISTE DE LA CRISE INSPIREE DU MODELE ASIATIQUE

De quelques éléments de comparaison avec la stratégie militaire, ou le primat du facteur temps : anticipation et réactivité

Lorsque l'on s'engage dans une gestion de crise, la prise en compte du facteur temps, qui se décline tour à tour sous forme d'anticipation et de réactivité, apparaît primordiale. Le meilleur moyen d'avoir raison d'une crise, en effet, c'est d'abord de l'éviter. Cette assertion, qui pourra sembler une lapalissade à certains, est pourtant moins mise en pratique qu'on ne le pense. Nombre d'entreprises et d'institutions font montre de négligence en ce qui concerne la communication de veille et l'ensemble des méthodes destinées à anticiper l'apparition d'éventuels éléments de déstabilisation du système : la crise qu'entraîna la fermeture de l'usine de Renault à Vilvoorde, en Belgique, en 1997, celle que connut Buffalo Grill en 2002 (lorsque la chaîne fut soupçonnée d'avoir importé de la viande britannique après l'embargo lié à la vache folle), ou encore celle qui accompagna le désamiantage du porte-avion Clémenceau en Inde, révèlent un manque de préparation évident face à des problématiques sensibles, dont la détérioration était assez prévisible. Absence d'argumentaires, interlocuteurs multiples, messages discordants...

La méthode en est pourtant assez simple, en théorie tout au moins. Il s'agit d'avoir plusieurs coups d'avance et d'imaginer, comme au jeu d'échecs, les différents scénarii de crise possibles afin d'éviter les coups ou, au pire, de préparer des ripostes adaptées et d'acquiescer des mécanismes réflexifs afin de ne pas être pris de cours. A l'époque des Royaumes Combattants, c'est-à-dire dans la Chine du IV^{ème} siècle avant Jésus-Christ, Sun Tzu, l'un des premiers et des plus grands stratèges de tous les temps, plaçait déjà la « capacité de prévision » au rang des conditions de la victoire dans le treizième chapitre de son célèbre traité consacré à l'art de la guerre. Toujours fidèle aux enseignements du maître, l'institution militaire s'efforce de suivre cette voie prospective grâce au renseignement, qui repose sur la collecte d'informations. Malgré sa vigilance, elle semble pourtant victime du "tout-technologique", les données transmises par des satellites ou des avions de reconnaissance se révélant inefficaces si l'analyse humaine n'intervient pas pour trier, recouper et juger de la pertinence des informations recueillies, ou encore pour appréhender le facteur psychologique, que la machine est incapable de prendre en considération. Des enquêtes menées après les attentats terroristes du 11 septembre 2001 ont mis au jour cette réalité (Quilès ; Galy-Dejean, Grasset, 2001). L'on imagine alors aisément les désastres que peut provoquer une absence totale d'anticipation.

On constate des lacunes similaires dans le domaine de la communication. Nombre de crises auraient pu être évitées si quelques principes de base avaient été respectés. La campagne de Benetton, élaborée par le photographe Oliviero Toscani de l'agence Eldorado, qui affichait des tatouages sur des membres nus avec l'inscription HIV et qui fit scandale au point de faire dangereusement chuter les ventes de la marque, n'aurait sans doute jamais vu le jour si l'on avait pris la peine d'effectuer des pré-tests avant de la lancer. Polysémique, en effet, le message de Benetton pouvait être diversement interprété. Beaucoup furent choqués en découvrant ces corps qui exhibaient les lettres d'une maladie mortelle redoutée dans les stations de métro et devant les arrêts de bus. En tête des protestataires figurait l'AFLS, l'agence de lutte contre le SIDA. L'allusion aux tatouages des déportés fut également jugée de mauvais goût par le public, et nombreuses furent les associations qui appelèrent au boycott des magasins de la marque italienne. L'une des responsables de la communication de Benetton, Marina Galanti, déclarait en guise de justification à Anne Cicco, dans le cadre d'un article publié dans *L'Humanité* en date du 16 septembre 1993 : « il est très regrettable que cette publicité ait été interprétée en sens

inverse par l'AFLS. Nous voulions, au contraire, mettre en lumière, symboliquement, la stigmatisation de certains groupes sociaux associés au SIDA et l'exclusion dont ils font l'objet ». Pourtant, la communication de Benetton était déjà notoirement connue pour ses provocations. En outre, il est pour le moins surprenant que des spécialistes de la communication trouvent « regrettable » que l'opinion interprète une publicité à l'inverse de ce que souhaite l'institution communicante. N'incombe-t-il pas précisément aux DirCom d'orienter la lecture des messages et de prévoir les effets éventuels d'une campagne, sous forme de questionnaires recueillant les impressions d'un échantillon représentatif de la population, par exemple ? De la même manière, que dire de la campagne de recrutement lancée par l'armée de l'air en 2003, dont les jingles radiophoniques tentaient de revaloriser les spécialités non-navigantes en ridiculisant le personnel navigant ? Offensés et profondément démotivés par ce qu'ils jugeaient être une trahison de leur institution, les pilotes menacèrent de faire grève dans les escadrons, tant et si bien que l'onéreuse campagne fût interrompue au bout de dix jours de diffusion (au lieu des trois mois initialement prévus), sur ordre du chef d'état-major de l'armée de l'air en personne (Bryon-Portet, 2005, p.148-160). Une simple analyse SWOT (Strengths / Weaknesses / Opportunities / Threats, soit Forces / Faiblesses / Opportunités / Menaces), ou une étude sémiotique préalable, auraient sans doute suffi à écarter une communication qui se révélait aussi inopportune en interne, l'analyse de chaque situation ou acte de communication dans ce qu'ils ont de spécifiques étant susceptibles de pallier l'absence de recette toute faite et de prêt-à-penser dans ce domaine.

Si elles peuvent en diminuer le nombre, toutes les précautions du monde ne pourront cependant pas empêcher des crises d'éclater, car des facteurs imprévisibles se mêlent parfois aux affaires des hommes pour en modifier le cours. De surcroît, la communication n'étant guère une science exacte, mais une science humaine, voire un art – avec ce que cette notion implique d'aléatoire –, l'on ne saurait prévoir l'ensemble des dysfonctionnements d'un système organisationnel malgré la meilleure volonté du monde. Or, autant les méthodes de veille s'avèrent nécessaires en période normale, autant il devient contre-productif de vouloir éviter à tout prix la crise, en la niant ou en l'ignorant, lorsque celle-ci a déjà éclaté. La meilleure conduite à tenir alors, ainsi que nous essayerons de le démontrer, est de tout mettre en œuvre pour en tirer profit. Toute crise impose le changement. Refuser ce dernier revient à se condamner à le subir, à se placer dans la position d'un spectateur, passif et impuissant, quand il est possible d'en être un acteur habile et éclairé. Les grands managers ont compris la nécessité qu'il y a à conduire et accompagner le changement lorsque celui-ci se révèle inévitable. Certains préconisent même de l'anticiper, rappelant encore une fois cette règle souveraine de l'art stratégique. Ainsi Jack Welch, le célèbre Président de General Electric, grand spécialiste de l'innovation, exhortait-il, lorsqu'il prodiguait ses conseils à l'ensemble de ses collaborateurs : « prenez l'initiative du changement avant d'y être contraint » (Kennedy, 2008, p. 416). Accepter le changement, c'est sortir d'un univers immuable et rassurant, rempli de certitudes. C'est également entrer dans une dimension temporelle différente, où le cours des événements prend une autre tournure. Contrairement à la durée, qui est extensive, la crise est intensive. Sa temporalité propre est celle de la vitesse. En tant que tournant, croisée des chemins, point de basculement possible, selon l'étymologie du mot grec « krisis » (le terme grec signifiait tout à la fois « séparation », « jugement », « moment de choix » et « décision »), elle intervient souvent après un temps de maturation qui peut être assez long (l'on pourrait le définir comme la constitution d'un faisceau de conditions convergentes favorables au développement de la crise), et lorsqu'elle éclate au grand jour,

elle se présente comme un facteur d'accélération des éléments en présence (Libaert, 2010).

Cela semble d'autant plus vrai à notre époque, au sein d'une société « conquise par la communication », pour emprunter à la terminologie de Bernard Miège, que d'autres chercheurs préfèrent désigner comme une « société de l'information », malgré le flou et la polémique qui règne autour de cette expression, largement imprégnée d'une dimension utopique et d'un déterminisme technicien (Proulx, 1992, p. 220-224). Le rôle joué par les Tic, et surtout les NTIC, est à cet égard déterminant : en relayant l'information avec une rapidité jamais égalée auparavant, flirtant même avec le temps réel grâce au direct, celles-ci précipitent souvent l'enchaînement des faits. Pour autant, la contraction de la phase critique qui peut en résulter n'en minimise pas les effets, loin s'en faut. L'on peut même soutenir l'hypothèse inverse, dans la mesure où la densité de la crise, c'est-à-dire son intensité vécue sur un laps de temps réduit, rend sa maîtrise plus difficile. D'autre part, en multipliant les interactions, et en introduisant dans le champ critique de nouveaux acteurs – notamment l'opinion publique, à l'impact décisif, et ce quatrième pouvoir que l'on traduit communément en parlant de « l'effet CNN » –, les Tic amplifient considérablement le phénomène. En outre, depuis quelques décennies, l'on semble assister à une prolifération des crises, pour cette simple raison que les médias eux-mêmes constituent parfois des facteurs facilitateurs, voire des déclencheurs, face à ce qui aurait pu demeurer un incident anodin sans leur présence et leur intervention. Gestion du temps et gestion de la communication sont devenues deux actions solidaires. Les trois quarts d'une crise, en effet, se gèrent aujourd'hui par le biais de la communication, selon Thierry Libaert (Libaert, 2010), ce qui explique l'existence d'une terminologie propre à cette gestion spéciale, à travers l'expression « communication de crise ». Refuser de communiquer s'avère donc souvent contre-productif dans un contexte de crise. Mais toute action de communication, nous l'avons vu à travers de multiples exemples, ne se révèle pas bénéfique à son instigateur, tant il est vrai que dans ce domaine, il convient de respecter certaines règles spécifiques, conditions nécessaires mais non suffisantes de succès.

L'une de ces règles concerne donc le traitement du paramètre temporel, et la mise en adéquation des actions de communication avec celui-ci. Il convient, en effet, de se montrer réactif, afin de respecter la temporalité propre à l'événement critique. Attendre avant de réagir, c'est prendre le risque d'aggraver la crise. La gestion du temps – et de l'espace –, comme celle de l'information d'ailleurs, a toujours primé dans la stratégie asiatique, et cela dès les premiers traités de polémologie. Encore une fois, Sun Tzu fut le premier stratège à avoir énoncé aussi clairement l'importance qu'il faut accorder à ce facteur, clé de succès ou d'échec, dans son deuxième chapitre de *L'Art de la guerre*, consacré à la direction des opérations militaires. Contrairement à d'autres chefs militaires et hommes politiques (dont Mao Zedong), partisans de l'enlèvement des forces de l'adversaire dans la guerre d'usure, il préconisa la vitesse de réaction. Les stratégies occidentales reprendront d'ailleurs ses enseignements pour les étoffer, les préciser et les actualiser, de Carl Von Clausewitz au colonel et pilote de chasse américain John Boyd, qui conceptualisa une boucle temporelle en quatre phases, connue sous l'acronyme OODA : « Observation-Orientation-Décision-Action » (Fadok, 1998).

A ce stade de notre étude, nous souhaitons préciser que les rapprochements que nous opérons entre la polémologie et la communication de crise se justifient pleinement au regard des multiples ressemblances qui lient ces deux domaines d'activité. Une crise (que celle-ci soit de nature sociale, politique, écologique, technologique ou encore économique...), instaure en effet un climat et une situation assez proches du contexte de

guerre, si l'on considère la menace potentielle dont elle est porteuse, le stress qu'elle génère, et l'affrontement qu'elle implique entre différents acteurs (industriels / consommateurs, Etat / citoyens, chefs d'entreprises / employés, institutions / journalistes, etc.). En outre, nous nous sommes efforcé de démontrer que comme dans les guerres, le temps est le premier facteur qu'il faut prendre en compte dans le cadre de la gestion et de la communication de crise, pour des raisons évidentes, ayant trait à la fois à la nature même de la crise (rapidité d'évolution, soudaineté et parfois même imprévisibilité), et à la conjoncture contemporaine (la diffusion rapide de l'information par les médias, à l'ère des NTIC). Or, il nous semble que les nations occidentales sont mieux préparées encore que les nations orientales à adopter une vitesse de réaction dans la crise, dans la mesure où elles ont amorcé très tôt, depuis la révolution industrielle, un empressement frénétique confinant à l'impatience, qui les rend culturellement familières de la vélocité. Encore faut-il que l'ensemble des chefs d'entreprises et des directeurs de la communication aient pleinement conscience qu'une crise se gagne dans les premières heures, voire les premières minutes de son déclenchement.

Prendre appui sur l'obstacle, s'adapter et communiquer pour en tirer avantage...

Karl Popper conçoit la science comme une révolution permanente (Popper, 2007). En mettant la notion de « falsifiabilité » ou de « réfutabilité » au centre de la démarche scientifique, il la définit comme un incessant changement paradigmatique (et sur ce point, il rejoint quelque peu la conception de Thomas Samuel Kuhn (Kuhn, 1997)). Au plan épistémologique, il considère donc les crises qui traversent régulièrement son champ et secouent les schèmes provisoirement établis comme une bénéfique remise en question, condition d'évolution. Nonobstant, cette positive façon de voir nous est globalement étrangère à la culture occidentale. Il semblerait pourtant que nous ayons tout à gagner en adoptant une telle conception de la crise, si habituelle en Orient. Dans un article publié dans le volume 11 du *Magazine de la communication de crise et sensible*, datant d'avril 2006, Didier Heiderich rappelle avec raison qu'en chinois, l'idéogramme traduisant la notion de crise se dit, ou plutôt se décompose ainsi : « Wei-Ji ». Bicéphale, le terme signifie tout à la fois « opportunité » et « menace ». Or, c'est bien cela qu'est la crise, un carrefour, un tournant, pouvant tout aussi bien se révéler maléfique que bénéfique. Et c'est sans doute à tort que les occidentaux, mus par une peur viscérale du changement, n'y voient bien souvent que le second de ces deux aspects.

Aux antipodes de la logique inspirée du principe de contradiction aristotélicien, selon lequel un terme ne peut contenir en même temps et sous le même rapport un attribut et sa négation, c'est toute la philosophie asiatique, et plus particulièrement chinoise, qui repose sur ce principe de tension transformatrice et de réversibilité des forces par procédé de transmutation. L'alchimie chinoise, par exemple, illustre parfaitement cette pensée dynamique, encline à appréhender les évolutions, mutations et revirements de toutes sortes³. Malgré les apparences, le schéma Yin-Yang, qui présente des termes interopérables et équivalents dans leur différence, est fort éloigné du dualisme que nous connaissons puisque ses composantes portent l'altérité en leur sein. Le Yin est présent dans le Yang, et

.....

³ En ce sens, l'alchimie occidentale, née en Orient et reposant sur des postulats identiques, anti-dualistes et translogiques, s'avère être une pensée marginale par rapport au mouvement global des idées européennes. Bien différente, par exemple, est la tradition dialectique qui parcourt l'Occident, de Platon à Hegel, et qui reste, quant à elle, profondément rationaliste et dualiste malgré la synthèse apparente qu'elle propose à la fin du processus d'échange des termes contradictoires.

vice-versa. Les arts martiaux eux-mêmes témoignent d'une telle conception adaptative et transmutatrice. Ainsi l'un des principes essentiels du judo consiste-t-il à prendre appui sur le poids de son adversaire, autrement dit à transformer la menace en opportunité, et sa propre faiblesse en force (un chercheur en sciences de l'information et de la communication comme Pierre Quettier a parfaitement compris l'avantage que certaines disciplines académiques avaient à étudier la voie spécifique des arts martiaux japonais, par exemple (Quettier, 2002)). Sun Tzu résume bien cet art de penser, qui est aussi un art de vivre, lorsqu'il affirme qu'« il faut savoir faire du chemin le plus long le plus court et renverser le désavantage en avantage » (Sun Tzu, 2000, p. 69).

Plus largement, le traité de polémologie de Sun Tzu permet de mesurer l'écart qui sépare les stratégies du levant et celles stratégies du couchant. Ainsi, tandis qu'Aristote prétendait figer, sous forme de propositions, les règles immuables du raisonnement, afin d'établir des modèles de pensée et de leur assurer une sorte de validité universelle, voici ce que proposait le stratège chinois à peu près à la même époque, sur un autre continent : « cette stratégie gagnante une fois adoptée, encore faut-il créer les conditions qui permettent le recours à des *procédés qui sortent de la règle commune* ; j'entends par-là *profiter de la moindre opportunité* pour emporter l'avantage ». Et l'auteur de poursuivre, quelques lignes plus loin : « tels sont les stratagèmes qui apportent la victoire et *ne peuvent s'apprendre* » (Sun Tzu, 2000, p. 54). Sun Tzu s'interdit donc de formaliser à l'avance des schémas simplificateurs, que l'on viendrait par la suite apposer de force sur les événements, en guise de grille de lecture et d'action. Un tel procédé d'abstraction de la réalité à travers des modèles-types ne peut fonctionner, selon lui, car il n'épouse guère l'extrême complexité et l'étonnante singularité des situations concrètes, raison pour laquelle Sun Tzu affirme que les stratagèmes « ne peuvent s'apprendre », de la façon dont on apprendrait les règles d'un syllogisme avec Aristote, par exemple.

La suite de son traité est plus explicite encore. Au chapitre V, il s'exprime de la sorte : « bien qu'il n'y ait que cinq notes, cinq couleurs et cinq saveurs fondamentales, ni l'ouïe, ni l'œil, ni le palais ne peuvent en épuiser les *infinies combinaisons*. De même, bien que le dispositif stratégique se résume en deux forces, régulières et extraordinaires, elles engendrent *des combinaisons si variées que l'esprit humain est incapable de les embrasser toutes*. Elles se produisent l'une l'autre pour former un anneau qui n'a ni fin ni commencement. Qui donc pourrait en faire le tour ? ». Si l'esprit de catégorisation, si prégnant dans la Grèce antique post-socratique, n'est pas absent de la stratégie chinoise, cette dernière dépasse pourtant une présentation dualiste destinée à rendre intelligible la confusion naturelle qui paraît entourer l'homme. Elle a une conscience aiguë du changement et, partant, de l'imprévu. Possédant une véritable intelligence des situations – très proche de cette connaissance conjecturale (« eikazein ») des premiers grecs, de ce savoir stochastique, pratique et intuitif, tourné vers la contingence, que Platon condamna dans le *Gorgias* et le *Philèbe* parce qu'il n'était pas une science exacte – elle s'efforce de se conformer à la nature des choses au lieu de vouloir faire entrer ces dernières dans un moule artificiel.

La pensée chinoise reconnaît le principe de nécessité et fait preuve, en fin de compte, de beaucoup d'humilité, mais aussi d'opportunisme, puisqu'elle affirme la supériorité de l'événement sur l'homme, tout en préconisant d'utiliser cette supériorité, potentiellement destructrice, à bon escient, afin d'en faire un atout. Dans un remarquable ouvrage intitulé *Traité de l'efficacité*, François Jullien a étudié les différences fondamentales existant entre la pensée chinoise et la culture occidentale. Il a notamment mis en relief le fait que la philosophie chinoise préconise l'utilisation du « potentiel de la situation », tandis que les occidentaux appliquent des plans projetés à l'avance. Les premiers se laissent porter par

l'événement et saisissent l'occasion en prenant appui sur l'obstacle, puis en exploitant l'opportunité que celui-ci est susceptible de présenter à qui sait saisir sa chance ; les seconds, au contraire, ne se départissent jamais d'une volonté dominatrice, d'une modélisation binaire et abstraite qu'ils tentent d'imposer aux choses. Ainsi oppose-t-il à l'efficace immanente l'efficacité volontariste, souvent inopportune.

La métaphore de l'eau, si chère à Sun Tzu, traduit parfaitement cette idée. Si l'eau est informe, n'est-ce pas par excès de possibilités ? Semblable à Protée, elle est polymorphe : « c'est ainsi qu'un général ne cherche pas à rééditer ses exploits, mais s'emploie à répondre par son dispositif à l'infinie variété des circonstances. La forme d'une armée est identique à l'eau [...] L'eau forme son cours en épousant les accidents du terrain, une armée construit sa victoire en s'appuyant sur les mouvements de l'adversaire. Une armée n'a pas de dispositif rigide, pas plus que l'eau n'a de forme fixe » (Sun Tzu, 2000, p. 68). Pour résumer, si la capacité de prévision (et donc d'anticipation) prévaut en amont de la crise, en revanche la capacité d'improvisation (et donc de réactivité), semble devoir primer face à la crise. Or improviser, c'est savoir s'adapter. La notion d'adaptation, que l'on pourrait définir comme une souplesse permettant une mise en conformité avec la nature d'un environnement changeant, est une notion clé pour toute communication de crise. Ce qui est vrai à l'échelle des espèces vivantes l'est également au plan des institutions : celles qui ne s'adaptent pas disparaissent durant les crises. En ce sens, l'on peut se demander si la gestion des crises ne doit pas mobiliser davantage une capacité tacticienne qu'une capacité stratégique, tout du moins une fois que la crise a éclaté, tant il est vrai que la première, en tant que projet, tend à produire des structures mentales rigides, quant la seconde se définit au contraire par son adaptabilité, comme le montre Patrice Flichy dans le cadre de ses réflexions autour de l'innovation (Flichy, 2003, p. 131-132).

L'une des gestions de crise que l'on pourrait ranger dans la catégorie des stratégies d'inspiration orientale du type « Wei-Ji », est celle que la marque Pepsi-Cola effectua il y a une quinzaine d'années, et dont l'universitaire Jean-Marc Lehu étudia les modalités dans un article éclairant, auquel nous renvoyons le lecteur (Lehu, 1995, p. 7-13). Plus près de nous, la gestion qu'EDF mis en place lors de la tempête qui déferla les 26, 27 et 28 décembre 1999, endommageant 70% du réseau électrique et plongeant les régions de France dans un désarroi total durant plusieurs jours, fait également figure d'exemple à suivre. L'incident, en effet, aurait pu se révéler désastreux pour l'entreprise. Car si le déchaînement des éléments naturels ne pouvait être imputable à ses dirigeants, il trahissait en revanche d'inacceptables lacunes, à savoir l'insuffisance du système des lignes enterrées – dont un maillage plus important sur l'Hexagone aurait bien évidemment minimisé l'ampleur du désastre –, mais aussi la faiblesse des stocks au niveau local. Bien plus grave, au même moment, les sous-sols de deux bâtiments combustibles de la centrale nucléaire du Blayais se trouvaient inondés. Classée au niveau 2 sur l'échelle INES, cette inondation aurait pu avoir des conséquences catastrophiques. La tempête agissait donc comme un révélateur, mettant au jour un manque d'anticipation évident, dû à des erreurs de management. Un manque de réactivité face au sinistre et une mauvaise communication auraient pu être fatals à EDF, d'autant plus que le rétablissement de l'alimentation électrique était une nécessité vitale, pour des établissements tels que les hôpitaux ou les maternités. Or, fait assez rare dans l'histoire occidentale des stratégies de communication de crise, non seulement EDF géra de main de maître les conséquences que la tempête entraîna et parvint à faire oublier ses propres défaillances structurelles, mais elle retira en outre un avantage substantiel de la situation, tant en interne qu'en externe, ainsi que nous allons le voir.

Son attention se porta d'abord sur l'organisation logistique des réparations. Sa réactivité fut exceptionnelle, des milliers d'équipes se mobilisèrent en quelques heures. Désireuse de grossir les effectifs pour un résultat optimal, l'entreprise rappela même d'anciens salariés à la retraite et fit intervenir du personnel venu de pays frontaliers. Sa seconde priorité fut de communiquer sur la manière dont elle gérât efficacement la crise. Mais au lieu de braquer les feux des projecteurs sur EDF, ce qui aurait pu paraître prétentieux et rappeler aux médias ses fautes initiales en amont, la direction mit à l'honneur toutes les petites mains qui œuvraient au rétablissement de l'électricité dans les foyers, pour le bien-être des citoyens. Cette opération de communication fonctionna à merveille auprès de l'opinion publique, qui constatait avec satisfaction que le personnel d'EDF était au service de son confort et de sa sécurité. Loin des clichés qui entourent souvent les grandes entreprises et représentent ces dernières comme des entités bureaucratiques, froides et impersonnelles, distantes et quelque peu inhumaines, la campagne communicationnelle d'EDF mis le focus sur les myriades de rouages constituant le système entrepreneurial : des techniciens simples et dévoués, des agents de terrain au cœur de l'action, proches de la population et défendant l'intérêt général, en adéquation avec la mission de service public. Parallèlement à cela, d'importants dispositifs d'analyse furent mis en place : forum interne à disposition des agents, forum externe Intempéries à disposition des usagers (le tout accompagné d'une analyse des discours par des spécialistes), entretiens semi-directifs et études statistiques. A l'issue de la crise, les sondages révélèrent qu'EDF était devenue l'entreprise préférée des Français...

Les effets positifs de cette stratégie dépassèrent largement le cadre externe. En effet, en valorisant ainsi ses salariés, EDF profitait d'une crise qui aurait pu discréditer durablement son image pour augmenter la motivation et l'adhésion de son personnel, en lui témoignant une véritable reconnaissance socioprofessionnelle à l'échelle nationale. La division Recherche et Développement d'EDF a réalisé et publié en 2002 une étude intéressante, proposant une sorte d'analyse critique et de retour d'expérience. Rassemblant les contributions de différents sociologues, psychologues, linguistes, sémiologues, statisticiens et ingénieurs, l'ouvrage *Tempête sur le réseau. L'engagement des électricien(e)s en 1999* (Brugidou ; Cihuelo ; Meynaud, 2002), recense de nombreux bénéfices. Les auteurs vont jusqu'à voir dans la tempête de 1999 l'occasion d'une résurgence et d'une réactualisation des mythes fondateurs d'EDF. En effet, la crise a uni les forces des salariés autour d'un objectif unique. Cet engagement fort a renforcé la cohésion du groupe, mais également un sentiment d'accomplissement de soi chez le personnel. D'autre part, cette expérience exceptionnelle a permis aux techniciens – quelque peu dévalorisés par rapport à leurs collègues de bureau en situation normale –, de « redonner du sens » à leur métier. L'entreprise assista alors à la lente reconstruction d'une identité jadis menacée, preuve que toute crise peut se révéler une opportunité autant qu'une menace.

Ces quelques récents exemples de gestion et de communication de crise semblent attester d'un léger infléchissement de cette tradition occidentale rigidifiante que nous nous sommes efforcée de mettre en exergue. Une lente prise de conscience de la nécessité qu'il y a à adopter une posture adaptative pour saisir une réalité mouvante, mais aussi pour piloter convenablement les organisations et valoriser leur image lorsque celles-ci entrent dans des états chaotiques, voit le jour depuis quelques années, chez certains praticiens, mais aussi chez des intellectuels. Parmi ces derniers, Edgar Morin (Morin, 2005) et Jean-Louis Le Moigne (Le Moigne ; Morin, 1999) figurent en bonne place, puisqu'ils vont

jusqu'à voir dans l'avènement de cette « pensée complexe », qu'ils identifient à l'aube du XXI^e siècle, une « nouvelle réforme de l'entendement » (Le Moigne ; Morin, 1999, p. 7-8).

L'on peut d'ailleurs considérer que les théories qui se sont développées autour de la pensée systémique vers le milieu du XX^{ème} siècle ont été des prémices de cette réforme qui serait actuellement à l'œuvre. Prenant en compte la complexité des interactions en jeu entre les différentes parties d'un système, mais aussi entre un système et son environnement, ce mode d'appréhension apparaît comme une version occidentale de la philosophie asiatique que nous avons qualifiée d'« opportuniste », puisqu'il associe adaptation à un milieu évolutif et désir de modélisation (ce désir de modélisation est très manifeste dans les théories du chaos, par exemple). Dans le domaine de la communication, l'importance accordée au contexte et à la dimension relationnelle par Gregory Bateson et Paul Watzlawick (Winkin, 2000), notamment, exprime cet abandon relatif d'un socle de certitudes préétablies, produit par une raison humaine autonome et autosuffisante.

Les praticiens ayant à faire face à des crises gagneraient, selon nous, à s'inspirer davantage des approches systémiques que l'école de Palo Alto a élaborées et réalisées au plan thérapeutique⁴, et, au-delà, à puiser au sein de la philosophie orientale, dont nous avons tenté de mettre en évidence la pertinence. La voie a semble-t-il été ouverte, très récemment, par quelques trop rares chercheurs, dans les sciences de l'information et de la communication. Nous pensons notamment à Catherine Loneux, qui voit dans la crise un « antagonisme constructif » (Loneux, 1999, p. 106), processus assez proche de la notion bicéphale de « Wei-Ji » telle que mise en exergue par Didier Heiderich, ou encore à Alex Mucchielli, qui y voit une opportunité de mobilisation du personnel et de reconstruction d'une identité collective (Mucchielli, 1993, p. 77). Il reste à espérer que ces devanciers soient suivis dans une telle voie, qui reste encore à explorer...

.....

⁴ Si l'on considère la schizophrénie comme une pathologie symptomatique d'un dysfonctionnement familial qu'il convient de traiter en prenant en considération la singularité du patient, de son histoire personnelle et de son contexte familial, la comparaison se justifie pleinement. Elle se justifie d'autant mieux que parmi les causes de cette pathologie (que l'on pourrait d'ailleurs apparenter à une crise si sa durée n'était pas si longue), les chercheurs de Palo Alto identifient la « double contrainte » (« double bind »), qui n'est pas sans rappeler l'enfermement dans une logique binaire de type aristotélicien....

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Benveniste, Emile (1966), *Problèmes de linguistique générale*, Paris : Gallimard.
- Bryon-Portet, Céline (2005), « Quand la Grande Muette communique : exemple d'une conduite du changement », *Communication et organisation*, n° 28, p. 148-160.
- Brugidou, Mathieu, Cihuelo, Jérôme, Meynaud, Hélène (dir.) (2002), *Tempête sur le réseau. L'engagement des électricien(e)s en 1999*, Paris : L'Harmattan.
- Cabedoche, Bertrand (2003), « Le journaliste, acteur disqualifié de la médiation de l'information scientifique et technique ? », in Le Bœuf, Claude ; Pelissier, Nicolas (dir.), *Communiquer l'information scientifique. Ethique du journalisme et stratégies des organisations*, Paris : L'Harmattan (collection « communication et technologie »).
- Cabedoche, Bertrand (2003), *Ce nucléaire qu'on nous montre. Construire la socialité dans le débat sur les énergies*, Paris, L'Harmattan (collection « Communication et technologie »).
- Detienne, Marcel ; Vernant, Jean-Pierre (1974), *Les Ruses de l'intelligence. La Métis des grecs*, Paris : Flammarion.
- Durand, Gilbert (1992), *Les Structures anthropologiques de l'imaginaire*, Paris : Dunod.
- Durkheim, Emile (1968), *Les Formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris : PUF.
- Fadok, David S. (1998), *La Paralysie stratégique par la puissance aérienne. John Boyd et John Warden*, Paris : Economica.
- Flichy, Patrice (2003), *L'Innovation technique. Récents développements en sciences sociales : vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Paris : La Découverte.
- Gomez Mont, Carmen (1999), « Médias et néo-zapatisme dans la crise mexicaine : la spirale du silence », *Communication et organisation (Crise et communication)*, n° 16.
- Goody, Jack (1979), *La Raison graphique. La domestication de la pensée sauvage*, Paris : éditions de Minuit, 1979.
- Heiderich, Didier (2006), « L'esprit Wei-Ji », *Magazine de la communication de crise & sensible*, vol. 11.
- Henrotin, Joseph (2005), « La résilience, nouveau bouclier au terrorisme ? », *Défense nationale*, n° 12.
- Hocart, Arthur Maurice (2005), *Au commencement était le rite. De l'origine des sociétés humaines*, Paris : La Découverte.
- Kennedy, Carol (2008), *Toutes les théories du management*, Paris : Maxima-Laurent du Mesnil éditeur.
- Klein, Etienne (2002), *La Physique quantique*, Paris : Flammarion (collection « Dominos »).
- Kuhn, Thomas Samuel (1999), *La Structure des révolutions scientifiques*, Paris : Flammarion (collection « Champs »).
- Lee Whorf, Benjamin (1969), *Linguistique et Anthropologie*, Paris : Denoël.
- Lehu, Jean-Marc (1995), « Pepsi-Cola : l'été de tous les dangers », *Décisions Marketing*, n° 4.
- Le Moigne, Jean-Louis ; Morin, Edgar (1999), *L'Intelligence de la complexité*, Paris : L'Harmattan.
- Lévy-Bruhl, Lucien (1910), *Les Fonctions mentales dans les sociétés inférieures*, Paris : Alcan.
- Libaert, Thierry (2010), *La Communication de crise*, Paris : Dunod.
- Liddell Hart, Basil (1998), *Stratégie*, traduction de Lucien Poirier, Paris : Perrin.
- Loneux, Catherine, (1999), « Communication institutionnelle : codes de déontologie et usage spécifique de la notion de crise », *Communication et organisation (Crise et communication)*, n° 16.

- Mafart, Alain (1999), *Carnets secrets d'un nageur de combat : du Rainbow Warrior aux glaces de l'Arctique*, Paris : Albin Michel.
- Merveilleux de Vignaux, Sophie (2007), *Désinformation et Services spéciaux*, Paris : Rocher.
- Morin, Edgar (2005), *Introduction à la pensée complexe*, Paris : Seuil (collection « Points essais »).
- Mucchielli, Alex (1993), *Communication interne et management de crise*, Paris : éditions d'Organisation.
- Pinker, Steven (1995), *The Language Instinct*, London : Penguin.
- Popper, Karl (2007), *La Logique de la découverte scientifique*, Paris : Payot.
- Proulx, Serge (1992), « De l'utopie sociale à l'idéologie de la communication », in Boure, Robert ; Pailliat, Isabelle (dir.), *CinémAction (Les théories de la communication)*, n° 63.
- Quettier, Pierre (2002), « Un exemple de système de connaissances empiriques en SIC : les Kata dans les arts martiaux japonais », *MEI. Médiations et Information*, n° 15.
- Quilès, Paul ; Galy-Dejean, René ; Grasset, Bernard (2001), « Mission d'information sur les conséquences pour la France des attentats du 11 septembre 2001 », Rapport d'information de l'Assemblée nationale, n° 3460.
- Sun Tzu (2000), *L'Art de la guerre*, traduction de Jean Lévi, Paris : Hachette Littératures.
- Vernant, Jean-Pierre (1997), *Les Origines de la pensée grecque*, Paris : PUF (collection « Quadrige »).
- Winkin, Yves (dir.) (2000), *La Nouvelle communication*, Paris, Seuil (collection « Points essais »).

Le droit d'auteur en regard de la théorie des industries culturelles

Article inédit. Mis en ligne le 12 octobre 2011.

Vincent Bullich

Vincent Bullich est maître de conférences à l'UFR des Sciences de la Communication de l'Université Paris-Nord 13, membre du Laboratoire des Sciences de l'Information et de la Communication (LabSIC), de l'Observatoire des Mutations des Industries Culturelles (OMIC) et la de la Maison des Sciences de l'Homme Paris-Nord. Ses travaux concernent essentiellement l'analyse socio-économique des industries culturelles et communicationnelles ainsi que l'économie politique de la propriété littéraire et artistique.

Plan

Introduction

La lente et partielle intégration de la question du droit d'auteur aux recherches sur les industries culturelles

Une proposition conceptuelle : le droit d'auteur comme « mode de régulation »

Des enjeux pour les acteurs et la recherche

Références bibliographiques

Résumé

Depuis plus d'une trentaine d'années, les travaux dans l'espace francophone contribuant à l'élaboration d'une « théorie des industries culturelles » se sont efforcés de mettre en évidence des caractéristiques pérennes communes aux différentes formes d'organisations ayant pour objet l'industrialisation et la marchandisation des expressions. Parmi celles-ci, le droit d'auteur a très tôt été identifié comme un facteur structurant, sans pour autant n'avoir jamais fait l'objet d'études dédiées. Or, ainsi que cet article le justifiera, il est pourtant un élément décisif dans l'agencement des activités ainsi que des modes de valorisation des produits de ces industries. Initiée dans le cadre d'une recherche doctorale (Bullich, 2008), la réflexion présentée ici se décompose en trois temps : elle vise, premièrement, à retracer les principales étapes de l'intégration de la question du droit d'auteur à une « théorie des industries culturelles » en devenir ; deuxièmement, il s'agit d'avancer un ensemble de propositions visant à conceptualiser le droit d'auteur en regard des apports des travaux participant à l'élaboration de cette théorie ; troisièmement, nous indiquerons les enjeux nous apparaissant comme majeurs à la fois pour les acteurs et pour la recherche.

Abstract

For over thirty years, many researches contributing to the development of a "theory of cultural industries" in France and Québec have sought to highlight sustainable features common to the various forms of organisations whose purpose is the industrialization and commodification of expressions. Among them, the copyright has early been identified as a structuring factor, without having ever been the subject of dedicated studies. However, as well as this article will justify, it is a decisive element in the arrangement of activities and ways of promoting products of these industries. Initiated as a part of a doctoral research (Bullich, 2008), this article is divided into three parts: first, it aims to trace the main steps of the integration of the issue of copyright in a "theory of cultural industries" in the making; secondly, it aims to present a set of proposals to conceptualize copyright laws in relation to the contributions of the works involved in the development of this theory; third, we will indicate what we consider as the emerging key issues for both stakeholders and researchers.

Resumen

Durante más de treinta años, trabajos en el espacio francófono contribuyendo al desarrollo de una "teoría de las industrias culturales" han tratado de identificar las características perennes comunes a las diferentes formas de organizaciones destinadas a la industrialización y la mercantilización de las expresiones. Entre ellas, derecho de autor fue identificado como un factor de estructuración, sin haber sido objeto de estudios específicos. Sin embargo, es un elemento decisivo en la organización de las actividades y la comercialización de los productos de estas industrias. Iniciada durante una investigación doctoral (Bullich, 2008), la reflexión que se presenta aquí se descompone en tres tiempos: se prepone, en primer lugar, trazar las principales fases de la integración de la cuestión de los derechos de autor en una "teoría de las industrias culturales"; presenta, en segundo lugar, una serie de propuestas para conceptualizar el derecho de autor en relación a los trabajos para el desarrollo de esta teoría; en tercer lugar, vamos a indicar los temas que se están convirtiendo en clave, tanto para las partes interesadas y para la investigación.

INTRODUCTION

Les importantes révisions des lois sur le droit d'auteur (ou sur le *copyright*) dans de nombreux pays au cours des trente dernières années ont rendu prégnant le rôle décisif de l'encadrement institutionnel quant aux modalités de valorisation des productions des industries culturelles. Longtemps confiné à un domaine de juristes spécialisés, le droit d'auteur est ainsi progressivement devenu un objet d'étude pour de nombreux chercheurs de diverses disciplines s'intéressant aux activités (création, production, diffusion, consommation) relatives aux biens culturels industrialisés. Dans l'espace (principalement) francophone, un ensemble de travaux portant sur ces mêmes activités font figure de précurseurs dans la prise en compte du droit d'auteur comme élément structurant l'organisation de la production, la circulation et la consommation de ces biens. Cependant, et malgré la considération précoce portée à cet aspect, ces travaux ainsi que les recherches ultérieures auxquels ils vont donner lieu et qui, par la suite, seront regroupés quelquefois sous l'appellation de « théorie des industries culturelles », n'ont jamais véritablement approfondi cette question du rôle du droit d'auteur dans les processus d'industrialisation et de marchandisation de la culture et de la communication. Ce constat est à l'origine du présent article. Celui-ci vise d'une part à exposer « l'héritage », les apports de cet ensemble de travaux, inmanquablement disparates bien que souvent complémentaires, et, d'autre part, à avancer, dans une veine plus programmatique, un certain nombre de propositions destinées notamment à cerner les enjeux qui lui sont liés, tant sur le plan de l'évolution des filières d'industries culturelles que de la recherche.

Avant de clore cette introduction, il nous faut revenir sur les modalités de circonscription des travaux que nous avons ici considérés. Ceux-ci ont comme point commun de contribuer, selon nous, à l'élaboration d'une « théorie des industries culturelles ». Cette appellation est le fait de chercheurs francophones qui s'y réfèrent parfois depuis près d'une trentaine d'années afin de marquer leur intérêt et leur positionnement communs (Lacroix, 1986 ; Tremblay, 1997 ; Miège, 2000 ; Moeglin, 2007 ; Bouquillion, 2009) plutôt que de désigner un paradigme dans lequel s'inscriraient leurs analyses. En effet, malgré la multitude – éparse – des recherches qui ont concouru à mettre en lumière les spécificités des modes d'organisation et de fonctionnement des industries culturelles tout comme les

modalités de leur inscription dans la société, aucune véritable « théorie unifiée » n'a émergé pour le moment (Miège, 2000). En l'absence d'un « cadre théorique structuré » (Moeglin, 2009), on peut légitimement être enclin à réfuter l'appellation de « théorie », sans doute abusive à l'heure actuelle, et certains instigateurs ont d'ailleurs préféré dans des écrits récents qualifier « d'approche socio-économique » (Miège, 2006) ou « communicationnelle » (Moeglin, 2009) cette démarche de recherche et les apports qui en ont découlé. Nous avons cependant choisi dans le cadre de cette communication de considérer le droit d'auteur en regard d'une « théorie des industries culturelles ». Ce choix a été motivé à la fois par un souci de lisibilité – cette appellation ayant une indéniable reconnaissance au sein des sciences de l'information et de la communication notamment –, mais également par des considérations épistémologiques. L'objet n'est pas ici d'apprécier en profondeur la pertinence de ce syntagme à l'aune des conditions de constitution d'une théorie scientifique et nous souscrivons en partie au constat de P. Moeglin qui considère par exemple que « la conversion de l'approche communicationnelle de l'industrialisation de la culture en une théorie des industries culturelles et médiatiques reste à faire » (Moeglin, 2009). Il nous semble toutefois que le processus est largement entamé. En effet, il est incontestable que ces travaux ont posé les jalons désormais incontournables – même si, et on ne peut que le regretter, souvent trop peu diffusés et connus hors du cadre des SIC – à partir desquels peuvent se construire les analyses appréhendant les évolutions complexes que connaissent les faits de culture et de communication dans les pays développés à économie de marché. À défaut d'une « théorie unifiée », un « archipel » théorique à forte densité heuristique s'est donc solidement formé. Par conséquent, c'est précisément par rapport à ces jalons que nous allons envisager le droit d'auteur dans les lignes qui suivent.

LA LENTE ET PARTIELLE INTEGRATION DE LA QUESTION DU DROIT D'AUTEUR AUX RECHERCHES SUR LES INDUSTRIES CULTURELLES

De façon surprenante, les premiers analystes influents – T. Adorno et M. Horkheimer – à s'être intéressés aux phénomènes de production industrielle et la marchandisation des expressions culturelles ont ignoré le droit d'auteur. Si nous disons surprenant, c'est en regard de leur perspective critique, très marquée notamment dans le fameux texte sur « l'industrie culturelle » (Adorno, Horkheimer, 2000), qui, bien que s'attachant à mettre en évidence l'influence néfaste de l'extension induite par le capitalisme de la rationalité instrumentale à toutes les sphères d'activité (en l'occurrence artistique), manque une donnée fondamentale : c'est le droit d'auteur qui constitue le moyen d'appropriation de ces mêmes expressions, et c'est par le truchement de cette appropriation que ces expressions sont valorisées économiquement. En effet, ce droit définit un faisceau de prérogatives sur une expression artistique assimilable (en partie) à un droit de propriété privée et ce sont précisément ces prérogatives qui font l'objet de la transaction originelle entre un auteur et un éditeur (*lato sensu*) en vue de la réalisation d'un bien culturel et des transactions subséquentes pour toute utilisation de ce même bien. Cette caractéristique institutionnelle pourtant capitale est étonnement négligée par les représentants de l'Ecole de Francfort – J. Habermas y compris, le philosophe ignorant totalement, dans son analyse des « transformations des structures sociales de l'espace public » à la fin du XVIII^e siècle, l'émergence d'un droit de propriété sur les écrits (Habermas, 2003) –, mais également par les précurseurs ultérieurs des études sur les industries culturelles – nous pensons ici notamment au groupe de recherches constitué autour du CECMAS et de la revue Communications (*e.g.* Morin, 1983) ou aux sociologues américains des années 1960-1970 ayant pour objet commun la « production de la culture » (*e.g.* Peterson, 1976).

Il faut donc attendre l'ouvrage *Capitalisme et industries culturelles* (Huet *et alii*, 1978) pour que la question du droit d'auteur soit examinée attentivement dans le cadre d'une recherche sur les processus d'industrialisation et de marchandisation de la culture (dans l'espace francophone tout du moins). Cette prise en compte prend alors la forme d'une controverse qui oppose R. Péron à J. Attali. Tous deux considèrent les particularités de la rémunération des artistes (en l'occurrence des musiciens), qui échappe bien souvent au salariat au profit d'une rétribution *via* des contrats d'artistes (paiements aux cachets et royautés) et du droit d'auteur, et s'accordent sur une non-corrélation entre la quantité de travail et le revenu. Leurs conclusions sont cependant antagonistes : si le premier voit là un frein au « contrôle de la musique par le capital » (Attali, 1977), le second considère au contraire que cette forme de rémunération « conditionne la possibilité d'une exploitation capitaliste dans ce type de production » (Péron, 1978). J. Attali considère ainsi que le droit d'auteur abstrait l'activité artistique des rapports de production et d'exploitation communs aux autres activités industrielles : non seulement le rapport de production qu'il définit s'apparente à un rapport de rente (par opposition au rapport de salariat), mais, en outre, l'artiste, grâce aux droits moraux (*i. e.* une série de droits incessibles, inaliénables et imprescriptibles conférés à l'auteur), conserve partiellement la propriété de son œuvre, et est, en cela, non aliéné du fruit de son labeur. A l'inverse, R. Péron conçoit cet encadrement légal comme définissant un mode de rémunération parfaitement adapté aux spécificités de la valorisation de la marchandise culturelle : « [Droits d'auteur et royalties] permettent en effet de réduire au minimum le coût de reproduction de cette force de travail et même de laisser à la charge des artistes la plus grande part des risques liés au caractère aléatoire du processus de valorisation » (*Ibid.*, p. 97). Cette proposition est majeure en ce qu'elle apporte un éclairage inédit au droit d'auteur : elle le caractérise ainsi comme une modalité de gestion de l'incertitude de la valorisation de la production des industries culturelles (ainsi que nous le développerons dans la troisième partie de cet article).

Dans la seconde édition de l'ouvrage (Huet *et alii*, 1984) et plus particulièrement dans sa postface, B. Miège insiste, quant à lui, sur le lien entre « la non-soumission à la loi du salariat [...] et la possibilité de faire appel à tout moment à ces réserves de talents prêtes à s'employer que constituent les viviers d'artistes » (Miège, 1984, p. 208). Contrairement aux évolutions observées dans d'autres secteurs de l'économie, le salariat s'est peu développé au sein du « personnel de conception » (*i. e.* l'ensemble des participants à la phase créative du procès de production de ces industries : les artistes et certains techniciens spécialisés) précisément parce que la rémunération *via* le droit d'auteur et les contrats spécifiques permettent une gestion plus « souple » de ces intervenants, les éditeurs (*lato sensu*) pouvant à tout moment se séparer d'un « concepteur » non rentable et faire appel à une « force de travail de réserve » en grande partie constituée par l'action culturelle publique et dont les membres subsistent grâce à des activités professionnelles annexes (Lacroix, 1991).

Ce rôle majeur que joue le droit d'auteur dans l'intégration du travail créatif à un procès industriel, conditionnant à la fois les modalités de rémunérations et celles de répartition de la valeur créée, est également souligné par A. Lange (1995). A la suite d'une étude sur l'industrie phonographique, celui-ci met notamment en évidence deux conséquences de premier plan liées à ce rôle. Chiffres à l'appui, il montre ainsi, d'une part, l'extrême concentration des versements des droits en direction d'un très faible nombre d'artistes, et, d'autre part, le déséquilibre qui s'instaure progressivement entre les droits des compositeurs et interprètes et ceux des éditeurs, au profit de ces derniers. Ceux-ci voient en effet leurs prérogatives sur l'œuvre s'élargir considérablement ainsi que le confirme par la suite l'analyse de M. Galloul dans un numéro de 1997 de la revue *Sciences et Société* intitulé

Industries culturelles et « société de l'information » et dirigé par J. G. Lacroix, A. Lefebvre, B. Miège, P. Moeglin et G. Tremblay. L'auteur s'y inquiète des « évolutions récentes et [...] inflexions du droit d'auteur [...] qui tendent à minorer, sinon à marginaliser, la notion classique du droit d'auteur en déplaçant progressivement la titularité des droits vers les producteurs » (Galloul, 1997, p. 179). En raison d'une marchandisation accrue des contenus culturels concomitante au déploiement des réseaux de télécommunications, la « modernisation » du droit d'auteur, tant au niveau national qu'europpéen, se réalise donc dans le sens d'un plus grand contrôle conféré aux financeurs de l'œuvre (sous la forme de droits dits « voisins du droit d'auteur » en France) et d'un amoindrissement corrélatif de celui conféré à son auteur. Outre-Manche, D. Hesmondhalgh, dans sa vaste analyse de l'évolution des industries culturelles, rejoint cette position en affirmant que « *the tendency in all modern copyright systems is for the cultural-industry companies to own rights* »¹ (2002, p. 58), aspect d'autant plus manifeste dans les pays anglo-saxons en raison d'une tradition juridique différente concernant la propriété intellectuelle (cf. note 4).

A ces éclairages sur l'organisation du marché du travail culturel, la répartition de la valeur créée et les conditions d'appropriation de l'œuvre, s'ajoutent des considérations quant au rôle du droit d'auteur dans les stratégies de valorisation de la production des industries culturelles. Au milieu des années 1980, N. Garnham dans un court paragraphe d'un article important, *Contribution to a Political Economy of Mass-Communication*, avance une proposition décisive : le droit d'auteur (en l'occurrence plutôt le *copyright*), en associant systématiquement l'œuvre et son « auteur » et en conférant un ensemble de droits exclusifs à ce dernier (droits dont s'emparent immédiatement les éditeurs/producteurs, notamment dans le système anglo-saxon), garantit « l'unicité » de chaque production. Il fonctionne, en cela, comme un mécanisme de création de la rareté et conditionne ainsi profondément les modalités de valorisation des produits culturels.

A la même époque, B. Miège, P. Pajon et J. M. Salaün soulignent dans leur étude sur *l'industrialisation de l'audiovisuel* (1986) « l'importance de l'achat des droits » des programmes dans les stratégies mises en place par les entreprises du secteur, enjeu devenu crucial avec le développement des réseaux et les possibilités de multidiffusion. Cet aspect est corroboré une dizaine d'années plus tard par un article de P. Azpillaga, J. C. Miguel et R. Zallo qui énonce ainsi que « le centre de gravité du secteur culture-communication se déplace vers la gestion et la distribution des droits » (1997, p. 99). Selon ces auteurs, l'acquisition et l'exploitation des droits de propriété intellectuelle sur les contenus sont ainsi devenues des enjeux majeurs en raison de la multiplication des stratégies multi-supports, les acteurs à même de distribuer ces droits étant susceptibles d'être dans une « position stratégique » au sein d'un secteur des industries culturelles et communicationnelles en pleine reconfiguration.

Enfin, plus récemment, l'intérêt pour la question du droit d'auteur a été renouvelé avec le développement du piratage de biens culturels, sur Internet notamment. Il faut toutefois noter que dans les études que nous allons citer, le droit d'auteur n'est envisagé que comme une sorte d'arrière-plan, une condition de l'action qui n'est pas, ou peu, interrogée. C'est donc en creux qu'apparaissent certaines caractéristiques du cadre juridique par rapport au fonctionnement des industries culturelles. Ainsi, D. Vandiedonck (2007) indique-t-il que la prolifération des pratiques illicites a eu pour effet d'accélérer la recomposition de la filière phonographique. Structurellement « fragile », l'économie de la musique enregistrée a en

.....

¹ « La tendance, dans tous les systèmes modernes de droit d'auteur, est que ce sont les industries culturelles qui possèdent les droits » (notre traduction).

effet dû faire face à un nouveau facteur de crise consistant en une massification du non-respect du droit d'auteur à partir du début de la décennie 2000. L'auteur se soucie moins ici de l'évaluation de l'impact réel de ce facteur que de la production de discours qui lui sont liés, et montre comment ces discours ont construit une représentation nouvelle du consommateur, désormais fréquemment dépeint dans la bouche des industriels sous la « figure de l'utilisateur-délinquant », mais également, et surtout pour ce qui nous intéresse, comment le non-respect du droit d'auteur a été mobilisé par ces mêmes industriels pour justifier restructurations, fusions ou alliances commerciales. Dans son analyse des stratégies récentes des industries de la culture et de la communication, P. Bouquillion illustre, quant à lui, la concrétisation de ces discours. Il identifie ainsi quatre stratégies mises en place par les industries culturelles (« les acteurs du contenu ») afin notamment de faire face au piratage : la prospection de nouveaux marchés publicitaires, un renforcement du contrôle de la distribution de leurs contenus, la mise en place d'alliances avec des acteurs issus d'autres filières (matériels, web et télécommunications), le développement de produits dérivés (Bouquillion, 2008, p. 226 *et sq.*). Il ressort en filigrane de ces deux études l'importance qu'a acquise le droit d'auteur dans les modèles économiques mis en place ainsi que dans l'agencement des filières d'industries culturelles, puisque sa transgression – désormais largement répandue – est susceptible de reconfigurer en profondeur les rapports entre les acteurs. Avant de clore ce point sur le piratage, il convient de signaler les travaux présentés dans un ouvrage collectif sous la direction de T. Mattelart (à paraître en 2011) et qui s'intéressent au phénomène sous l'angle de la circulation transnationale des contenus. Privilégiant les terrains de l'hémisphère sud ainsi que de l'Europe de l'Est, les différentes études proposées éclairent la façon dont les « flux clandestins » de biens culturels participent d'une « mondialisation culturelle souterraine ». Le développement de cette « économie informelle » témoigne d'une nette amplification du contournement des restrictions qu'imposent généralement par le truchement d'accords multilatéraux les organisations supranationales en charge de la réglementation de la propriété intellectuelle (l'organisation mondiale du commerce – OMC – et l'organisation mondiale de la propriété intellectuelle – OMPI – en tête), ce contournement permettant de répondre à une demande mondiale de plus en plus importante de produits culturels en provenance des principaux pôles de production (ces pôles ne se situant d'ailleurs pas uniquement dans les pays de la triade). Le non-respect du droit d'auteur apparaît donc comme un accélérateur de la diffusion, notamment transfrontalière, des produits culturels, favorisant l'accès des populations à ces produits et palliant ainsi les « défaillances des médias locaux ». Par conséquent, ces travaux illustrent bien, selon nous, la thèse, avancée initialement par N. Garnham (1986), qui caractérise le droit d'auteur comme avant tout un mécanisme d'organisation de la rareté (nous y reviendrons).

Ce rapide tour d'horizon des recherches sur les industries culturelles ayant abordé, généralement très partiellement, la question du droit d'auteur laisse de côté inévitablement une somme de travaux. Il nous a en effet très probablement échappé un certain nombre d'études considérées comme participantes de la « théorie des industries culturelles » et traitant de ce sujet. L'objectif de cette première partie n'était toutefois pas de retracer une histoire exhaustive, prétention sans nul doute absurde, de l'intégration de la question du droit d'auteur à cette théorie en formation, mais d'en indiquer, de façon inmanquablement partielle, les étapes nous apparaissant décisives.

Cette partie se voulant centrée sur une approche spécifique, et non un objet, nous avons, en outre, délibérément ignoré ici tout un pan de recherches menées sur le rapport entre ces industries et le droit d'auteur : les études juridiques évidemment, mais également celles, nombreuses, réalisées dans le cadre de la sociologie et, surtout, de l'économie de la

culture. Quoi qu'il en soit, une partie de ces travaux seront mobilisés dans les paragraphes suivants et mis en perspective avec les propositions que nous avancerons.

UNE PROPOSITION CONCEPTUELLE : LE DROIT D'AUTEUR COMME « MODE DE REGULATION »

La disparité des éléments que révèlent les recherches que nous venons de présenter très succinctement nous a conduits à travailler dans le sens d'une conceptualisation du droit d'auteur. Nous avons donc cherché à synthétiser, à appréhender de manière transversale cet ensemble de lois à partir, d'une part, des apports, pour la plupart toujours d'actualité, de ces études et d'autre part, d'éléments théoriques et méthodologiques empruntés à d'autres disciplines ou courants de pensée plaçant au cœur de leur réflexion le rôle des institutions dans la détermination de l'action et la structuration sociale. Aussi, au terme d'une recherche doctorale sur le *copyright* américain appliqué à la musique (Bullich, 2008), nous avons défini le droit d'auteur comme « un mode de régulation ».

Cette formulation, qui présente de prime abord un aspect tautologique flagrant, vise en fait à caractériser la configuration et le fonctionnement spécifique de ce corps de lois. En effet, le terme de régulation peut se comprendre, dans le langage usuel comme académique, suivant une double acception : la première se rapporte à l'action de « faire des règles » (Reynaud, 2004), la seconde à l'ajustement d'une pluralité d'actions à ces mêmes règles (Canguilhem, 1995) ; la première connote une production, la seconde une reproduction. Partant, il nous est apparu heuristique d'utiliser la polysémie du terme et ainsi déterminer ce que « reproduit » la production du droit d'auteur. Nous nous sommes inspiré ici de la démarche des économistes de l'approche en termes de régulation (Aglietta, 1976 ; Boyer, 2004 ; Boyer, Saillard, 2002). Bien que leur approche soit (généralement) macro-économique et ne puisse être appliquée sans d'importants aménagements à notre objet², elle est néanmoins éclairante pour conceptualiser le droit d'auteur dans une perspective d'économie politique de la communication (perspective qui irrigue en profondeur « la théorie des industries culturelles ») : celui-ci peut en effet être envisagé comme une « forme institutionnelle » historiquement située, ni unique ni même nécessaire, mais qui contribue fortement à la structuration du mode de production et de consommation des marchandises culturelles au sein d'une économie capitaliste. Suivant cette perspective, la thèse que nous soutenons est que (1) le droit d'auteur participe à la mise en compatibilité des actions et stratégies plurielles, éparses et souvent antagonistes relatives à la production et la consommation des biens culturels industrialisés par rapport à un impératif de reproduction d'une part des rapports sociaux entre les acteurs, rapports sociaux définis par la propriété et donc l'exclusivité, et d'autre part des modalités de valorisation économique de cette (quasi) propriété (« régulation » comme ajustement et permanence). (2) Cependant, afin d'éviter l'écueil fonctionnaliste, le rapport de causalité entre le cadre juridique et l'orientation de ces stratégies ne peut se justifier que par l'étude de la construction sociale de ces droits (« régulation » comme production de règles).

(1) Ainsi que l'a identifié B. Miège, le fonctionnement des industries culturelles répond à des « logiques sociales » (Miège, 1989), est structuré par un ensemble de

.....

² Il s'agit d'indiquer ici toutefois que cette démarche a été initiée au sein même de l'approche en termes de régulation par B. Coriat. L'économiste consacre ainsi une part importante de ses recherches aux droits de propriété intellectuelle (principalement la propriété industrielle), qu'il caractérise comme des dispositifs institutionnels permettant la coordination des activités économiques, en recherchant notamment leur incidence sur l'innovation industrielle et les échanges commerciaux mondiaux (e. g. Coriat 2002).

« procès », c'est-à-dire des « mouvements [...] autour desquels, dans le temps long, s'affrontent et se confrontent les stratégies des acteurs sociaux concernés. » (Miège, 2007, p. 18). Or, le droit d'auteur contribue de façon prégnante à la mise en compatibilité des deux « procès » fondamentaux par lesquels les industries culturelles transforment les expressions artistiques en biens de consommation : la médiatisation et la marchandisation. Le droit d'auteur « moderne » est en effet élaboré dans l'Angleterre du XVIII^e siècle originellement pour régler le commerce du livre et si, par la suite, les droits de (quasi) propriété qu'il institue s'abstraient du monde des objets pour s'appliquer à l'expression d'une idée, il est initialement pensé en lien, d'une part, avec le support, le *medium* qui véhicule ces expressions, et, d'autre part, avec le mode de valorisation de ce même support. C'est donc par ce biais juridique que s'est réalisé, initialement en Europe et en Amérique du Nord, la transformation des « choses de l'esprit » à la fois en contenu médiatique et en marchandises³. Si les objectifs motivant l'institution de cette régulation diffèrent selon les nations⁴, l'ensemble de ces lois se fonde sur une même conception des moyens permettant leur réalisation : il s'agit d'accorder à

.....

³ Nous insistons sur le fait que bien que marchandisation et appropriation privée de l'objet culturel entretiennent des relations d'interdépendance, de déterminations réciproques, il faut se garder de poser une équivalence entre les deux phénomènes et, surtout, d'envisager une nécessité fonctionnelle du second au premier. En effet, la marchandisation des biens culturels industrialisés peut parfaitement se réaliser sans la définition de droits de propriété sur ceux-ci : il suffit pour s'en convaincre d'étudier l'histoire des marchés des biens culturels qui se sont développés dans nombre de pays sans aucune codification juridique de la propriété artistique et au sein desquels, cette codification, tardive, a jusqu'à maintenant une effectivité relative (cf. Mattelart, 2011). Il s'agit donc d'envisager la propriété artistique comme une condition effective (dans la plupart des pays développés à économie de marché), plutôt que nécessaire, du procès de marchandisation de la culture.

⁴ Plusieurs philosophies en fonction des nations transparaissent en effet dans les corpus juridiques. Le droit « continental » (*i. e.* tel celui qu'on retrouve dans la plupart des pays d'Europe continentale) place en son cœur les intérêts de l'auteur et adopte une légitimation « personnaliste » : émanation spirituelle de la personnalité de l'auteur, l'expression artistique doit à ce titre être protégée d'une appropriation indue par autrui, c'est à dire réalisée sans le consentement exprès de l'auteur. Le droit d'auteur apparaît ainsi comme un « droit naturel » du sujet et sa reconnaissance relève d'un impératif moral, conception qui explique notamment sa bipartition : à la composante patrimoniale qui codifie les aspects essentiellement économiques de la propriété accordée à l'auteur sur son œuvre, s'adjoint - à des degrés divers dans les différents droits continentaux - une composante « morale », instituant le caractère inaliénable et imprescriptible du lien de l'auteur à cette même œuvre. Une variante de ce type de légitimation se retrouve dans les arguments justifiant notamment le *copyright* anglais et découle des thèses sur la propriété de J. Locke. Dans le *Traité du gouvernement civil*, le philosophe anglais justifie la propriété en raison du travail nécessaire à la transformation de la chose naturelle (*e. g.* matière première) en chose humaine (*e. g.* artefact). Dans cette perspective, la propriété est donc, initialement, consubstantielle de la production ; rapportée à l'art, cette thèse suggère que l'œuvre créée par le travail de l'auteur, en est « naturellement » sa propriété. Si l'argument est très fréquemment mis en avant par les promoteurs de la loi, il s'agit toutefois d'indiquer ici que, d'un point de vue historique, l'élaboration du *copyright* anglais du XVIII^e siècle est principalement motivée par un souci de « protection » d'un secteur économique mis à mal par une industrie de la contrefaçon déjà très active (Patterson, 1968). Le *copyright* américain adopte quant à lui une position foncièrement utilitariste. Contrairement aux lois européennes, il place en son cœur les intérêts non pas de l'auteur, mais du public. Il est, en effet, conçu comme un instrument destiné à encourager le développement scientifique et culturel de la nation. Il s'agit donc idéalement pour le législateur de produire des mesures favorisant la diffusion des œuvres et connaissances, et prévenant, pour ce faire, tous les facteurs qui pourraient nuire à l'accès du public à ces mêmes œuvres et connaissances.

l'auteur un ensemble de prérogatives exclusives sur son œuvre à partir du moment où celle-ci répond à un certain nombre de critères, au premier rang desquels se trouve « l'originalité » de l'œuvre. La première de ces prérogatives communes aux différents droits est le monopole temporaire d'exploitation économique, dont la cession est également en partie codifiée légalement. Ce faisant, la loi consacre un nouvel acteur, l'éditeur, qui, se situant entre l'auteur et le public, a précisément pour fonction de produire le médium et ainsi d'organiser concrètement l'exploitation de l'œuvre. Le droit d'auteur est donc fondamentalement pensé comme un mécanisme d'incitation économique à la production d'œuvres pour l'artiste et à l'investissement dans « la mise en media » de ces œuvres pour l'éditeur. Par conséquent, il subordonne la communication de l'œuvre, médiatisée dans le cadre des productions des industries culturelles, à une transaction économique, médiatisation et marchandisation étant ainsi institutionnellement intriquées suivant une hiérarchie stricte. Les fonctions explicites (ou « manifestes » pour reprendre les termes de R. Merton) du droit d'auteur – protection de l'expression de l'auteur, de ses intérêts économiques, de ceux de l'éditeur, diffusion des arts et connaissances, garantie de l'accès du public aux œuvres – masquent dès lors une fonction « latente », soit la mise en compatibilité de ces deux procès suivant un principe d'exclusivisme et donc de création de la rareté, ainsi que l'a identifiée par N. Garnham (1986). Le droit d'auteur apparaît ainsi comme un mécanisme à même de réduire la contradiction fondamentale inhérente à la coexistence des procès de médiatisation et marchandisation des « productions de l'esprit » entre, d'une part, l'exigence de publicisation, à la base de la constitution de leur valeur d'usage et, d'autre part, une exigence de contrôle de cette publicisation, par lequel se crée la valeur d'échange. Il faut donc bien considérer, ainsi que nous y enjoignent deux éminents spécialistes de ce champ juridique, que « [...] le droit au sens d'instance juridique n'intervient pas pour saisir une valeur préexistante, mais crée cette valeur en permettant de faire de l'objet immatériel un objet d'échange. [...] Encore faut-il qu'il rencontre un public » (Vivant, Bruguière, 2009, p. 6-7). Cette tension aiguë entre diffusion de l'œuvre, conduisant à sa valorisation sociale, et sa valorisation économique, généralement présentée dans la perspective économique comme une incitation à la création et l'investissement (Landes, Posner, 2003), s'est profondément accentuée à partir du moment où la numérisation des contenus et le développement des réseaux ont rendu techniquement possible une reproductibilité et une diffusion des biens culturels à un coût quasi nul et abolit le principe de rivalité (le partage du bien culturel, désormais sous forme de fichier, n'entraînant pas la perte de ce même bien). Dès lors, le cadre institutionnel est devenu indispensable pour la permanence du modèle économique de la plupart des industries culturelles « éditoriales » toujours fondé sur le principe de rareté (qui n'est alors plus qu'artificielle). Cet aspect a initialement été vivement critiqué par les promoteurs de la *cyberlaw*, un ensemble de juristes américains s'inscrivant dans la ligne définie par L. Lessig (1999), qui ont cherché à mettre évidence les risques engendrés par un renforcement des lois du *copyright*. S'étant développé, au cours des trois dernières décennies, suivant une logique extensive (élargissement du champ d'application de la loi) et une logique intensive (élévation du niveau des exigences légales) jusqu'à l'hypertrophie, le cadre légal américain a ainsi progressivement proscrit (à quelques très rares exceptions) toute pratique de publicisation des œuvres qui pourrait nuire à la valorisation économique des droits de propriété sur celles-ci (e.g. l'interdiction de location des phonogrammes) et a largement favorisé l'incorporation dans le cadre

marchand de certaines pratiques et de certains usages et jusque-là non soumis à une transaction commerciale (*e. g.* les collages musicaux et le *sampling*). Ces lois sont ainsi devenues susceptibles de menacer à la fois l'accès des individus aux ressources informationnelles et culturelles (Lessig, 2004 ; Fisher, 2004) et la production d'innovations culturelles et économiques (Benkler, 2006 ; Boldrin, Levine, 2008) voire de la création esthétique même (Vaidhyanathan, 2001 ; Litman, 2006). La propriété artistique, posée comme une condition au développement des « arts et de la connaissance », notamment aux Etats-Unis, et/ou comme un impératif de reconnaissance de la spécificité du travail artistique (Paris, 2002), notamment en droit continental (cf. note 4), a par conséquent favorisé, en s'affermissant, un accroissement du champ du valorisable au détriment de celui du « communicable » (Bullich, 2010).

- (2) La recherche que nous avons menée sur la médiatisation de la musique au cours du XXe siècle aux Etats-Unis (Bullich, 2008) indique que s'il n'y a pas de déterminisme mécanique, univoque, entre les lois du *copyright* et la configuration des activités liées à la production (*lato sensu*) de la musique, celles-ci ont toutefois contribué significativement à orienter les stratégies des principaux acteurs, au premier rang desquelles se trouvent les firmes exploitant la musique (production et édition), celles-ci ayant su non seulement s'adapter au mieux à l'environnement institutionnel, mais également le modifier en fonction de leurs intérêts propres. Loin d'être autorégulé, le marché phonographique est donc foncièrement le résultat d'une construction politique qui crée et garantit une « ressource d'autorité » (le droit exclusif d'utilisation et de diffusion d'une œuvre) et organise en partie sa transmutation en « ressource d'allocation » (définition des modalités des transactions économiques liées à la licence d'utilisation), selon la terminologie d'A. Giddens (2005). Cette construction résulte d'une articulation d'objectifs politiques, économiques et juridiques qui se renouvellent à chaque innovation médiatique ; elle mobilise les différents acteurs participants à l'existence de la musique enregistrée qui font alors valoir leurs convenances propres et manifestent leur capacité à intervenir dans les processus d'élaboration et d'application des lois ; elle reproduit et étend le principe de l'exclusivisme de la propriété artistique selon des modalités complexes que définissent, en grande partie, les acteurs en position de force et qui aboutissent à une correspondance quasi systématique entre médiatisation et marchandisation, à ce que le sociologue J. S. Beuscart a nommé, à la suite de son étude sur la construction des marchés de la musique en ligne, « une équivalence entre des flux de musique et des flux de rémunération » (Beuscart, 2006, p. 27). S'il est impossible, en l'absence d'études complémentaires, d'étendre cette conclusion à toutes les filières d'industries culturelles – d'autant qu'une série d'études conduites à la demande du Département des études de la prospective et des statistiques du Ministère de la Culture et de la Communication en 2005 et 2006 montrent clairement l'hétérogénéité des « économies du droit d'auteur » (DEPS, 2007) – elle suggère néanmoins un enjeu capital pour les acteurs de ces filières : la relative plasticité du droit qui se manifeste à chaque innovation médiatique favorise l'intervention des intérêts privés dans l'élaboration des lois, que ce soit dans les arènes internationales – ainsi que l'ont montré S.Sell (2003) ou C. May (2010) lors de leurs analyses sur la création des accords sur les ADPIC – ou au niveau des processus législatifs nationaux, comme en témoigne la recherche doctorale que nous avons menée sur le *copyright* américain (Bullich, 2008) ou celle de J. Lapousterle (2009) sur « l'influence des groupes de pression » dans la constitution du droit de propriété littéraire et artistique en France. De ces différents travaux, il

ressort clairement que les acteurs les plus aptes à mobiliser des relais politiques, généralement les acteurs dominants dans les filières concernées, sont en mesure d'orienter profondément l'évolution du corps de lois, et donc d'orienter les conditions d'actions de l'ensemble des acteurs participant de près ou de loin à ces mêmes filières. C'est en cela que le droit d'auteur qui reproduit un mode de valorisation fondé sur l'exclusivisme est également susceptible de reproduire des rapports de pouvoir. Il s'agit cependant avant de clore cette seconde partie d'indiquer que cette reproduction n'est souvent que partielle. En effet, l'effectivité des lois n'est jamais garantie, et nombreuses sont les études qui soulignent le caractère fluctuant de l'adéquation des pratiques à celles-ci (pour ce qui est du cas français, cf. Paris, 2002 ; Beuscart, 2006 ; DEPS, 2007) voire leur transgression de plus en plus répandue (Mattelart, 2011). La situation contemporaine présente dès lors un immanquable caractère paradoxal : jamais, de son histoire, le droit d'auteur (au sens générique) n'a été autant mobilisé par les parties prenantes, les textes juridiques qui le définissent aussi fournis, les organisations et administrations se rapportant à son application aussi nombreuses, et jamais de son histoire, il n'a été autant incapable de réguler effectivement les pratiques et usages de certains acteurs ; on aurait bien tort de réduire cette coïncidence à une unique relation de cause à effet – les deux mouvements de transgression et de renforcement s'étant développés de façon initialement indépendante –, mais il apparaît bel et bien que la conjugaison de pratiques installées (*e. g.* copie privée, la contrefaçon industrielle, etc.) et de moyens techniques inédits a nettement exacerbé au cours de la dernière décennie la contradiction interne au droit entre diffusion et « protection ».

DES ENJEUX POUR LES ACTEURS ET LA RECHERCHE

Cette « régulation » des conditions de production et de valorisation des biens culturels résulte donc de procédures complexes révélant des stratégies complémentaires ou antagoniques, des capacités d'action différentes selon les acteurs, et des arbitrages législatifs en fonction d'intérêts plus ou moins affirmés ; elle contribue, en outre, à déterminer la distribution de ces mêmes capacités d'action et ainsi les rapports de force entre acteurs. En cela, le droit d'auteur révèle des enjeux majeurs, à la fois pour les acteurs, mais également pour la recherche ainsi que nous allons l'exposer dans une perspective programmatique. Nous considérerons ces enjeux en les rapportant à deux domaines : la gestion du risque éditorial et l'équilibre des droits conférés aux parties prenantes, tout d'abord, les stratégies industrielles et les évolutions des modalités de valorisation de la production, ensuite.

La gestion du risque éditorial et l'équilibre entre parties prenantes

Depuis l'origine, les travaux s'inscrivant dans la « théorie des industries culturelles » ont insisté sur la forte incertitude quant à la valorisation de la production qui pèse sur ces industries (Huet *et alii*, 1978 ; Moeglin, 2007). Nous avons vu, dans la première partie de cet article, que, selon R. Péron (1978), la rétribution spécifique que met en place le droit d'auteur atténue précisément le risque lié à cette incertitude en ce qu'il participe à la définition d'une rémunération *ex post* et strictement proportionnelle à la valorisation effective de la production pour les intervenants de la phase de conception des filières concernées, permettant ainsi au producteur/éditeur de réduire le montant de l'investissement initial. Cependant, si ce mode de rémunération ne semble pas être amené à changer, les droits de (quasi) propriété sur l'œuvre ont tendance à être attribués en faveur moins de la nature du travail dans le procès de production que de l'investissement

financier consenti. En effet, comme l'ont souligné certains travaux que nous avons présentés, et avant cela des juristes (dont notamment B. Edelman (2001) pour le cas de la production cinématographique), on assiste depuis plus d'une vingtaine d'années au basculement du centre de gravité du droit d'auteur des auteurs vers les producteurs/éditeurs. Or, cette tendance est susceptible de s'accroître sous l'effet d'une généralisation de la conception anglo-saxonne favorisée par la domination des acteurs américains dans les organisations en charge de l'élaboration des standards internationaux du droit d'auteur (OMC et OMPI notamment). Il s'agit donc de rester particulièrement attentif à l'équilibre des droits entre ces deux catégories d'acteurs, afin d'apprécier au mieux l'incidence du droit d'auteur quant à la mise en compatibilité des conditions de l'activité de conception avec le procès de marchandisation. Cette attention doit être d'autant plus soutenue que les travaux du DEPS précédemment cités soulignent la tendance récente en France à la forfaitisation du « travail créatif » (notamment pour les œuvres de collaboration ou collectives), répondant à un souci de réduction de coûts de transaction et favorisant les problèmes « d'aléa moral », c'est-à-dire un moindre contrôle des auteurs sur leurs créations au profit des producteurs (DEPS, 2007) ; le cas est analogue aux Etats-Unis avec la généralisation des « *works made for hire* », exception de la loi du *copyright* par laquelle le concepteur cède contractuellement ses droits à son employeur temporaire (Bullich, 2008). En outre, le droit d'auteur a été décisif quant à la mise en place de certaines stratégies éditoriales destinées à réduire ce risque, notamment celles fondées suivant le principe de la « dialectique du tube et du catalogue » (Huet *et alii*, 1978 ; Miège, 2000). Cette pratique destinée à compenser au sein d'un même catalogue les nombreux échecs des productions culturelles par les quelques succès est ainsi fondamentalement liée à la propriété artistique, et dépend plus précisément du champ d'application et de la durée de cette propriété. En effet, la gestion d'un catalogue dans les industries culturelles définit généralement deux horizons temporels de valorisation : le premier, à court terme, concerne les produits dits « du moment » ; le second, à moyen et long terme, les produits dits de « carrières ». Par conséquent, les produits à long terme du catalogue servent à financer les produits nouveaux, et les succès des produits nouveaux servent à compenser les échecs d'autres produits qui, par leur incorporation au catalogue, sont susceptibles d'être valorisés économiquement ultérieurement. Or, cette gestion du risque ne devient efficiente qu'à condition que l'éditeur/producteur dispose, premièrement, d'un catalogue suffisamment étoffé et, deuxièmement, d'un droit de propriété sur ce catalogue relativement étendu. A partir du moment où les références cataloguées tombent dans le domaine public, cette modalité de gestion de l'incertitude devient en effet inopérante. Tout l'enjeu pour l'éditeur/producteur réside donc, d'une part, dans la définition d'une propriété la plus complète possible sur la production et, d'autre part, dans celle d'une durée de cette propriété la plus longue possible. On a, pour cette raison, assisté dans de nombreux pays à la fin des années 1990 à une vague de réformes portant précisément sur l'allongement des droits, réformes en grande partie motivées par des intérêts privés (ce qui a, par exemple, valu au « *Copyright Term Extension Act* » américain de 1998 le surnom de « *Mickey Mouse Protection Act* », tant le *lobbying* du groupe Disney avait été manifeste). Les pressions récentes sur un nouvel allongement des droits, qui ont abouti notamment à une directive européenne augmentant en 2009 la durée d'exploitation exclusive des maisons de disques et des artistes-interprètes, soulignent une nouvelle fois l'importance du droit d'auteur dans les modes de gestion éditoriale et donc de valorisation de la production, augmentation qui se réalise systématiquement au détriment du domaine public, donc des usagers et souvent des concepteurs eux-mêmes qui peuvent dès lors de moins en moins utiliser les matériaux préexistants pour leurs propres créations (Boyle, 2008). Ces aspects que nous venons d'évoquer dans le cadre de la gestion du risque éditorial participent ainsi

d'une « extension du valorisable » qu'habilite la loi, extension entraînant inmanquablement un déséquilibre entre les droits des différentes parties prenantes et dont l'analyse doit rendre compte précisément afin d'identifier pleinement les modalités concrètes par lesquelles se réalise la marchandisation de la culture.

Les stratégies industrielles et mutations des modes de valorisation

Une plus grande considération portée au fonctionnement du droit d'auteur permet également de mieux appréhender les mutations en cours dans les secteurs culturels, informationnels et communicationnels. En effet, les mouvements actuels se comprennent en partie par l'importance qu'ont prise ces droits dans les marchés de la culture industrialisée. Plusieurs facteurs expliquent cette importance nouvelle, nous nous contenterons d'exposer les trois plus importants. Premièrement, depuis environ une trentaine d'années, les législateurs – tant au niveau national que supranational – n'ont eu de cesse d'élargir le champ d'application et d'augmenter la durée de ces droits, ce qui a automatiquement conduit à renforcer leur valeur potentielle. Deuxièmement, le prodigieux essor des Tic depuis les années 1980 a multiplié les possibilités de médiatisation des contenus culturels et ainsi multiplié les modalités de valorisation potentielle de ces droits. Troisièmement, la mutation du cadre des échanges de biens culturels, qui s'élargit à l'échelle quasi planétaire avec les mouvements de libéralisation du commerce des années 1970-1980 et la généralisation concomitante de la reconnaissance internationale des droits d'auteur par le biais de l'action de l'OMPI et de l'OMC, a singulièrement augmenté les occurrences de valorisation de ces droits (notamment pour les biens culturels nord-américains et, à un degré nettement moindre, européens). La conjugaison de ces facteurs a amené les principaux acteurs industriels à mettre en place des stratégies visant à la constitution de « portefeuilles de droits » (Farchy, Benhamou, 2007 ; Bouquillion, 2008). L'obtention des droits d'auteur est ainsi devenue un enjeu de premier plan, enjeu économique *per se*, car ils permettent de valoriser de façon exclusive une production sur le long terme et sur différents *media* ou déclinaisons (politique qu'illustre parfaitement le cas Disney), mais également enjeu stratégique en ce que les droits d'auteur constituent une modalité de gestion de la concurrence intra et intersectorielle (ainsi qu'en témoignent, par exemple, les obstacles législatifs et judiciaires mis en place par les majors de la musique au développement du *webcasting* aux Etats-Unis). Ce second aspect n'est pas récent (*e. g.* le rapprochement entre les secteurs de l'édition musicale, de l'édition phonographique et du cinéma aux Etats-Unis à la fin des années 1920 est fondamentalement lié à la nécessité pour les firmes d'Hollywood de disposer de stocks de musique incorporables aux films qu'elles produisaient), mais cette dimension stratégique s'est accrue en même temps que les droits se renforçaient. Or, nous ne disposons pas pour le moment d'études ayant apprécié précisément la part imputable à la valorisation de ces portefeuilles dans l'activité des industries culturelles. S'il est incontestable que les stratégies d'exploitation du catalogue n'ont fait que se multiplier au cours des trente dernières années – sous la forme de valorisations multi-*media* des contenus, de sérialisation des œuvres, de déclinaisons, médiatiques ou non, des concepts, de versionnages en fonction du consentement à payer et des normes techniques, etc. (Bustamante, 2004) – peu d'éléments nous permettent de quantifier la portée de celles-ci. De même, s'il apparaît que la combinaison des stratégies d'internalisation des flux financiers liés aux licences d'exploitation avec celles de valorisation de ces portefeuilles sur des marchés de plus en plus nombreux a une incidence forte sur les mouvements de concentration visant à la consolidation des principaux « pôles de contenus » (selon l'expression de P. Bouquillion, 2008) ces dernières années, il reste de nombreuses zones d'ombres relatives à l'élaboration et les effets de telles stratégies, en particulier leur articulation avec les stratégies des puissantes industries de la

communication (à ce sujet, cf. Bouquillion, 2009). Il y a donc là deux chantiers importants pour des travaux futurs susceptibles de s'inscrire dans la « théorie des industries culturelles ». Quoi qu'il en soit, il s'agit d'ores et déjà de prendre la mesure de la mutation en cours : la production industrielle de biens culturels n'est plus qu'une composante de l'activité des principaux groupes œuvrant sur les différentes filières d'industries culturelles, l'exploitation des droits en étant devenue une autre, tout aussi importante.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Adorno, Theodor ; Horkheimer, Max (2000 – 1^{re} édition allemande 1947), *La dialectique de la raison. Fragments philosophiques*, Paris : Gallimard.
- Aglietta, Michel (1976), *Régulation et crises du capitalisme*, Paris : Calmann-Lévy.
- Attali, Jacques (1977), *Bruits. Essai sur l'économie politique de la musique*, Paris : Presses universitaires de France.
- Benhamou, Françoise ; Farchy, Joëlle (2007), *Droit d'auteur et copyright*, Paris : La Découverte.
- Benkler, Yochai (2006), *The Wealth of Networks*, New Haven : Yale University Press.
- Beuscart, Jean-Samuel (2006), *La construction du marché de la musique en ligne*. Thèse de doctorat en sociologie, Ecole normale supérieure de Cachan.
- Boldrin, Michele; Levine, David (2008), *Against Intellectual Monopoly*, New York : Cambridge University Press.
- Bouquillion, Philippe (2008), *Les industries de la culture et de la communication*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Bouquillion, Philippe (2009), « Les industries de la culture face aux industries de la communication : l'actualité des théories des industries culturelles », Actes du 16^e congrès de la Société française des sciences de l'information et de la communication, [en ligne] http://www.sfsic.org/congres_2008/spip.php?article65, page consultée le 12 octobre 2010.
- Boyer, Robert (2004), *Théorie de la régulation. Les fondamentaux*, Paris : La Découverte.
- Boyer, Robert ; Saillard Yves (dir.) (2002), *Théorie de la régulation. Etat des savoirs*, Paris : La Découverte.
- Boyle, James (2008), *The Public Domain. Enclosing the Commons of the Mind*, New Haven: Yale University Press
- Bullich, Vincent (2008), *La régulation de la médiatisation de la musique par le dispositif du copyright. Le cas des Etats-Unis : 1877-2007*, Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université Stendhal-Grenoble 3.
- Bullich, Vincent (2010), « Eléments pour une approche communicationnelle du droit d'auteur », Actes du 17^e Congrès de la société française des sciences de l'information et de la communication, [en ligne] <http://tabarqa.u-bourgogne.fr/outils/OconfS/index.php/SIC/SFSIC17/paper/view/154>, page consulté le 24 juin 2011.
- Bustamante, Enrique (2004), « Cultural Industries in the Digital Age: some provisionnal conclusions » (p. 803-820), *Media, Culture & Society*, vol. 26, n°6.
- Canguilhem, Georges (1995), « Régulation » in *Encyclopædia Universalis* (édition CD-ROM), Paris.
- Coriat, Benjamin (ed.) (2002), *Les droits de propriété intellectuelle : nouveaux domaines, nouveaux enjeux*, n° spécial de la *Revue d'Economie Industrielle*, vol. 99, n°1.
- Département des Etudes, de la Prospective et des Statistiques – Ministère de la culture et de la communication (2007), « Economies des droits d'auteur », *Culture études*, 2007-4 à 2007-8, [en ligne] <http://www.culture.gouv.fr/nav/index-stat.html>, page consultée le 29 juin 2011
- Edelman, Bernard (2001 – 1^{re} édition 1973), *Le droit saisi par la photographie*. Paris : Flammarion.

- Fisher, William (2004), *Promises to keep: Technology, Law and the Future of Entertainment*, Stanford : Stanford University Press
- Galloul, Mahfoud (1997), « Les industries culturelles contre le droit d'auteur » (p. 177-194), *Sciences de la société*, n° 40.
- Garnham, Nicholas (1986), « Contribution to a Political Economy of Mass-Communication » (p. 9-32), in Collins, Richard ; Curran, James ; Garnham, Nicholas ; Scannel, Paddy ; Schlesinger, Philip ; Sparks, Colin (ed.), *Media Culture and Society. A Critical Reader*, Londres : Sage Publications.
- Giddens, Anthony (2005), *La constitution de la société*, Paris : Presses universitaires de France.
- Habermas, Jürgen (2003 - 1^{ère} édition allemande 1962), *L'espace public*, Paris : Payot.
- Hesmondhalgh, David (2002), *The Cultural Industries*, Londres : Sage publications.
- Huet, Armel ; Ion, Jacques ; Lefebvre, Alain ; Miège, Bernard ; Péron, René (1978), *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Huet, Armel ; Ion, Jacques ; Lefebvre, Alain ; Miège, Bernard ; Péron, René (1984), *Capitalisme et industries culturelles. 2e édition*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Lacroix, Jean-Guy (1986), « Pour une théorie des industries culturelles » (p. 5-18), *Cahiers de recherche Sociologique*, vol.4, n° 2.
- Lacroix, Jean-Guy (1991), *La condition d'artiste : une injustice*, Montréal : VLB éditions.
- Lapousterle, Jean (2009), *L'influence des groupes de pression sur l'élaboration des normes. Illustration à partir du droit de la propriété littéraire et artistique*, Paris : Dalloz.
- Landes, William ; Posner, Richard (2003), *The Economic Structure of Intellectual Property Laws*, Cambridge : Belknap Press of Harvard University Press.
- Lange, André (1995), *Les stratégies de la musique*, Liège : Editions Mardaga.
- Lessig, Lawrence (1999), *Code and Other Law of Cyberspace*, New York: Basic Books.
- Lessig, Lawrence (2004), *Free Culture*, New York : Penguin Books.
- Litman, Jessica (2006), *Digital Copyright*, Amherst : Prometheus Books.
- Mattelart, Tristan (dir.) (à paraître en 2011), *Piratages audiovisuels. Les réseaux souterrains de la mondialisation culturelle*. Paris : INA Editions.
- May, Christopher (2010 – 1^{ère} édition 2000), *The Global Political Economy of Intellectual Property Rights. The New Enclosures*, Londres : Routledge.
- Miège, Bernard (1984), « Postface à la 2e édition » (p. 199-214), in Huet, Armel ; Ion, Jacques ; Lefebvre, Alain ; Miège, Bernard ; Péron, René, *Capitalisme et industries culturelles. 2e édition*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Miège, Bernard (1989), *La société conquise par la communication. Tome 1. Logiques sociales*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Miège, Bernard (2000), *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Miège, Bernard (2006), « Les industries culturelles et médiatiques : une approche socio-économique » (p. 163-180), in Olivesi, Stéphane (dir.), *Les sciences de la communication : objets, savoirs et discipline*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Miège, Bernard (2007), *La société conquise par la communication. Tome 3. Les Tic entre innovation technique et ancrage social*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Miège, Bernard ; Pajon, Patrick ; Salaün Jean-Michel (1986), *L'industrialisation de l'audiovisuel : des programmes pour les nouveaux médias*, Paris : Aubier.

- Moeglin, Pierre (2007), « Des modèles socio-économiques en mutation » (p.151-162), in Bouquillion, Philippe ; Combes Yolande (dir.), *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, Paris : L'Harmattan.
- Moeglin, Pierre (2009), « Industries culturelles et médiatiques : propositions pour une approche historiographique », Actes du 16e congrès de la Société française des sciences de l'information et de la communication, [en ligne] http://www.sfsic.org/congres_2008/spip.php?article147, page consultée le 7 octobre 2010.
- Morin, Edgar (1983 – 1re édition 1962), *L'esprit du temps. Tome 1. Névrose*. Paris : Grasset.
- Paris, Thomas (2002), *Le droit d'auteur : l'idéologie et le système*, Paris : Presses universitaires de France.
- Patterson, Lyman Ray (1968), *Copyright in Historical Perspective*, Nashville : Vanderbilt University Press.
- Péron, René (1978), « Le disque » (p. 87-108), in Huet, Armel ; Ion, Jacques ; Lefebvre, Alain ; Miège, Bernard ; Péron, René, *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Peterson, Richard (dir.) (1976), *The Production of Culture*, Beverly Hills : Sage Publications.
- Reynaud, Jean-Daniel (2004), *Les règles du jeu. L'action collective et la régulation sociale*, Paris : Armand Colin.
- Sell, Susan (2003), *Private Power, Public Law. The Globalization of Intellectual Property Rights*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Tremblay, Gaëtan (1997), « La théorie des industries culturelles face au progrès de la numérisation et de la convergence » (p. 11-24), *Sciences de la société*, n° 40.
- Vaidhyathan, Siva (2001), *Copyrights and Copywrongs: The Rise of Intellectual Property and How It Threatens Creativity*, New York : New York University Press.
- Vandiedonck, David (2007), « L'industrie de la musique recomposée » (p. 91-99), in Bouquillion, Philippe ; Combes Yolande (dir.), *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, Paris : L'Harmattan.
- Vivant, Michel ; Bruguière, Jean Michel (2009), *Droit d'auteur*, Paris : Dalloz Références.

Le rapport McBride, conférence du consensus avant l'heure ?

L'expérimentation refoulée d'une médiation politique originale, porteuse d'un espace public sociétal et des valeurs fondatrices de l'Unesco

Article inédit. Mis en ligne le 03 novembre 2011.

Bertrand Cabedoche

Bertrand Cabedoche est Professeur de Sciences de l'Information et de la Communication et responsable de la chaire Unesco en communication internationale de l'Université Stendhal-Grenoble³. Ses conclusions de recherche au moment le plus intense de la réflexion sur le Nouvel Ordre Mondial de l'Information et de la Communication en 1976 avaient d'abord été reprises par Hervé Bourges, futur directeur du PIDC à l'Unesco, avant d'être citées dans le rapport McBride en 1980.

Plan

Une fenêtre temporairement entrouverte
Des lectures du *Nomic* divergentes sur la mise en œuvre
La disqualification politique du *Nomic*
La mise sous séquestre institutionnel
Conclusion
Références bibliographiques

Résumé

L'histoire de l'Unesco établira probablement un avant et un après 1984-1985, dates du départ des États-Unis et de la Grande-Bretagne de l'agence spécialisée des Nations-Unies. L'événement a rapidement été qualifié d'acte de décès du *Nouvel Ordre Mondial de l'Information et de la Communication*, voire du rapport McBride qui lui était associé. Trente ans après, ledit rapport semble avoir été effacé des mémoires institutionnelles de l'Unesco, comme atteint d'un *syndrome de Werner*. Pour autant, l'esprit qui l'animait participe pleinement de la philosophie constitutive de l'agence spécialisée des Nations-Unies. Plus qu'un *Nomic*, aujourd'hui encombrant, ambigu, dogmatique et finalement, disqualifié pour sa convocation à géométrie variable selon les intérêts des acteurs, le rapport McBride mérite attention *a contrario* : pour les questions qu'il soulevait dont certaines restent d'actualité ; pour la perception contradictoire des enjeux qu'il offrait. Il participait d'une "conférence de consensus" avant l'heure et témoignait de l'audace d'une institution au sein de laquelle, alors, le débat public à l'échelle mondiale, avait trouvé asile. Momentanément ?

Abstract

Was the McBride report a consensus conference before the time? The repressed experimentation of an original political mediation leading to a societal public sphere and constituting the core values of Unesco ?

The history of Unesco, will likely establish a break between a before-1984 and a after-1984-1985, when the United States and the United Kingdom left the specialized Agency. The event has been quickly described as a death certificate of the *New World Information and Communication Order*, even the one of McBride report which is still associated to. Thirty years after, this report seems to have been erased from the institutional memories of UNESCO, as suffering a *Werner syndrome*. However, its spirit participates fully of its

constitutive philosophy. More than a *NWiCO*, which appears today cumbersome, ambiguous, dogmatic and ultimately disqualified for its calls to a geometry as variable as possible, depending on the interests of actors, the McBride report still deserves attention, quite the contrary: for the questions it raised, some of which remain actual; for the contradictory perceptions of the issues it offered. It was part of an early "*consensus conference*" and mainly, it reflected the audacity of an institution within a world dimension public debate had found asylum, then. Temporarily?

Resumen

¿El informe McBride, una conferencia de consenso antes de tiempo? Una experimentación reprimada de una mediación política original, significativa de un espacio público societal, y de los valores fundamentales de la Unesco

La historia de la UNESCO, probablemente se establecerá un descanso entre antes y después de 1984-1985, cuando los Estados Unidos y la Gran Bretaña abandonó la agencia especializada de las Naciones Unidas. El evento se describe rápidamente como el certificado de muerte del *Nuevo Orden Mundial de Información y Comunicación*, como del informe McBride que se asocia. Treinta años después, este informe parece haber sido borrado de la memoria institucional de la Unesco, como si hubiera sufrido el *síndrome de Werner*. Sin embargo, el espíritu que le anima participó plenamente de su filosofía constitutiva. Más que un Nuevo Orden Mundial de Información y Comunicación, que hoy aparece engorroso, ambiguo, dogmático y en última instancia, descalificado por su llamado con una geometría completamente dependiente de los intereses de los actores, el informe McBride todavía merece atención, a diferencia de: para los problemas que plantea algunas siguen siendo ferozmente tópico; para la percepción contradictoria de los temas, que ofreció. Formó parte de una "*conferencia de consenso*" antes de la hora y sobre todo, refleja la audacia de una institución en la que, entonces, el debate público con una dimensión mundial había encontrado asilo. ¿Temporalmente?

ملخص

تقرير لجنة "ماك برايد"، مؤتمر سباق للوفاق ؟

التجربة المكيوتة لوساطة سياسية فريدة حاملة لمجال عمومي اجتماعي وللمبادئ المؤسسة لمنظمة اليونسكو

من المرجح أن يقر تاريخ منظمة اليونسكو بمرحلتين: ما قبل 1984-85 وما بعدها. مرحلتان تمحورت حول مغادرة الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا لهذه الوكالة الأممية المتخصصة في الثقافة والعلوم. الحدث محوري لأنه سرعان ما اعتبر كرسم وفاة لفكرة "النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال" ولتقرير لجنة "ماك برايد" الذي صاحبها. مرت ثلاثون سنة على هذا الحدث ويبدو تقرير "ماك برايد" وكأنه قد سقط من الذاكرات والبرامج النظامية لليونسكو. وكأنه أصيب بمرض الشيخوخة المبكرة المعروف بمتلازمة "فيرنر". مما يجعلنا نتساءل: هل سقط التقرير سهوا أم عمدا ؟ كيفما كان الجواب، تعتبر الأفكار التي قام عليها التقرير، من المرجعيات الفلسفية المؤسسة لمنظمة اليونسكو.

"النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال"، الذي نودي إلى إقراره، شابهته ملاسبات. هندسته الفكرية غير ثابتة واختلفت باختلاف مصالح الأطراف الداعية له. ما فتأ أن أصبح عبئا على طموحات الإصلاح فانهى أمره لأنه كان دوكماتيكيا وغامضا. أما عن تقرير "ماك برايد"، ومن باب الفكر المقارن، فإنه لا زال يستحق الاهتمام. طرح تساؤلات جوهرية لا زال البعض منها واردا لحد الآن. وتقدم بقرارات متقاطعة لمجمل الرهانات في مجال الإعلام والاتصال. كان سباقا إلى "العمل بالتوافق" في عالم تتجاذبه التناقضات. وهو شاهد على شجاعة اليونسكو الفكرية. فقد كانت ملجأ للنقاش العام العالمي. وجاز الآن أن نتساءل: هل كان ذلك مؤقتا ؟

« imaginons une société de l'information où le citoyen,
le doute et le débat sont au cœur de la communication » (John Saul)

Contrairement à son histoire intellectuelle, l'Unesco semble trente ans après avoir effacé de sa mémoire institutionnelle un rapport McBride mal vieilli, comme victime d'un *syndrome de Werner*. Pourtant, au-delà des polémiques et confusions qui ont fini par disqualifier la référence au *Nouvel Ordre Mondial et l'information et de la Communication* (*Nomic*), l'esprit qui animait le rapport participe pleinement de la philosophie constitutive de l'Agence : le dépassement des tensions entre états membres y avait été anticipé dès l'origine par voie de rédactions collectives, comme avec le projet d'une *Histoire de l'Humanité* hors ethnocentrisme. C'est ainsi pour désamorcer la crise politique de 1976 que tactiquement, Ahmadou Mahtar M'Bow avait commandé ledit rapport. Le contexte, un temps assagi, avait autorisé une lecture avertie sur un mode contradictoire assumé.

UNE FENÊTRE TEMPORAIREMENT ENTROUVERTE

Le premier intérêt du rapport vient de ce qu'il n'émanait pas de représentants des États. La *Commission internationale d'étude des problèmes de la communication* (CIC) dite *Commission McBride* rassemblait des personnalités choisies pour un même intérêt, à défaut d'une même sensibilité, pour la communication internationale (jusque-là, un seul rapporteur suffisait pour éclairer les organisations internationales sur des objets complexes ou litigieux). L'héritage provenait de la *Commission Internationale de Coopération Intellectuelle* qui avait offert son modèle organisationnel et un *éthos* à l'Unesco naissante : celui d'un espace institutionnel accueillant représentants des états mais aussi intellectuels, pour abaisser la température politique des affaires du monde en créant les conditions intellectuelles de la paix dans le monde. Henri Bergson, Gilbert Murray avaient appelé à confronter : « *les différences qui existent d'une nation à l'autre... [elles] aident à enrichir l'héritage total de l'humanité* » (Pemberton, 2007). La même conviction avait présidé la constitution de la Commission McBride, quand la tension était montée chez des états membres radicalement divisés à partir de la référence au *Nomic*. Seize membres, reconnus pour leur compétence - journalistes, prix Nobel, universitaires, anciens ministres, responsable d'institut... - avaient constitué un panel significatif d'expériences variées et autorisées dans le champ, supposé aussi refléter la diversité des positionnements liés aux enjeux de l'époque.

L'Unesco marchait sur des œufs : en 1976, des membres du bloc de l'Ouest avaient symboliquement quitté la Conférence de Nairobi débattant de la contribution des médias « *au renforcement de la paix et de la compréhension internationale, à la promotion des droits de l'homme et à la lutte contre le racisme, l'apartheid et l'incitation à la guerre* ». La suggestion d'une accréditation pour pratiquer le journalisme à l'étranger avait fait polémique. L'ordre du jour n'avait repris qu'à la garantie que les états resteraient maîtres dans l'élaboration et la mise en œuvre de politiques nationales de communication, qu'il fallait seulement appuyer. Le champ se présentait ouvert cependant : les pays de l'Est avaient signé l'Acte final de la Conférence d'Helsinki en août 1975, ce qui valait engagement à « *respecter et mettre en pratique les droits de l'homme et les libertés fondamentales* » et à « *favoriser et encourager l'exercice des libertés et des droits civils, politiques, économiques, sociaux, culturels et autres* ». La presse occidentale avait salué un « *modest, but achievable compromise* ».

Second intérêt, la Commission McBride s'était réunie alors que se profilaient les enjeux technologiques de la communication internationale : développement satellitaire des télécommunications ; potentialités exponentielles de la numérisation ; exploration de

nouveaux supports de communication... Quatre questions ouvertes avaient été soumises à sa réflexion : *qu'entend-on par circulation libre ou équilibrée de l'information ? Qu'entend-on par Nouvel Ordre Mondial de l'Information et de la Communication et quels liens entre le Nomic et le Nouvel Ordre Économique International ? Comment peut-on assurer l'objectivité et l'indépendance des médias ? Comment le "droit de communiquer", avec toutes ses retombées sur le plan éthique et juridique, peut-il être assuré comme une orientation nouvelle de la pensée et de l'action dans le domaine général de la communication ?* Nourrie de forums, colloques, monographies, études, témoignages, rapports..., émanant d'experts, professionnels, chercheurs, ONG, organisations internationales..., la perception de la Commission s'était aiguisée quant aux enjeux sociaux et politiques de l'information à l'échelle planétaire : besoin accru d'une meilleure circulation, jugée facteur de compréhension entre les peuples et de développement des nations ; nécessité de médiations dont le journalisme semblait l'une des options, en pleine Guerre froide et course aux armements nucléaires... (Osolnik). Aucun tabou ne devait entraver la recherche de consensus, pour prévenir le blocage de l'Unesco auquel semblait conduire la référence au *Nomic* : d'abord politiquement "innocent" - l'expression flottait depuis les années cinquante et avait été officialisée en 1969 par des experts discutant des communications de masse à Montréal - le *Nomic* était devenu brûlant, associé aux revendications des Non-alignés avec la conférence d'Alger en 1973. Le résultat espéré par cette médiation McBride avait été procéduralement préparé : confrontation respectueuse des membres de la Commission, en même temps que contradictoire et parfois orageuse ; rituel de huit réunions à Paris, Stockholm, Dubrovnik, New York et Acapulco ; huit clos ; présence muette de fonctionnaires de l'Unesco et de quelques représentants des états. Un consensus s'était dégagé : la dimension sociale et culturelle de la communication devait être considérée au-delà des seuls enjeux économiques et technologiques. Une exigence éthique revisitait les principes de la liberté de la presse, de la liberté d'expression et du droit à l'information, qui convoquait la *responsabilité sociale* des médias à l'égard des pays dits *en voie de développement*. L'Europe en était avertie par *Vatican II*. Les États-Unis devaient pouvoir l'entendre, nourris des conclusions empirico-fonctionnalistes de Schramm, Peterson et Siebert, inspirateurs du *rapport Hutchins* en 1947. Enfin, la Commission entendait questionner marchandisation et contrôle étatique des médias, dont la traduction révélait deux risques potentiels en termes de pluralisme : la concentration des médias ; les blocages aux frontières de l'accès aux sources pour les journalistes.

La Commission n'avait pu éviter la polémique en pleins travaux : à son insu, un rapport intermédiaire avait circulé, d'une tonalité provocatrice et sans suggestion aucune, rédigé par le secrétariat de l'Unesco. La "fuite" avait déjà conduit certains à associer ce chantier à la *Déclaration sur les médias*, que l'URSS avait tenté de faire adopter lors des Conférences générales de Nairobi en 1976 et de Belgrade en 1978. Des journalistes occidentaux n'attendaient que la diffusion du rapport pour l'assassiner (parfois sans même le lire, Sean McBride lui-même l'avait ensuite constaté). Considérant ce contexte, le rapport final avait reconnu la nature "*idéologique*" de certaines de ses préconisations et choisi de témoigner des divergences de ses membres, frontalement. Ainsi lisait-on Gabriel Garcia Marquez et Juan Somavia (futur directeur général de l'OIT), gênés bien que co-rédacteurs par une tendance du rapport « *à glorifier les solutions technologiques* » et pour autant critiques vis-à-vis à la fois du système international de la communication, mais aussi des notions d'impérialisme culturel, d'authenticité, voire de NOMIC à partir des travaux de l'Institut Latino-Américain d'Études Transnationales (Mattelart, 2010, pp. 161 et 166). Directeur général de l'agence *Tass*, Sergueï Losev avait à la fois regretté un rapport trop discret sur l'*invasion culturelle* et

opposé le principe de souveraineté des états à propos de la *protection* des journalistes. Professeur à Stanford, Élie Abel avait refusé de condamner, par principe, la concentration des médias : « *Exiger en termes généraux qu'une telle influence soit réduite sans s'arrêter à étudier cette influence ou à tenter de la mesurer dans des circonstances spécifiques est signe de préjugé idéologique* ». Sean McBride lui-même avait exprimé son désaccord face aux réserves à l'égard d'un système général de protection des journalistes... Avec sa cohérence et ses oppositions, le rapport McBride pouvait offrir le cadre d'une réflexion commune, sinon convergente – autour de l'idée d'un *Nomic*. Sans doute, des questions sensibles avaient vu leur traitement repoussé (le recours au droit international au fur et à mesure des problèmes liés au développement de la communication ; l'articulation entre *infotainment* et morale...). Mais ceci ne devait pas signifier abandon, la formulation du rapport offrait l'astuce de renvoyer la référence au *Nomic* à l'expression d'une dynamique interne et internationale, plutôt qu'à un ordre normatif. La prise en compte des différences entre systèmes politiques, économiques et culturels nationaux ; la reconnaissance de l'autonomie et du pluralisme des acteurs ; la réaffirmation du principe de non-ingérence... présentaient suffisamment de gages pour que la Conférence générale de l'Unesco, réunie à Belgrade peu après la publication du rapport McBride, adoptât la référence. Pour autant, les travaux publiés peu avant - que la Commission connaissait parfaitement - laissaient prévoir les difficultés.

DES LECTURES DU *NOMIC* DIVERGENTES SUR LA MISE EN ŒUVRE

La référence paraissait s'imposer d'un *Nomic*, tant qu'il s'agissait du constat des déséquilibres mondiaux de l'information médiatique en termes de couverture et d'accès. Mais l'analyse des causes séparait les promoteurs : “*a capricious gallery of forces*” (Nordenstreng, 2011). Nos travaux le révélaient alors, rassemblés pour Hervé Bourges, futur Directeur du *Programme International de Développement de la Communication* (PIDC) à l'Unesco (Bourges, 1978, pp. 137-150) et rappelés dans le rapport McBride (*Voix multiples...*, 1980, note 9, p. 226).

En convoquant le *Nomic*, Laurent Dona-Fologo, ministre de l'information de Côte d'Ivoire, pariait sur le transfert de technologies de l'information, témoignant de ce déterminisme technologique qu'afficheront ensuite les consultants de la “*société de l'information*” (pour illustration, Ngouem, 2007). De Tunisie, Mustapha Masmoudi se défendait de réclamer autre chose que le “*free flow of information*” avec le *Nomic*. Dirigeant d'une AFP sous le feu de la critique, Claude Roussel acceptait celui-ci s'il ouvrait la complémentarité aux agences de presse mondiales, sans mise en cause de celles-ci. Chez d'autres, journalistes occidentaux ouverts au relativisme, promouvoir un *Nomic* signifiait échange d'expériences entre journalistes du Nord et du Sud contre l'ethnocentrisme médiatique. Pour cette diversité, Jean Daniel doutait déjà de pools d'information appelés par des états promoteurs du *Nomic* et monopartistes. Directeur du *Soleil* de Dakar, Bara Diouf avait défendu l'école de la *modernisation*, pour une mise en œuvre à géométrie variable du *Nomic* selon la “*maturité pour la démocratie*” des pays concernés. Une réflexion sur l'éthique de l'information avait paru nécessaire pour réduire l'écart, Jean Daniel convoquant une conscience collective ; Ibrahim Signaté de *L'Ouest africain* appelant au Nord comme au Sud à renforcer le professionnalisme des journalistes : “*La compétitivité ne se décrète pas. Elle se mérite*”.

La rupture était latente entre ces approches à dominante diffusionniste et des lectures nourries à l'école de la *dépendance*, lesquelles liaient alors, dans leur critique radicale des théoriciens de la modernisation, dépendance culturelle, dépendance politique et

dépendance économique (Paldàn et Salinas, 1979). Ainsi, pour le Congolais Sylvain Bemba, le *Nomic* était lié à l'instauration préalable d'un *Nouvel Ordre économique*, faute duquel le premier n'était qu'illusion. La terminologie désignait la dimension structurelle des enjeux, avec une résonance diffuse à la théorie de l'impérialisme de Lénine (Char, 1999, p. 8 ; Mattelart, 2010, p. 157 ; Nordenstreng, 2011), enrichie d'une dimension culturelle chez Boyd-Barrett, Wells, Beltrán ou Schiller, pour désigner « *la somme des processus par lesquels une société est intégrée dans le système moderne mondial et la manière dont sa strate dominante est attirée, poussée, forcée et parfois corrompue pour modeler les institutions sociales, pour qu'elles adoptent, ou même promeuvent les valeurs et les structures du centre dominant du système* ». Ce *Nomic* néo-marxiste pouvait ainsi lier sa mise en œuvre au respect préalable de la souveraineté des états, surtout si l'historique renvoyait au joug colonial pour « *décoloniser l'information* ». Roland Leroy de *L'Humanité* avait ainsi privilégié les cultures nationales contre « *l'envahissement scandaleux des programmes de radio et de télévision de maints pays en voie de développement par les pires navets, mille fois amortis financièrement, des grands producteurs capitalistes, nord-américains en particulier* ». Ce flou constitutif du *Nomic* explique la signature unanime, finalement, de la Conférence de Belgrade en 1980 qui accueillait la référence. Mais déjà, sa mise en œuvre se révélait impossible (Hamelink, 1981).

Produisant un texte final éloigné du document intermédiaire dérobé qui avait déjà circulé, le rapport McBride aurait pu profiter d'une même ambivalence des lectures. Les précautions discursives, les notes et annexes contradictoires devaient l'épargner de la confusion liée aux convocations instrumentalisées et polysémiques du *Nomic*. La référence en avait été atténuée, introduite par un article (« *un* *Nomic* »), aussi indéfini que son contenu. Le terme *mondial* subsumait *international*, qui pouvait supposer une critique des nations (Osolnik). La réflexion sur la sécurité des journalistes devait être confiée à la profession, sans intervention aucune des états, le terme *protection* paraissant déjà trop corrélé au contrôle social, selon le bloc de l'Ouest. Le projet de « *charte universelle des droits et devoirs du journalisme* » avait été reporté. En dépit de maladroites, imprécisions, scories d'une écriture à seize en un temps record, le rapport McBride pouvait espérer l'accueil du *Nomic* à la Conférence de Belgrade : « *chacun peut [y] trouver son compte, ou faire semblant* » (Pigeat, 1987, p. 219). Mais l'ironie perçait, qui conduira à dénoncer le « *nouveau désordre mondial de l'information* » auquel auraient immanquablement conduit les préconisations du rapport. La diffusion sauvage du rapport intermédiaire avait installé un *a priori* défavorable. Et il était diplomatiquement plus aisé de rejeter un texte émanant de la « société civile » plutôt que de délégations d'états dont on savait jauger le rapport de force. M'Bow avait décidé de ne pas demander à la Conférence générale d'approuver formellement le rapport McBride, mais seulement d'en prendre acte.

La précaution était de mise. Le rapport McBride avait déçu les états du Sud faute de mesures concrètes, jusqu'à susciter les regrets d'un des rédacteurs : « *Il y a dix ans, je n'aurais pas dit (comme aujourd'hui) que notre rapport était inutile. [...] nous avons loupé le bateau* », avait avoué Betty Zimmerman (Char, 1999, p. 76). Les pays socialistes avaient dénoncé un rapport pro-occidental. La Grande-Bretagne avait pointé « *la part belle accordée aux états* » contre la liberté de l'information, *The Economist* du 1er novembre 1980 s'indignant : « *How an Irishman encouraged Unesco to produce a monster !* ». Le Canada avait disqualifié Amadou Mahtar M'Bow, « *mégalomane aimant l'intrigue et la flatterie* ». Seule recommandation fréquentable du rapport : l'idée d'un *Centre International pour l'étude et la planification de l'information*, œuvrant à promouvoir les systèmes nationaux de communication, l'équilibre et la réciprocité de l'information internationale (*Voix multiples...*, p. 121) avait abouti au PIDC, accepté par les Etats-Unis pour « *dépolitiser* » le débat sur le *Nomic* par la coopération

technique. Coordonné par 35 états membres, le PIDC semblait pouvoir se préserver des tensions et gérer des programmes concrets, comme créer des agences de presse au Sud et en former le personnel. Mais l'étape à venir avait ranimé les crispations, jusqu'à disqualification politique du *Nomic* et abandon du rapport McBride aux exégèses universitaires.

LA DISQUALIFICATION POLITIQUE DU *NOMIC*

Cette période tragique de l'histoire de l'Unesco a été très commentée. L'arrivée de Ronald Reagan aux États-Unis et de Margaret Thatcher en Grande-Bretagne avait consacré un vaste mouvement de dérégulation mondiale des télécommunications et un regain de tension entre les blocs, alimenté par la crispation soviétique contre le “cheval de Troie” désignant les médias transnationaux de l'Ouest (T. Mattelart, 1995). *CNN International* était devenu le symbole à combattre, partagé par “alliance objective” entre l'URSS et les Non-alignés. La « troisième voie » que désignait aussi le *Nomic* se lisait de plus en plus fuite en avant, masquant derrière la critique de l'information transnationale l'absence de politique nationale d'information, voire le contrôle social pour prévenir tout changement interne (Mattelart, Mattelart & Delcourt, 1983, p. 22). Enfin, l'Unesco avait dû considérer de nouveaux acteurs : organisée par le *World Press Freedom Committee* né en 1976, la rencontre de Talloires sur le rééquilibrage de l'information médiatique avait rassemblé vingt et une délégations en 1981, composées de représentants des médias dont une majorité occidentaux et patrons d'agences mondiales. Le *Nomic* y avait été réduit à un plan Marshall, aussitôt applaudi par le *New York Times* et dénoncé par l'agence *Tass*. L'Unesco allait désormais veiller à ce que, dans ses échanges avec les professionnels de l'information, fussent respectivement invitées la *Fédération Internationale des Journalistes* et le *World Press Freedom Committee*, promoteurs de la doctrine Talloires d'une part, l'*Organisation internationale des Journalistes* siégeant à Prague d'autre part, ouverte à une lecture critique en faveur d'un *Nomic* désormais (dis)qualifiée de « marxiste » dans les nomenclatures de l'UNESCO (Mattelart, 2010, p. 158).

Sans remonter aux tensions entre l'Unesco et une Maison Blanche maccarthiste (Maurel, 2007, p. 299), les départs des États-Unis et de la Grande-Bretagne étaient programmés. Dès 1982, le candidat Reagan avait rappelé le départ du pays de l'OIP de 1965 à 1980 et prescrit un “closer look” sur l'Unesco (Dethoor, 2010, p. 143). Le PIDC n'avait ensuite reçu qu'une contribution réduite (100 000 \$ US contre le triple pour l'URSS en 1982). L'Unesco avait donné de nouveaux gages lors de la Conférence générale de Paris en 1983, accueillant le délégué républicain Edmund P. Hennelly, membre de l'*Heritage Foundation* orchestrant le front anti-*Nomic*, que la *Fédération Internationale des éditeurs de journaux* réunie à Madrid avait rejoint. Pour dissuader le retrait états-unien, l'Unesco avait puisé dans le répertoire McBride la référence à “un” *Nomic* caractérisant “un processus évolutif et continu”, comme en 1985 lors de la Conférence générale de Sofia, menacée cette fois par le retrait britannique. En vain ! Pour Reagan, le *Nomic* équivalait à une nationalisation des médias au moment où s'engageait la dérégulation de la télécommunication, au profit des opérateurs états-uniens. Pour convaincre leur opinion qui renâclait contre le retrait de l'Unesco (Flory, 1985, p. 654), les États-Unis avaient accumulé les procès : mauvaise gestion, “à l'africaine” (plus de 300 % de hausse avec M'Bow selon Gregory Newell, sous-secrétaire d'état pour les organisations internationales) ; “examen superficiel [...] servant les visées politiques d'États membres plutôt que la vocation internationale de l'Unesco” ; dérive du PIDC vers la mise en cause de la libre circulation de l'information sous la pression de l'URSS ; modalités de vote (un

état, une voix) bloquant l'adoption à l'Unesco de la doctrine Talloires. La Grande-Bretagne avait suivi. Le Canada avait pensé partir (le retrait de Singapour de 1985 à 2007 étant moins signifiant des enjeux). L'Unesco avait déjà connu pareille vicissitude : retraits de la Pologne, de la Hongrie et de la Tchécoslovaquie en 1952 contre l'admission de la RFA ; chasse maccarthiste en 1954 ; départs de l'Afrique du Sud en 1955 et du Portugal, accusé de colonialisme en 1974 ; résonance des conflits israélo-arabes après 1973. Mais là, la menace pesait sur l'institution, ses manifestations et ses étendards (les États-Unis contribuaient pour 25 % du budget et la Grande-Bretagne pour environ 5 %, contre 12 % pour l'URSS, 10 % pour le Japon, 5 % pour la France et l'Allemagne). La crise menaçait tout le système des Nations-Unies : *“le retrait de l'Unesco n'était que le premier pas vers le retrait de l'ONU et la neutralisation d'un système qui limitait [les] possibilités [des États-Unis] d'agir unilatéralement dans le monde”*, avait plus tard avoué Ray Warner, délégué des États-Unis à l'Unesco. Les analystes avaient été sévères contre un *Nomic* qui, avec ces départs, *“n'avait [plus] aucune chance d'obtenir un accord conjoint...”*, et dont certains avaient déploré que l'Unesco s'y fût aventurée, *“plutôt que de se limiter à des domaines aussi incontestables que la lutte contre l'analphabétisme, ou la protection du patrimoine culturel de l'humanité”* (Flory, 1985, p. 666). Le *Nomic* avait été dit mort. (Char, 1999, p. 121). Mais sa référence, sinon celle du rapport McBride, avait encore flotté quelque temps sur l'Unesco. La mise sous séquestre institutionnel y avait été plus lente.

LA MISE SOUS SEQUESTRE INSTITUTIONNEL

Le sursis n'était pas dû au seul fait que certains convoquaient encore le *Nomic* : Non-alignés, délégations de l'Est, représentants de journalistes dans l'esprit des rencontres de l'OID à Bagdad en 1982 et à New Delhi en 1983. Le programme et le budget 1988-1989 (C-5), qui renvoyaient au *Nomic*, avaient été votés par la même Conférence générale de l'Unesco qui avait porté Federico Mayor Zaragoza à la Direction générale en novembre 1987, tandis que le programme à moyen terme 1984-1989 (C-4) courait encore, mentionnant également le *Nomic*. Mais le référentiel était discuté eu égard à sa particulière viscosité, sans que cette distanciation ne profitât aux critiques du *Nomic* : *« Hypocrisie de nombreux États non-alignés pour lesquels le déséquilibre des flux Nord-Sud d'information sert d'alibi car la liberté de la presse et la liberté d'expression sont le plus souvent bafouées sur leur propre territoire ; intransigence des États-Unis opposés à toute régulation des flux d'information et de communication au nom de leur doctrine du « free flow of information » calquée sur celle de la liberté de commerce ; duplicité enfin de l'Union Soviétique, utilisant les revendications d'émancipation des pays du Tiers Monde pour mieux verrouiller son propre système de communication »* (Armand Mattelart, 1998, p. 84).

Conceptuellement disqualifiée, politiquement stigmatisée, abandonnée ou désespérément revendiquée, la référence au *Nomic* avait été discrètement évacuée de l'Unesco dans les années 90. La période est peu éclairée, signe de cette exécution *en catimini*. Une fois évalués les risques pour l'Unesco du départ des États-Unis et de la Grande-Bretagne, les auteurs s'étaient concentrés sur la dérégulation des marchés de télécommunication et les promesses techno-déterminées d'Internet. Se recentrant sur l'Unesco, les commentateurs retenaient les signes de *“sympathie active”* (Dethoor, 2010, p. 145) manifestés vers les États-Unis, par Federico Mayor d'abord, par Koïchiro Matsuura à partir de 2001 : suppression des programmes contestés ; accès au Conseil exécutif aux dépens de la Grèce et du Portugal ; poste réservé à la sous-direction générale pour l'éducation ; réduction drastique des dépenses et des recrutements et transparence des comptes ; ré-engagement en faveur de la liberté de la presse et de l'éducation pour tous.... Les obstacles au retour avaient disparu :

un bloc de l'Est pulvérisé, un conseil de sécurité des Nations-Unies normalisé, une gestion financière assainie d'une Unesco recentrée sur les droits de l'homme et marginalisée sur le terrain des enjeux économiques de la communication internationale... Seule, la référence au *Nomic* dans l'enceinte aurait pu réveiller les susceptibilités. L'effacement avait été organisé en deux temps (Modoux, 2010). L'inflexion s'était d'abord présentée à l'initiative du Conseil exécutif de l'Unesco où le *Nomic* restait cité comme "*processus évolutif et continu*", dans une traduction imprégnée de Talloires : développer la formation des professionnels de la communication dans les États le souhaitant et l'éducation aux médias par « *le développement de l'esprit critique chez les utilisateurs et la capacité de réactions des individus et des peuples face à toute forme de manipulation...* ». Mayor avait parallèlement soumis son propre texte pour « *plus grande cohérence et clarté* ». Face à cette situation inédite, la Conférence générale avait confié la rédaction d'une synthèse, vite adoptée, à un groupe restreint présidé par la Suisse. Désormais, on n'y parlerait plus *Nomic*, mais "*nouvelles stratégies de la communication*". Si le terme restait convoqué ensuite, ce n'était plus que dans les discours d'ONG, à Harare en 1989 lors de la "table ronde McBride", ou conditionné à la sortie de crise de l'Unesco pour la relance du débat (Char, 1999, p. 129). L'Unesco avait d'ailleurs clarifié ses objectifs sans ambiguïté : encourager la libre circulation de l'information aux plans international comme national ; renforcer les capacités de communication dans les pays en voie de développement pour accroître leur participation au processus de la communication ; promouvoir une diffusion plus large et mieux équilibrée *sans entrave à la liberté d'expression*, cette dernière proposition ayant été habilement suggérée par le délégué du Japon, pour vaincre les susceptibilités que la rhétorique du début de phrase, typiquement *Nomic*, aurait pu froisser (Modoux, 2010).

Ainsi le *Nomic* avait-il été plongé dans le coma, la chute du mur de Berlin n'avait fait ensuite que renforcer l'engourdissement, la passivité de l'URSS et du bloc de l'Est ouvrant la recherche du nouveau consensus. Du rapport McBride, restait essentiellement la référence au *free flow of communication* que l'Unesco allait étendre à la réflexion sur la sécurité des journalistes à l'étranger. Son secrétariat avait initié une table ronde Est/Ouest des médias indépendants en février 1990, avant le séminaire de Windhoeck en 1991 dont les recommandations avaient poussé le PIDC à modifier son propre fonctionnement : désormais, les projets soumis par le secteur privé pouvaient bénéficier du même soutien financier que les autres. D'autres séminaires régionaux avaient suivi : Alma Ata en octobre 1992, Santiago de Chile en mai 1994, Sana'a en janvier 1996, puis Sofia en novembre 1997. Rédigés par des journalistes, les textes avaient été validés par les États. Alain Modoux avait apprécié : "*le Nomic n'a pas disparu de l'agenda de l'Unesco suite à une machination anglo-saxonne, mais par la volonté unanime des États membres*". Nul besoin de modifier la résolution concernant *L'information au service de l'humanité* : un *copié-collé* en consigne le renouvellement depuis, sans modification d'une année sur l'autre : "*Ce rituel donne bonne conscience aux États qui, depuis 20 ans, se sont toujours refusés à mettre un terme au coma dépassé du Nomic*"! (Modoux, 2010). Et pour que l'héritage fût définitivement contrarié, Federico Mayor répondait, à qui l'interrogeait sur le *Nomic* : "*Pourquoi chercher de nouvelles formules? Nous les avons. Appliquons-les bien. C'est ça le nouvel ordre que je veux*" (Char, 1999, p. 88).

À ce moment où le *Nomic* paraissait ne plus être conjugué qu'au passé, sa convocation avait resurgi, inattendue : cette fois, le promoteur en était... Georges Bush soi-même, pour justifier l'évolution de la stratégie états-unienne en Irak et le contrôle des journalistes *embedded*. Ce muselage, usuel par temps de conflit, n'avait provoqué aucune correction de vocabulaire chez les partisans du précédent *Nomic*, preuve de l'état totalement délabré de la terminologie et de son contenu. Certains avaient encore pu craindre – ou espérer – que le

Nomic ne ressuscitât lors du *Sommet Mondial de la Société de l'Information* (SMSI), organisé par l'Union Internationale des Télécommunications à Genève en 2003 et Tunis en 2005. La tonalité avait été rectifiée dès les débats préparatoires : les représentants des États s'y étaient installés en position de force, yeux rivés sur la "*société de l'information*" dont il fallait surtout être désormais, à l'Ouest, à l'Est, au Nord et au Sud. Le débat se serait même enlisé dans les "*tuyaux*", si les efforts des ONG, chercheurs et représentants de l'Unesco n'avaient conduit à quelque peu questionner les contenus. Le consensus consacré par la résolution finale s'était établi autour de grands principes visant à réduire la "*fracture numérique*" : accès universel aux technologies de l'information et de la communication (Tic) ; « *diversité culturelle* », dont la référence a priori fédérative, permettait de balayer celle de l'*exception culturelle*, plus agressive (Mattelart, 2000 : 36) ; multilinguisme ; usage des Tic pour le développement économique, social et culturel... La pression pour sortir le débat des eaux troubles du déterminisme technologique n'avait pu réellement aboutir. Des questions sensibles, dont, pour certaines, le rapport McBride avait fourni l'ébauche, n'avaient pas été abordées : l'équilibre entre intérêt public et intérêts commerciaux, entre industries du contenu et industries de la communication. Le traitement d'autres avait été reporté : droits d'auteurs et copyright, gouvernance d'internet (l'Unesco y réfléchit dans le cadre de l'*Internet governance forum*)... Chez les Non-alignés, le déroulement du SMSI avait été accueilli favorablement, lors des sommets de Cuba en 2006 et Cham-El-Sheikh en 2009. La caution y avait été justifiée par la reconnaissance d'un SMSI "*constitutif d'un Nouvel Ordre Mondial de l'Information et de la Communication*" (sic), dont la discrétion référentielle était révélatrice, enfouie au fond d'un obscur paragraphe sous le titre *Technologies de l'Information et de la Communication*¹. Parlait-on encore de la même chose? Contrairement à ceux qui en prédisaient le retour avec autant de certitude que d'idéalisme (Char, 1999, p. 131), le *Nomic* des années soixante-dix était bien mort cette fois, moins du fait de l'évolution des Tic "*qui l'ont rendu obsolète*" (Modoux), que des jeux des acteurs dominants des industries culturelles et des états mobilisant ces Tic à leur profit.

CONCLUSION

Sans doute, la référence au *Nomic* n'avait pu prévenir l'Unesco de constituer ce champ clos des affrontements entre blocs pendant la Guerre froide. Sans doute, la chute de l'Empire soviétique deux ans après celle du mur de Berlin a rendu anachronique la division tripartite du monde, qui surplombait le rapport McBride : « *Le monde est devenu hybride* », dit l'Unesco. Et sans doute, la cartographie a mal vieilli d'une circulation à sens unique de l'information, adoptée dans les années soixante-dix. L'ordre mondial dont se nourrissait l'*American dream of living* laisse place à un système international décomposé, instable, sans qu'une structure claire n'émerge, même si, malgré les appels à la *glocalisation*, la montée de la globalisation fait encore craindre une évolution vers « *des mondes multiples, une seule voix* » (Ayish, 2005). Enfin, les évolutions technologiques ont très vite défraîchi certaines analyses et préconisations du rapport McBride : à peine achevé, celui-ci avait déjà inclus la réserve de Mustapha Masmoudi, liée au décalage entre l'exigence d'un droit international de

.....

¹ L'expression *Nomic* y est consignée sous le titre *Technologie de l'information et de la communication*, "*to promote a New World Information and Communication Order, based on universal, inclusive and non-discriminatory access to information and knowledge relating to ICT, as an essential requirement to reduce the growing digital divide between developed and developing countries*". Cf. Mouvement des Non-Alignés (2009) *Final Document. Sharm el Sheikh: XV Summit of Heads of State or Government of the Non-Aligned Movement*. § 459.2, p. 102.

rectification et le développement de la télévision satellitaire. Questionner la relation du médiatique au politique et à l'économique comme les pratiques décline les conclusions du rapport McBride, eu égard aux effets croisés des mutations contemporaines : ancrage social des Tic ; mondialisation des échanges et de la demande sociale ; irruption d'acteurs privés concurrençant l'extranéité d'un audiovisuel aux ordres (Madani, 1996, pp. 315-330) et participant de la généralisation des *relations publiques* ; financiarisation des industries culturelles dont il faut distinguer les filières dans un marché hyperconcurrentiel...

Pourtant, malgré des progrès – que l'Unesco a stimulés en termes de diversité des expressions, de sécurité des journalistes, d'émergence d'espaces publics sociétaux – certains accents du rapport McBride retrouvent actualité, eu égard à la « *murdochisation* » croissante des médias à l'échelle planétaire sur le plan des systèmes d'information comme des contenus (Thussu, 2005, p. 57). *“Dans le contexte actuel, le développement inégal des industries culturelles et leur forte concentration dans quelques mains se reflète fortement dans les flux commerciaux internationaux, particulièrement inégaux. Rien n'a guère changé dans la structure de base de la communication internationale au cours des 25 dernières années, et c'est précisément en quoi réside l'actualité du Rapport McBride.”*² (Sanchez Ruiz, 2005, pp. 97-110). Enfin, au-delà de ses contenus, la décantation du rapport McBride dévoile une expérimentation originale de débat contradictoire, l'esprit d'une *conférence du consensus* au sens danois du terme, avant l'heure. L'élan de créativité et d'idéalisme qu'il traduisait participe de cet humanisme fondateur de l'Unesco : l'alinéa 1 de son acte constitutif consacre l'espoir kantien en un monde où la négociation remplacerait les armes, traduit par une volonté politique à toujours mobiliser davantage les ressources de l'éducation, de la science et de la communication. L'appel est déjà lancé pour cultiver cet héritage du rapport McBride, dont les racines germent dans le terreau de la Raison publique “aristocratique” prônée par Guizot, Littré, Stuart Mill pour dépasser les abaissements conflictuels liés au suffrage universel, ou par Saint-Simon pour apporter une moralité dont les sociétés ne sauraient se passer longtemps (Miège, 2010, pp. 27-31) : « *Pour [...] aborder les défis contemporains avec une imagination renouvelée, [l'Unesco] aurait besoin de grands esprits et de grandes voix pour clamer les grandes préoccupations de l'humanité, [...] mobiliser les personnes, galvaniser les États et [...] semer avec toujours plus de vigueur un peu de sagesse dans le monde* » (Dethoor, 2010, p. 146). Sauf à consacrer la *realpolitik* internationale qui, à l'époque des envolées lyriques – vite contrées – de Julien Huxley, son premier Directeur général, aurait réduit l'Agence à n'être qu'une structure de gestion, sans âme, bureaucratique, vidée de ses intellectuels et de ses humanistes. Sauf encore à céder à la pression des États-Unis comme lorsqu'à la conférence de Montevideo en 1954, il avait été décidé que le Conseil exécutif ne serait plus composé que de représentants des États, à l'exclusion des personnalités indépendantes de la culture. Sauf enfin à considérer avec l'URSS à la création de l'Unesco ou la Yougoslavie dès la 1^{re} Conférence générale que la paix et les guerres ne naissent pas dans l'esprit des hommes, conformément au matérialisme historique. Chef de la délégation française, Jacques Maritain avait répondu dès la Conférence générale suivante en 1947 : « *Précisément parce que l'Unesco est une finalité pratique, l'accord des esprits peut s'y faire spontanément, non pas sur une commune pensée spéculative, mais sur une commune pensée pratique, non pas sur une même conception du monde, de l'homme et de la connaissance, mais sur l'affirmation d'un même ensemble de convictions dirigeant l'action. Cela est peu, sans doute [...]. C'est assez cependant pour entreprendre*

.....

² Notre traduction.

une grande œuvre ». C'est cet agir communicationnel que le rapport McBride traduisait, stoppé net par des platoniciens au pouvoir pressés de le confondre avec l'agir téléologique, dramaturgique et régulé par des normes du *Nomic*, puis de le diluer dans le procès amnésique de la globalisation. La référence à cette médiation politique originale mérite aujourd'hui relecture, significative d'un « *espace public sociétal* » distinct de l'espace public politique (Miège, 2010), qui depuis tout un tissu associatif et intellectuel, investit la mondialisation avec une perspective historique (Mattelart, 2010, pp. 160-161 et 198) et une volonté de réintroduire la matérialité de la dimension informationnelle et communicationnelle autour d'une référence à la *diversité culturelle*. La précaution est d'autant plus de mise que la convocation se présente aujourd'hui fréquente et en même temps trop peu interrogée chez les acteurs (Mattelart, 2005) alors qu'une pensée critique s'en distancie radicalement (Žižek, 2004) tandis que l'Unesco s'en fait désormais le champion (UNESCO, 2000).

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Ayish, Muhammad (2005). « From "Many voices, one world" to "Many worlds, one voice". Reflections on international communication realities in the age of globalisation », *The Public. "The McBride report – 25 years later"*, XII (3), pp. 13-30.
- Bourges, Hervé (1978), *Décoloniser l'information*, Paris : Cana ("Des idées. Des hommes").
- Char, Antoine (1999), *La guerre mondiale de l'information*, Québec : PUQ.
- Dethoor, Jean-Marc (2010), « Les États-Unis et l'UNESCO. Je t'aime moi non plus », *Géostratégiques*, (29), pp. 139-146.
- Flory, Maurice (1985), « La crise de l'UNESCO », *Annuaire français de droit international* (XXXI), 31, pp. 653-670
- Hamelink, Cees (ed) (1981), *Communication in the Eighties: A Reader on the McBride Report*, Rome : IDOC International.
- Madani, Lotfi (1996), « Les télévisions étrangères par satellite en Algérie : formation des audiences et des usages », *Tiers-Monde*, (XXXVII), 146, pp. 315-330.
- McBride, (1980). *Voix multiples, Un seul monde (Communication et société aujourd'hui et demain)*. Paris : Documentation française, Nouvelles Editions Africaines/ UNESCO.
- Mattelart, Armand ; Delcourt, Xavier ; Mattelart, Michèle (1983). *La culture contre la démocratie*, Paris : La découverte, ("Cahiers Libres", n° 381).
- Mattelart, Armand (1998), « La nouvelle idéologie globalitaire », in Serges Cordellier (dir.), *La mondialisation au-delà des mythes*, Paris : La Découverte-Syros ("Les dossiers de l'état du monde").
- Mattelart, Armand (2000), « L'âge de l'information : genèse d'une application mal contrôlée », *Réseaux : Communication, technologie, société. Questionner la société de l'information*, (coordination: Bernard Miège), vol. 18, n° 101, Paris : Hermès Science Publications.
- Mattelart, Armand (2005), *Diversité culturelle et mondialisation*, Paris : La Découverte (Coll. "Repères") et « Des biens et des services porteurs d'identité, de valeurs et de sens. Bataille à l'UNESCO sur la diversité culturelle » ["Cultural diversity belongs to us all Communication breeds Democracy"], *Le Monde Diplomatique*, octobre.
- Mattelart, Armand (2010), *Pour un regard-monde. Entretiens avec Michel Sénécal*, Paris : La Découverte.
- Mattelart, Tristan (dir.) (1995). *Le cheval de Troie audiovisuel. Le rideau de fer à l'épreuve des radios et télévisions transfrontières*. Grenoble : PUG.
- Maurel, Chloé (2007), « L'UNESCO face aux enjeux de politique internationale (1965-1974) », pp. 295-308, *Actes du colloque international de Paris, "60 ans d'histoire de l'UNESCO"*, 16-18 novembre 2005, Paris : Maison de l'UNESCO.
- Miège, Bernard (2010), *L'espace public contemporain*, Grenoble : PUG ("Communication, médias et société").
- Modoux, Alain (2010), « L'UNESCO depuis la publication du rapport McBride », table ronde avec Bertrand Cabedoche et Kaarle Nordenstreng, Colloque *Communication et changement social en Afrique*, 26-28 janvier 2010, Grenoble ; et « La mort cérébrale du NOMIC », Colloque *30 ans de géopolitique de la communication : acteurs et flux, structures et*

fractures, Maison des Sciences de l'Homme Paris-Nord, 19 novembre 2010 (textes non publiés, aimablement fournis par l'auteur).

Ngouem, Alain-Claude (2007), *Nouvelle donne du système mondial de l'information et redéfinition du développement en Afrique. Y-a-t-il déjà équilibre de flux d'information entre le centre et la périphérie ?* Paris : L'Harmattan.

Nordenstreng, Kaarle (2011), « McBride report as a culmination of NWICO », *Les Enjeux de l'information et la communication, Supplément 2010-A*. Grenoble : http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2010-supplementA/Nordenstreng/index.html, consulté 28/03/11.

Osolnik, Bogdan (2005), « The McBride report, 25 years later. An introduction », *The Public*, "The McBride report – 25 years later", XII (3), pp. 5-12.

Paldàn, Raquel, Salinas, Leena (1979), « Culture in the Process of Dependent Development : Theoretical Perspectives », in Kaarle Nordenstreng et Herbert I Schiller (Eds.), *National Sovereignty and International Communication*, Ablex, Norwood, pp. 90-91.

Pemberton, Jo-Ann (2007) « Vers une société des esprits : de la Commission Internationale de Coopération Intellectuelle à l'UNESCO », pp. 67-75, in *Actes du colloque des 16-18 novembre 2005, "60 ans d'histoire de l'UNESCO"*, Paris : UNESCO.

Pigeat, Henri (1987). *Le nouveau désordre mondial de l'information*, Paris : Hachette.

Sanchez Ruiz, Enrique E. (2005), « Actualidad del Informe McBride, a 25 años de su publicación », *Anuario Ininco*, jun, XVII (1), pp. 97-110.

Thussu, Daya, Khishan (2005). « From McBride to Murdoch : the marketisation of global communication », *The Public*. "The McBride report – 25 years later", XII (3), pp. 47-60.

UNESCO, (2000), Rapport mondial sur la communication UNESCO 2000, *Diversité culturelle, conflit et pluralisme*, Paris, Unesco, La Documentation française.

Žižek, Slavoj (2004), *Plaidoyer en faveur de l'intolérance*, Paris : Climats.

Valoriser le patrimoine documentaire des entreprises par le prisme des métiers

Article inédit. Mis en ligne le 05 avril 2011.

Caroline Djambian

Caroline Djambian est enseignant chercheur en Sciences de l'information et de la communication. Après plusieurs expériences dans le domaine de l'Intelligence Economique, elle effectue une thèse sous la direction de Sylvie Lainé-Cruzel (Laboratoire ELICO, Lyon 3) au sein de la Division Ingénierie Nucléaire d'EDF, intitulée «valorisation d'un patrimoine documentaire industriel et évolution vers un système de gestion des connaissances orienté métier ». Elle enseigne la Veille technologique durant deux ans à Lyon 3 et aujourd'hui en tant qu'ATER, à la Faculté des Sciences et Techniques de l'Université Aix-Marseille 3.

Plan

Introduction

Se fonder sur l'analyse amont

Harmoniser le système, représenter le savoir

Une méthode orientée métier : des textes aux experts

Conclusion

Références bibliographiques

Résumé

Le patrimoine documentaire des entreprises s'est souvent accumulé sans que ces dernières puissent s'adapter au rythme des évolutions des Tics. La mémoire collective qui ne cesse d'être produite voit sa masse croître, est devenue éparse et hétérogène, et nombre d'entreprises aujourd'hui confrontées à des problématiques transverses ont du mal à mobiliser leurs connaissances de façon opérationnelle.

Nous présentons ici le cas de la Division Ingénierie Nucléaire (DIN) d'EDF face à la nécessité de valoriser son patrimoine informationnel. Nous exposons pourquoi un travail amont de contextualisation est essentiel dans des cas comme celui-ci, afin de situer le mode de fonctionnement du système d'information dans une problématique structurelle, les aspects techniques devant être rapidement dépassés pour prendre en compte l'organisation dans sa globalité.

Dans ce contexte où problématiques micro et macro se confondent, les métiers cœurs de l'entreprise s'imposent comme la base de toute réflexion. La documentation qu'ils produisent et utilisent, véhicule les connaissances techniques de l'entreprise, qui y sont exprimées par des concepts propres aux métiers. Leur terminologie est la clé permettant de valoriser les connaissances et de mieux gérer le patrimoine documentaire par lequel elles transitent. A travers l'exemple de la DIN, nous présentons notre approche résolument empirique et qualitative, pour faire évoluer le système existant vers une base de connaissances centrée sur le « sens métier » de l'organisation.

Mots-clés : patrimoine documentaire, document technique, gestion des connaissances, base de connaissances, ontologie, terminologie.

Abstract

“Upgrading an industrial documentary heritage by the prism of jobs”

Documentary heritage of the enterprises has often been accumulated without that they could adapt to the pace of ICT developments. Collective memory never stops being produced sees its mass growing, becomes scattered and heterogeneous and many companies today face transverse problems struggle to mobilize their knowledge operationally.

We present here the specific case of the Nuclear Engineering Division (DIN) of EDF France and the need to upgrade its information heritage. We explain why a job of contextualization ahead is essential in cases like this one, to locate the operating mode of the information system in a largest structural problem, technical aspects having to be quickly overwhelmed in order to consider the organization as a whole.

In this context, where micro and macro issues mingle, the core business of the company emerges as the basis for any reflection. Documentation they produce and use, vehicles the technical knowledge of the company, which is expressed by specific business core's concepts. Their terminology is the key to knowledge enhancement and a better management of the documentary heritage through which they pass. Through the example of the DIN, we present our approach resolutely empirical and qualitative, to evolve the system to a knowledge base centered on the "business core sense" of the company.

Keywords: documentary heritage, technical document, knowledge management, knowledge base, ontology, terminology.

Resumen

« Actualización del patrimonio documental de negocios por el prisma de oficios técnicos »

Patrimonio Documental de negocios a menudo se ha acumulado, sin que puedan adaptarse al ritmo de la evolución de las TIC. La memoria colectiva que está siendo producida constantemente ve su masa cada vez mayor, se ha vuelto escasa y heterogénea y muchas empresas que hoy se enfrentan a problemas transversal tienen dificultades para movilizar sus conocimientos en operativos.

Presentamos aquí el caso específico de la División de Ingeniería Nuclear (DIN) de la EDF Francia y la necesidad de valorar su patrimonio de información. Explicamos por qué un trabajo preliminar de contextualización es fundamental en casos como este, para buscar el modo de funcionamiento de la sistem de información en una problemática estructural más amplia, aspectos técnicos deben ser rápidamente superados considerando la organización como un todo.

En este contexto, donde los temas micro y macro se funden, las profesiones técnicas de las empresas surgen como base para cualquier reflexión. La documentación que producen y utilizan, transmite los conocimientos técnicos de la empresa, que se expresan por los conceptos de estos oficios. Su terminología es la clave para valorar los conocimientos y gestionar mejor el patrimonio documental a través del cual pasan. A través del ejemplo de la DIN, presentamos nuestro enfoque decididamente empírico y cualitativo, para evolucionar el sistema actual a una base de conocimientos respecto al "sentido negocial" de la organización.

Palabra clave : patrimonio documental, documento técnico, gestión del conocimiento, base de conocimientos, ontología, terminología

INTRODUCTION

Force est de constater un problème devenu récurrent dans les entreprises : leur activité est assise sur une production importante de documentation technique et ce patrimoine documentaire, formé au cours de leur histoire, s'est souvent accumulé sans que ces dernières aient eu le temps de s'adapter au rythme des évolutions des technologies de l'information. Cette mémoire collective, clef de voûte de l'activité des entreprises, ne cesse d'être produite, voit sa masse croître inexorablement, et est éparse et hétérogène (Gandon & Dieng-Kuntz, 2005). Or, des problématiques transverses demandent aujourd'hui de mobiliser ces connaissances de façon très concrète et opérationnelle.

C'est le cas de la DIN (division ingénierie nucléaire) d'EDF. Ses besoins couvrent une réflexion large allant de la valorisation du patrimoine documentaire à la capitalisation des connaissances de métier (problématiques qui ne peuvent en réalité être dissociées). L'ensemble de son système de gestion de l'information est concerné. Alors que tout le processus d'ingénierie nucléaire passe par la production documentaire, les flux informationnels sont centralisés dans une GED (gestion électronique des documents) devenue obsolète, surchargée et inexploitable. Contenant à ce jour plusieurs millions de documents, elle est incapable de répondre efficacement à ses tâches premières de gestion ou recherche d'information. Les utilisateurs contournent alors le système en développant de façon anarchique une multitude d'outils annexes qui contribuent toujours plus à faire échapper l'information à tout contrôle.

Le fait est que les entreprises ont tendance à sous-estimer la nature du problème en considérant que seule la dimension technique est en cause, alors que l'origine en est plus fondamentalement organisationnelle. La recherche systématique de solutions auprès d'outils si performants soient-ils, est rarement suffisante pour dénouer des situations parfois devenues très complexes. Dans ce cas, il faut entrer plus amont au sein de l'espace communicationnel où l'information qui y circule et les usagers (qui en sont paradoxalement les émetteurs et les récepteurs) se sont trouvés décorrélés à un moment donné. Nous montrons à travers l'étude de la DIN d'EDF, l'intérêt d'une analyse amont approfondie. Les résultats qui en découlent, ont porté à considérer l'idée de métier technique de l'entreprise, notamment les notions communes qui animent une communauté de métier, comme étant une possible articulation entre les usagers et les flux informationnels, axant la réflexion sur « comment faire ressortir et utiliser le sens métier ? ». Nous illustrons ces questionnements en exposant nos choix méthodologiques pour construire une base de connaissances d'un domaine spécifique de l'ingénierie nucléaire.

SE FONDER SUR L'ANALYSE AMONT

Aller au-delà du système d'information

Qu'il s'agisse de gestion de la documentation ou des connaissances, résoudre à long terme les problématiques complexes qui se sont construites avec le temps dans les entreprises, implique en premier lieu la compréhension de l'espace commun que l'on veut réorganiser. Plus que comprendre, appréhender cet espace, signifie en partant du système d'information, identifier et qualifier son environnement au sens large, définir l'ensemble de ses acteurs et évaluer les besoins et évolutions pressentis à court et long termes. Face à un champ aussi vaste qui est le nôtre, il convient d'adopter une approche systémique et pragmatique visant la décomposition progressive du système en composants élémentaires pour en faire émerger des éléments localisables et traitables (Carlier, 1994) : « ... *diviser chacune des difficultés que j'examinerais en autant de parcelles qu'il se pourrait et qu'il serait requis pour mieux les résoudre...* » (Descartes, 1987). Ainsi, l'identification des différents sous-

systèmes permet de localiser les structures de pilotage, celles d'information ou de nature opératoire.

L'appréhension du cadre empirique auquel nous sommes confrontés (la DIN d'EDF) a ainsi débuté par une phase exploratoire. Elle s'avère indispensable quel que soit le cas traité pour faire naître cette série d'hypothèses de départ qui subiront ensuite des ajustements progressifs. Cette phase a pour nous consisté dans l'observation prolongée en situation naturelle, complétée par des entretiens (directifs ou non) d'un panel sélectionné d'acteurs du système d'information et d'utilisateurs. Le but est d'obtenir une compréhension globale des flux, des possibilités d'évolutions, des contraintes et des points forts et faibles du système. Ces observations et entretiens ont produit une matière très riche qu'il est alors important de structurer. Nous en avons fait reposer l'analyse sur trois niveaux constants d'interrogation : le niveau supra-documentaire (la fonction documentaire dans son contexte global), inter-documentaire (systèmes et acteurs), intra-documentaire (le document). En gardant ces trois strates comme lignes directrices on s'aperçoit rapidement qu'elles évoluent d'elles-mêmes vers des questions de niveau structurel particulièrement intéressantes à considérer.

Cette démarche initiale a permis, en allant au-delà de l'analyse de surface, de commencer à aborder les enjeux et difficultés tels que perçus par le management et parallèlement par les utilisateurs. Elle a en fait dépassé nos attentes en nous menant naturellement à considérer les dysfonctionnements du système comme révélateurs de problèmes d'ordre supérieur (Durampart, 2006). Qu'ils soient culturels, organisationnels, démographiques..., ils forment un jeu complexe qui influence le fonctionnement général des systèmes concrets mis en place et auxquels sont confrontés au quotidien les utilisateurs. Les observations donnent donc dans un premier temps une conscience générale du système et permettent d'enclencher des réflexions encore floues. La confrontation aux entretiens, tant auprès des professionnels du système d'information que des utilisateurs et du management, offre ensuite des opinions diverses et complémentaires. La synthèse de cette matière brute permet de situer les vraies racines des dysfonctionnements. En partant donc de problématiques techniques, on est introduit dans des sphères fonctionnelles, ce qui laisse présager que les réponses sont également à rechercher sur ce plan.

Identifier les modes de fonctionnement

Les résultats de notre analyse du Système d'Information de la DIN permettent d'illustrer cette relation des champs *micro* et *macro* dans l'entreprise. Le mode de fonctionnement informationnel que nous rencontrons ici est en fait clairement identifié (Pintea, 1995). Dit séquentiel (linéaire ou diachronique), il est caractéristique de l'influence directe d'un « management qualité » obligatoire et omniprésent, centré sur la maîtrise des états du document, c'est-à-dire l'identification des acteurs, la traçabilité et la possibilité de restaurer l'état documentaire *ante* (l'ensemble du système documentaire à la DIN d'EDF est assis sur une procédure qualité complexe très structurée). L'avantage en est, outre la traçabilité des actions ou l'identification des responsabilités, de donner la possibilité de répartir une série d'opérations élémentaires entre plusieurs opérateurs peu qualifiés et facilement interchangeables. L'emploi de personnels documentaires diplômés peut ainsi être notablement réduit. Dans notre cadre, le processus documentaire a effectivement été entièrement atomisé, suite à des remaniements de personnels, entre une large palette d'acteurs notamment les utilisateurs eux-mêmes, qui produisent et indexent les documents. La décentralisation de la fonction documentaire vise évidemment à faire l'économie d'agents qualifiés. Mais ce mode de fonctionnement correspond également à des environnements industriels comprenant une ligne d'autorité hiérarchique clairement descendante et une communication se limitant essentiellement au monologue du management : les projets de

systèmes d'informations sont le fait de prises de décision unilatérales hors d'une considération réelle des besoins des usagers. On comprend donc que ce système soit très lourd, puisque privilégiant le cadre des processus et de la sécurité qu'ils apportent, au détriment de la rapidité d'action.

Pour répondre au manque de réactivité des systèmes « officiels » que ce mode met en place, des outils gravitaires moins formels et plus individuels, tels que bases Notes, Access, intranets..., se multiplient à l'initiative des usagers eux-mêmes et de façon relativement désordonnée. Ils échappent à cette logique et vont même à son encontre en se fixant sur un fonctionnement dit simultanée (ou synchronique). L'orientation proprement gestion de projet de ces outils les recentre sur des priorités de réactivité, de coopération, de traitement de l'information, bien plus que sur la production des documents, lesquels sont vus comme des produits dérivés des actions documentaires et non plus comme une finalité. Le mode simultanée est généralement celui qui donne le plus une impression de confusion documentaire et la multiplication des bases de données et intranets ainsi construits au sein de multinationales comme EDF peut devenir impressionnante. A la DIN, l'outil officiel est une GED contenant environ 10 millions de documents. Malgré la mise en place d'un outil de recherche floue visant à faciliter l'accès à l'information, les usagers sont contraints de détourner le système en créant leurs propres outils annexes. On dénombrait ainsi environ 20 000 bases de données pour EDF et GDF avant leur scission, dont 400 uniquement pour la DIN et plus de 162 intranets EDF. Les formats en sont variés : bases Notes, Oracle, Access, Excel, FileMaker... Tout ceci est en réalité une évolution normale du système officiel linéaire qui naît sous la pression d'une exigence de travail rapide et coordonné de la part des usagers. Dans ce cas on a alors plus souvent affaire à un matériau volatil et mouvant (documents de gestion de projets, emails, annotations...). Ce mode synchronique ne peut s'imposer que dans un contexte d'expertise généralisée, avec un niveau de compétences des différents acteurs assez homogène. Dans notre cas 70% des ingénieurs sont cadres, travaillant essentiellement par réseau informel et mails dont les contenus échappent à la GED. On constate donc la coexistence de deux systèmes l'un officiel et l'autre officieux, évoluant conjointement, dans des directions et à des allures diverses. Cette distorsion qui s'est créée à la DIN, s'est aggravée progressivement, allant jusqu'à engendrer de réels dysfonctionnements dans la gestion informationnelle de l'entreprise.

En réalité, ces systèmes, séquentiels ou simultanés, se doivent pour être harmonieux d'être en relation avec les enjeux et objectifs, mais aussi les moyens et besoins documentaires de leurs membres. Une dissonance avec l'un de ces éléments (enjeux, objectifs, moyens, besoins) engendre automatiquement à terme des carences pouvant affecter le système d'information dans son ensemble et entraîner jusqu'à son rejet par les usagers, comme cela se passe dans l'organisation étudiée. Les besoins réels sont ignorés par le management, les moyens et résultats qu'il met en place par conséquent sont mal adaptés, les objectifs sont peu clairs, car souvent définis sans connaissance approfondie des besoins originaux et ne faisant pas l'objet d'une communication dans l'organisation. Les enjeux visés par l'entreprise, tels que la traçabilité, la possibilité de retour à l'état *ante*, l'identification des acteurs, sont quant à eux développés à l'excès au détriment des autres fonctions du système, afin de couvrir les manquements opérationnels. L'incohérence qui en découle expose l'organisme à des surcoûts de traitement des informations, à l'augmentation du temps nécessaire à leur mobilisation, à leur éparpillement et à la démotivation des usagers. Les informations deviennent moins fiables, se perdent, et sont transformées au cours de leur circulation, etc. Tout le système est à clarifier en partant d'une logique inverse, c'est-à-dire de la base, des usagers.

HARMONISER LE SYSTEME, REPRESENTER LE SAVOIR

Prendre en compte les exigences de l'environnement

Remettre en cohérence les besoins avec les moyens existants, voilà notre visée première. Une meilleure orientation des outils vers les préoccupations des métiers de l'entreprise est incontournable : mal adaptés aux pratiques et aux besoins, ils rendent l'information peu exploitable. Cette information est la référence des métiers cœurs, le patrimoine fondamental de l'entreprise, qui véhicule tout le savoir de conception et exploitation des centrales depuis leur construction. Elle est devenue avec le temps épars (dans des bases de données métier, la GED officielle, la bibliothèque, internet, les boîtes mails ou armoires personnelles...), hétérogène (formats papier ou numérique, image ou texte...), et difficilement accessible dans l'ensemble des documents de gestion courante de l'entreprise, car stockée sans distinction.

Or, les contextes socio-économiques imposent aujourd'hui à nombre d'entreprises comme à la DIN d'EDF, des contraintes transverses qui nécessitent de faire appel aux ressources informationnelles de l'organisation de façon très concrète. Les enjeux sont multiples et cruciaux. Le premier en est le renouvellement des compétences. Le départ massif des experts ayant connu la construction des centrales dans les années 70 ne coïncide pas avec l'intégration des nouveaux arrivants, entraînant une déperdition notable de connaissances techniques entre les deux générations d'ingénieurs. Cette perte est d'autant plus importante dans une entreprise où la tradition de compagnonnage est historique : l'acquisition de la compétence s'est jusqu'ici toujours faite par une formation *in situ* au contact des pairs pendant 1 à 2 ans, le savoir de métier ne s'acquérant qu'au sein de l'entreprise. La question du renouvellement des compétences rejoint directement la problématique documentaire, puisqu'elle est centrée sur la pérennisation des connaissances des métiers cœurs, tout dans l'entreprise passant par la production de documents techniques. Se pose ensuite la lourde exigence de la durée de vie des installations nucléaires : les centrales arrivant au terme des 30 ans de vie prévus à leur construction, la documentation joue un rôle primordial pour soutenir le remplacement progressif des matériels et accompagner la conception de réacteurs de nouvelle génération (EPR : European Pressurised Reactor), ceci sans oublier la question omniprésente de transparence vis-à-vis de l'Autorité de Sûreté Nucléaire. Ainsi, la documentation de référence des métiers cœurs de l'entreprise est le point d'appui de tout le travail d'ingénierie nucléaire et doit impérativement être recensée, pérennisée et valorisée.

La contextualisation du système d'information de la DIN nous a permis de dégager des conclusions au plan global. Nous avons vu qu'émerge la nécessité d'homogénéiser les modes informationnels, de simplifier le système en se dirigeant vers la recherche d'information plus que vers la recherche de documents, et de se rapprocher des pratiques. Ainsi, les objectifs de nos travaux sont de rendre la documentation de référence plus exploitable et cohérente et de toucher tant les aspects de gestion que de recherche d'information, qui font tous deux défaut. Nous souhaitons rendre transmissibles les connaissances techniques que la documentation contient. Elle est la seule trace permanente laissée dans l'entreprise par le passage des ingénieurs (départs en retraite, mutations...) : les artefacts humains créateurs des connaissances passent, les artefacts documentaires porteurs des connaissances restent.

Valoriser les connaissances par le sens collectif

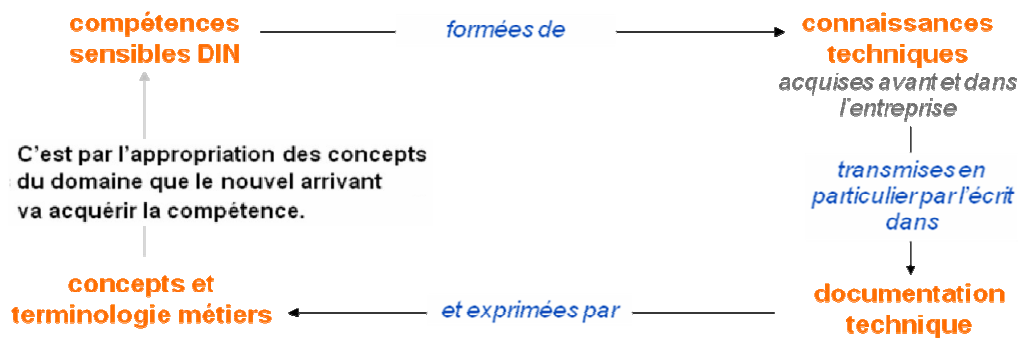
Nous avons choisi comme terrain d'application une compétence spécifique de la DIN. Considérée comme sensible, elle est vectrice d'une réelle culture collective de métier dans

l'organisation et est particulièrement concernée par les problématiques transverses que nous venons d'exposer. Pour schématiser notre réflexion, nous devons considérer qu'un nouvel ingénieur intègre le domaine métier avec un bagage théorique qu'il parfait par la réelle acquisition de la compétence en interne, par l'expérience empirique. Dans notre cas, l'acquisition des connaissances ne se réalise plus au contact des pairs mais via la connaissance portée par les textes, « *sorte de mémoires exosomatiques* » (Polanco, 1999 ; Popper, 1979). La connaissance est dite « *représentée sans sujet connaissant* » (Popper, 1979) car enfouie dans la documentation technique et traduite en langage écrit. Comme B. Lamizet (Lamizet, 1992), nous appréhendons l'entreprise comme un espace communicationnel où circulent les connaissances collectives qui y ont été construites. Elles sont médiatées à travers les documents qui en deviennent la représentation sociale. Le langage propre au métier vient quant à lui animer, actualiser et objectiver ces connaissances collectives. Il est une clé pour valoriser les connaissances techniques. En maîtriser les codes communs garantit une bonne réappropriation des savoirs du domaine.

Afin d'approfondir ces réflexions, il convient de comprendre comment métier et documents s'articulent. Comment se forment et circulent les connaissances dans le domaine particulier que nous avons choisi ? Pour répondre à ces interrogations, nous partons là aussi d'entretiens menés auprès des usagers. Ces entretiens ont confirmé les besoins forts qui s'étaient précédemment dessinés : accès à la documentation par thématiques ou par navigation dans les domaines métier et dans les textes, facilitation à l'entrée dans la compétence pour les nouveaux arrivants, prise en compte des différents profils de recherche. Il est par exemple, directement demandé aux nouveaux ingénieurs de travailler sur un thème. Ce type de recherche étant impossible dans la GED qui n'offre qu'un accès par référence exacte (connue des anciens), ils s'orientent vers des sources externes ou informelles de type Google, récupération de mémoires d'anciens stagiaires, réseau externe...

Nous avons souhaité par nos travaux proposer des orientations opérationnelles en structurant les connaissances contenues dans la documentation technique à l'aide de la terminologie des métiers cœurs de l'entreprise. Pour ce faire, nous avons construit une base de connaissances, à savoir : une ontologie et une terminologie du domaine, ainsi qu'une documentation que nous avons rendue cohérente et ciblée au format texte (documents identifiés, référencés puis océrisés suite aux entretiens), organisée selon les concepts du domaine. Nous souhaitons cette documentation accessible facilement par les termes métier, en langage naturel ou par navigation (plus aisée pour les nouveaux arrivants). Notre souci premier a été d'inverser la logique unilatérale qui soutenait jusqu'alors les projets dans l'organisation en partant réellement des pratiques des ingénieurs. Ainsi, nous considérons que le système le plus exploitable pour un usager est celui qui est construit selon son raisonnement, ses usages et son langage.

Nos postulats de départ sont que les connaissances d'ingénierie nucléaire transitent par les médias que sont les documents techniques et y sont exprimées par des concepts propres aux métiers. Ensuite, c'est par la mise en correspondance de la connaissance produite (émanant des compétences individuelles et collectives) avec la réalité de l'organisation et de ses métiers (que nous avons étudiée précédemment), qu'il est possible de valoriser son patrimoine informationnel. Cette mise en correspondance vise à aboutir à une représentation explicite du domaine, au sein d'une base de connaissances centrée sur le *sens métier*.



Les bases de connaissances sont au cœur de nombreuses applications telles que gestion des savoir-faire et des compétences, veille, recherche documentaire... Leur construction est une opération résolument humaine, intellectuelle et complexe, pour laquelle il n'existe pas de méthode générale unanimement acceptée (Lainé-Cruzel, 2006a). Les approches sont donc souvent empiriques, ce qui fut notre cas. Pour que le domaine soit correctement décrit, l'intervention préalable aux traitements informatisés des corpus de textes a été lourde. L'intervention humaine fut également fort présente en aval pour l'interprétation, la validation et l'affinement des résultats rendus par les outils. Ainsi, face à un système complexe, il est apparu judicieux d'adopter une approche qualitative alliant de façon complémentaire travail avec les experts et extraction à base des textes.

Les travaux du domaine basés sur la linguistique de corpus (animée en France par le groupe TIA (terminologie et intelligence artificielle)) consistent en des approches sémasiologiques, partant des mots (c'est-à-dire des textes) pour aller vers le sens. Les recherches de N. Aussenac-Gilles et A. Condamines proposent une méthode de construction de modèles de domaine se fondant sur une analyse de corpus utilisant des techniques de TAL (traitement automatique des langues) pour aboutir à une Base de Connaissances Terminologique (BCT). Des recherches internes au Groupe EDF utilisent ces techniques pour la mise en cohérence des systèmes documentaires (Boccon Gibod, 2006). Considérant le panorama des travaux actuels et les exigences de notre contexte, où les notions communes qui animent les connaissances de métier occupent une place centrale, nous avons choisi de tirer parti de ces techniques de linguistique de corpus, enrichies par des approches onomasiologiques, centrées sur le concept. Parmi elles les « *ontologies régionales* » de B. Bachimont (Bachimont, 2000) ou les travaux de capitalisation des connaissances menés à EDF par C. Roche (Roche, 2007) apportent un regard distancié en mixant les techniques centrées sur les textes et celles axées sur les experts. Notre méthode utilise également les traitements automatiques en alternance avec l'intervention humaine, l'expert de métier étant au centre des travaux, de façon à équilibrer constamment les deux aspects et réduire les distorsions qui peuvent apparaître entre les résultats des deux approches.

UNE METHODE ORIENTEE METIER : DES TEXTES AUX EXPERTS

La base de connaissances que nous souhaitions construire avait donc pour but de permettre une mise en valeur de la documentation par le langage, c'est-à-dire la terminologie et les concepts propres aux métiers, pour une meilleure appropriation de l'information et des connaissances (Lainé-Cruzel, 2006b). Le travail a été volontairement basé sur un échange constant avec les experts, selon plusieurs étapes proposées par C. Roche (Roche, 2005). Nous nous servons des techniques de linguistique de corpus pour initier la démarche. Ainsi, la première phase consiste en la définition d'un corpus de textes avec l'expert du domaine. Cette phase essentielle détermine tout le travail et ses résultats,

c'est pourquoi nous y avons attaché une attention particulière et avons choisi un corpus très ciblé, composé de huit textes techniques (570 pages) couvrant 90% des concepts du domaine. Nous avons voulu ainsi privilégier la qualité à la quantité des textes considérés comme représentatifs. L'étape suivante fut l'extraction automatique de candidats termes issus de ce corpus sous la forme de deux lexiques différents, l'un de syntagmes nominaux et l'autre d'acronymes, très répandus dans le langage de l'entreprise, aboutissant après un retraitement manuel à 687 termes validés par les experts du domaine.

Nous arrêtons ici de suivre les approches sémasiologiques pour prendre de la distance par rapport aux lexiques. Cet éloignement est primordial dans notre méthode, car il est impératif, pour préparer la construction du réseau conceptuel, de sortir de la langue et d'amorcer l'entrée dans la sphère extra-linguistique qu'elle relate. Pour ce faire, l'étude approfondie des corpus techniques et la consultation régulière des ingénieurs permet d'identifier les notions du domaine. Se détacher des mots pour entrer directement dans le notionnel fait en quelque sorte économiser une étape de travail. Une modélisation partant des lexiques sera sémantique. Or, « *il n'y a pas de concepts dans un texte, mais des traces linguistiques de leurs usages* » (Roche, 2005). Ce travail en amont entièrement humain est donc indispensable pour aller directement vers la construction d'un réseau conceptuel et non sémantique. Rappelons que la terminologie ne s'intéresse pas aux objets linguistiques pour eux-mêmes, mais pour leur relation à un concept. Le fait est que de nombreux travaux, notamment de linguistique de corpus, se recentrent sur les mots et voient donc en cette étape une finalité. Elle n'est pour nous qu'une transition pour aller vers les représentations notionnelles.

Suite à la validation par les experts, le modèle conceptuel doit alors être retravaillé pour préparer le passage à l'ontologie : les relations complexes établies dans le modèle conceptuel doivent être simplifiées en relation de subsomption, ce qui implique une réorganisation totale des concepts. L'ontologie du domaine obtenue finalement est composée de plusieurs vues complémentaires. Ici on peut alors revenir aux lexiques pour les mettre en cohérence avec l'ontologie. La définition de la terminologie consiste à mettre en relation chaque terme des lexiques avec les concepts de l'ontologie. Ce travail minutieux permet l'indexation des documents précédemment recensés lors des entretiens, puis océrisés au format texte pour uniformiser les formats hétérogènes et rendre cette documentation totalement exploitable. Une plate-forme de test a ainsi été mise en place pour la recherche et la gestion de l'information, puis soumise aux usagers. L'ontologie au format XML peut être intégrée à tout type d'outil de gestion et de recherche d'information. L'exploitation de la terminologie permet de gérer les variations en langue, comme les différences d'usages entre communautés de métier au sein du même domaine, acronymes et développés, synonymes, homonymes, multilinguisme...

Toute notre méthode est basée sur l'échange avec les experts du domaine, ainsi que la compréhension réelle des notions du domaine dans la recherche constante de dépasser la partie purement linguistique du travail pour prendre en compte cette part extra-linguistique qui exprime seule les références communes articulant les savoirs. Une approche plus automatisée ne paraît pas viable, du moins par rapport aux objectifs que nous visions, les résultats en étant trop superficiels et tronqués. La première phase d'extraction automatique s'est avérée d'autant plus décevante qu'elle s'appliquait à un corpus très restreint : une construction manuelle du lexique aurait sûrement pu être envisagée, mais aurait-elle abouti aux mêmes résultats ? Notre travail est donc résolument basé sur l'humain et l'intelligence qu'il apporte aux traitements automatiques.

CONCLUSION

L'exemple que donnent nos travaux n'en est qu'un parmi d'autres. Les entreprises sont aujourd'hui nombreuses à se trouver confrontées à ces problématiques. L'intégration massive de l'outil informatique il y a près de 20 ans et la déferlante d'information qu'elle a induite a certes grandement facilité certains aspects des métiers, mais a aussi engendré des dysfonctionnements difficiles à dénouer. Une confiance aveugle en l'outil et un refus sans cesse renouvelé d'investir dans des moyens humains adaptés pour rendre ces outils intelligents (ou tout du moins logiques et maîtrisables), aboutissent à des situations inextricables. En réponse à cela, force est de constater que la tendance s'accroît encore : les effectifs documentaires qualifiés sont réduits et les réponses sont une fois encore recherchées auprès des outils, dans une fuite en avant technologique.

Il est essentiel de ne plus négliger la phase d'étude amont à la mise en place de solutions techniques. Elle permet l'analyse et la prise en compte de tous les paramètres inhérents au projet. Cette phase est souvent éludée pour un gain de temps et d'argent alors que, paradoxalement, passer outre produit *a posteriori* des surcoûts considérables, pour des résultats finaux inadaptés. L'humain est à ce point non pris en compte, que les usagers sont ignorés tant pour leurs besoins initiaux que pour leur utilisation finale de l'outil. C'est à eux qu'il est demandé de s'adapter et non l'inverse. L'information est dénuée de toute valeur ajoutée et de sa fonction de service.

Or, les problèmes de valorisation de l'information et des connaissances techniques des métiers cœurs de l'entreprise vont aller grandissant dans nombre de structures de taille importante. On l'a vu, les contextes techniques, démographiques, concurrentiels, etc., vont porter à un accroissement fort de ces problématiques. Mais peut-on récupérer le temps perdu en reproduisant les mêmes approches et les mêmes erreurs ? Certes non. Un changement d'optique est incontournable et doit prioritairement s'axer sur l'appropriation de l'information et des connaissances par les usagers. Il n'est plus possible de repousser le problème en laissant s'accumuler sans cesse plus d'information. Dans tous les cas, rien de constructif ne pourra être réalisé tant que l'outil et non l'humain, sera mis au centre des réflexions.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Aussenac-Gilles, Nathalie ; Condamines, Anne (2000), « Entre textes et ontologies formelles : les bases de connaissances terminologiques », in Jean Charlet et al. (dir.), *Ingénierie des connaissances. Evolutions récentes et nouveaux défis*, Paris : Eyrolles.
- Bachimont, Bernard (2000) « Engagement sémantique et engagement ontologique : conception et réalisation d'ontologies en ingénierie des connaissances », in Jean Charlet et al. (dir.), *Ingénierie des connaissances. Evolutions récentes et nouveaux défis*, Paris : Eyrolles.
- Boccon Gibod, Henri (2006), *Application de méthodes et outils de Web sémantique pour la gouvernance d'un système d'information industriel*, Clamart : EDF R&D.
- Carlier, Alphonse (1994), *Stratégie appliquée à l'audit des systèmes d'information*, coll. Systèmes d'information, 2^e éd., Paris : Hermès.
- Descartes, René (1987), *Le Discours de la méthode pour bien conduire sa raison et chercher la vérité dans les sciences*, rééd., Paris : Vrin.
- Durampart, Michel (2006), « L'outil donne à voir l'organisation », communication présentée à *DOCSI-ERSICOM*, Lyon : mars 2006.
- Gandon, Fabien ; Dieng-Kuntz, Rose (2005), « Ontologie pour un système multi-agent dédié à une mémoire d'entreprise », in *Ingénierie des connaissances*, Paris : L'Harmattan.
- Pintea, Jean (1995), *Reengineering des systèmes documentaires*, Paris : Les éditions d'organisation.
- Lainé-Cruzel, Sylvie (2006a), « Terminologie et intelligence artificielle », in *Encyclopédie de l'informatique et des Systèmes d'Information*, Paris : édition Vuibert.
- Lainé-Cruzel, Sylvie (2006b), « Valoriser l'information : enrichir les systèmes et les interfaces, faciliter l'appropriation », communication présentée à *DOCSI-ERSICOM*, Lyon : mars 2006.
- Lamizet, Bernard (1992), *Les lieux de la communication*, Liège : Mardaga.
- Polanco, Xavier (1999), « Extraction et modélisation des connaissances : une approche et ses technologies (EMCAT) », in Maniez J. et Mustafa el Hadi W. (dir.), *Organisation des connaissances en vue de leur intégration dans les systèmes de représentation et de recherche d'information*, Lille : Travaux et recherches.
- Popper, Karl (1979), *Objective knowledge: an evolutionary approach*, Oxford, Oxford University Press.
- Roche, Christophe (2005), « Terminologie et ontologie », *Langages*, n° 157.
- Roche, Christophe (2007), « Dire n'est pas concevoir », communication présentée à *IC 2007*.

Le petit écran, média indépassable ? Du statut de la télévision chez les cinéastes documentaristes

Article inédit. Mis en ligne le 24 novembre 2011.

Yann Kilborne

Yann Kilborne est Maître de conférences à l'Université Michel de Montaigne - Bordeaux 3 (Département ISIC), et consacre ses recherches et ses enseignements à l'esthétique et à la sociologie du cinéma, ainsi qu'aux nouvelles formes de l'audiovisuel sur le web. Il dirige le Master Professionnel "Création, Production, Images. Cinéma interactif et transmédia", formation polyvalente centrée sur la production de films à destination des nouveaux médias (www.mastercpi.fr).

Le présent article est une présentation de sa thèse, soutenue le 7 novembre 2008, qui a obtenu le 2ème prix du jeune chercheur francophone de la SFSIC, annoncé lors du Congrès de Dijon (juin 2010).

Plan

Une critique virulente de la télévision

Une dépendance psychologique

Références bibliographiques

Résumé

Depuis de nombreuses années, les auteurs de films documentaires dénoncent un « formatage » télévisuel portant atteinte tant au contenu, qu'à la forme de leurs films. Pourtant ils continuent de solliciter les chaînes, de réécrire leurs dossiers pour qu'ils soient adaptés à la demande, et la diffusion de leurs films à la télévision est considérée comme une consécration professionnelle. Cet article propose d'analyser ce paradoxe : pourquoi la télévision est-elle perçue par les documentaristes de manière si violemment négative ? Et comment expliquer que le caractère unanime des critiques, n'ait pas de conséquences sur la recherche d'une diffusion télévisuelle ?

Abstract

For many years, documentary film makers have denounced the way television transforms both shape and content of their movies. Yet, they keep addressing themselves to television stations, fit these stations demands, and still consider that televised showing of their films is a professional recognition. Our article aims at analysing this paradox: why is television considered in such a disastrous way by documentary film makers? And how does one understand that with such a unanimous negative reaction, they still seek for television exposure?

Resumen

Desde hace muchos años, los autores de documentales han criticado el "formato" de televisión que afecta tanto el contenido como la forma de sus películas. Sin embargo, siguen buscando las canales de televisión, volver a escribir sus registros para que respondan a la demanda, y la distribución de sus películas en la televisión se considera una dedicación profesional. En este artículo se pretende analizar esta paradoja: ¿por qué la televisión es percibida por los autores de documentales tan negativa? ¿Y por qué la crítica de carácter unánime, no afectó a la búsqueda de una difusión televisual?

Dans les débats entre documentaristes en France, dans les festivals de cinéma documentaire, au sein des associations de défense du documentaire, la télévision est constamment accusée de formater tous les films du réel qu'elle produit, de réduire les citoyens à leurs pulsions les plus basses ou de nier leur intelligence et imagination, d'imposer en somme une esthétique standardisée et une idéologie utilitariste, excluant *de facto* un cinéma documentaire contemplatif ou subversif. Pourtant, les documentaristes dans leur grande majorité continuent de déposer des dossiers en vue d'obtenir un financement et une diffusion télévisuelle, et la reconnaissance entre pairs reste dépendante du passage du film sur une chaîne, de préférence nationale.

Ce paradoxe souligne à quel point la question de la télévision est un problème inextricable dans le champ de la production documentaire. Dans cet article, nous interrogeons cette contradiction de répulsion/fascination que la télévision exerce sur les réalisateurs de documentaires : sur quoi se fonde et comment s'exprime le rejet, le dégoût, la haine de la télévision ? Et d'où vient, de l'autre côté, chez les mêmes individus, l'impossibilité ou l'extrême difficulté à envisager la création documentaire hors de la télévision ?

A partir d'une enquête qualitative réalisée durant la deuxième moitié des années 2000, et en nous appuyant sur la tradition webérienne de la sociologie compréhensive, nous cherchons ici à détailler les discours des cinéastes documentaristes, et à expliciter ce qui fonde la relation conflictuelle avec les chaînes, et comment deux conceptions du cinéma documentaire s'affrontent. Dans cette perspective, il ne s'agit pas de porter un jugement de valeur sur la contradiction vécue par les cinéastes, mais bien de *décrire* des constantes et des ambivalences, qui éclairent la complexité de la pratique documentaire contemporaine.

UNE CRITIQUE VIRULENTE DE LA TELEVISION

Ce que dénoncent à peu près tous les documentaristes, c'est la généralisation (pour ne pas dire la domination) quasi exclusive sur le petit écran de programmes d'information ou de pur divertissement, et l'exclusion du documentaire entendu comme *cinéma*, c'est-à-dire comme art de l'approfondissement ou du détournement du visible par la médiation d'images et de sons. La représentation du documentaire par les cinéastes s'oppose ainsi à celle des chaînes, pour qui le documentaire doit être un support d'information et non un mode d'expression artistique. Mais, parce que les chaînes sont incontournables dans l'économie du documentaire (point de financement public sans l'accord de diffusion d'une chaîne de télévision), elles imposent leur manière de voir et créent un modèle unique. On comprend donc que les relations avec les interlocuteurs des chaînes soient tendues, et ne cessent de se dégrader depuis une dizaine d'années. « On est entré dans une espèce de maquis », résume Marc.

La pauvreté des contenus

Le premier point récurrent dans les critiques est l'indigence, en termes d'esthétique, de langage cinématographique, et de traitement, des sujets abordés à la télévision. La télévision est accusée de prendre de moins en moins de risques, y compris dans le cas de la chaîne Arte, où des émissions autrefois audacieuses se conformeraient désormais à une ligne éditoriale adaptée aux contraintes économiques et de marketing. Le petit écran ne produirait et ne diffuserait plus que des programmes consensuels.

« Il n'y a rien qui dérange dans ce que je vois, même dans des cases exigeantes comme la Lucarne. Il n'y a rien qui m'interroge différemment, qui me montre autre chose que ce que je sais déjà. Ça peut m'émouvoir, ça peut être intelligent, mais ça ne me titille pas. Donc dans cette mesure-là faire des documentaires qui essaient de creuser différemment le rapport au monde, je pense que c'est plus difficile qu'avant ». (Florence)

David envisage la télévision d'abord comme d'un système de divertissement, au sens fort de ce qui écarte, de ce qui détourne des occupations quotidiennes (et *in fine* de sa condition). Les meilleures émissions, avec leurs magnifiques paysages réalisés par de grands chefs opérateurs, mais également des émissions de moindre qualité plastique, servent toutes à reposer le spectateur. David compare *Géo qui bouge* à un « aquarium », dans lequel « ça bouge » et qu'on peut « regarder longtemps ».

« C'est très bien fait, des archéologues ouvrent une tombe, on trouve un machin en or, tu vois, mais c'est *Géo qui bouge*. J'aime bien regarder ça, ça me délasse, mais il n'y a pas de point de vue du tout, le propos n'est pas là. Donc les films qui se sont faits avec la télévision, et qui se font encore avec la télévision, se ressemblent tous. [...] C'est un système où la tête se vide. » (David)

Marc l'exprime d'une formule nette : « La télévision, c'est TF1 », au sens où la première chaîne devient le modèle dominant que suivent les autres. Bernard parle même d'« abrutissement », la télévision n'offrant qu'occasionnellement des « îlots de réflexion de sens et d'émotion », dans « une mer de conneries. » Du coup, il n'est pas rare que des cinéastes s'abstiennent même de regarder la télévision, ce qui a quelque chose de cocasse, puisqu'ils sont précisément réalisateurs de films destinés à être diffusés à la télévision. C'est le cas par exemple d'Orélie, qui fuit le petit écran, ou d'Anastasia qui considère que la télévision est trop éloignée du grand cinéma documentaire qu'elle aimerait trouver (« trop dévoyée » dit-elle), pour passer du temps devant le poste. « Toutes ces émissions de divertissement, je ne peux pas croire que les gens regardent ça. C'est épouvantable » s'exclame Orélie. Anastasia parle d'une « corruption » qui porte atteinte à la liberté du spectateur, et de procédés d'influence pour maintenir le spectateur captif. Hantz critique également la grande médiocrité des documentaires, qu'il estime très « racoleurs » et fondés sur « l'esbrouffe ».

« Il y a un cinéma de médiation, de contemplation et de prière qu'on ne peut pas faire aujourd'hui [...] on est arrivé à un excès catastrophique de saucissonnage, de coupage, de faire du rythme de façon totalement gratuite [...] qui ne permet pas de rentrer dans un sujet. Il y a une espèce de corruption interne qui s'est faite [...] dans l'idée de plaire. [...] Le spectateur n'a plus de place, sinon celle d'être hypnotisé par les moyens les plus moches. Je veux rester une personne libre et cette télé nous enlève de la liberté, nous empêche de penser, de réfléchir, il n'y a pas le temps de le faire. » (Anastasia)

Le problème est que, bien entendu, cette orientation des programmes a pour conséquence, sauf cas exceptionnels, des effets graves sur la production et la diffusion des documentaires dits « de création », ou aboutit à une censure de la part des diffuseurs (relayés par la plupart des producteurs), qui prend la forme du formatage. Et en termes de production, les conditions de la réalisation poussent à fabriquer des produits « jetables ».

« Mon point de vue c'est qu'on n'est absolument plus libre. Après il y a des questions d'argent : moins d'argent pour ton film, et plus tu vas vite pour faire les choses, et moins tu approfondis. Je ne pense pas que la télévision soit un diffuseur indépendant. A partir de là, ce n'est plus possible de créer de façon indépendante. Plein d'amis réalisateurs qui travaillent pour la télévision sont conscients du champ dans lequel ils sont, et des libertés

restreintes qu'ils ont. Le souci du cinéma, le problème, c'est de vivre avec ça. Je ne crois pas que le documentaire ait des espaces de diffusion à la télévision. Un peu sur Arte, encore qu'Arte glisse dans [la même logique que les autres chaînes]. [...] Ce n'est pas vrai qu'en 6 semaines tu aboutis à quelque chose. Il faut qu'on soit d'accord sur le minimum du temps qu'il faut pour construire une histoire. En 3, 4 semaines on ne peut pas livrer quelque chose dont on sera content. » (Katiana)

Comme le soulignent fort bien Sandrine et Renaldo, l'écart est immense et l'incompréhension totale entre des personnes qui cherchent à remplir une case et qui oublieront vite le film, et les cinéastes pour qui la réalisation du documentaire marque leur existence. Ils prennent l'exemple de leur film *O...*, qui continue d'être vu et demandé. Ils obtiennent des retours de jeunes « qui n'étaient même pas nés à l'époque ».

« C'est très lié au type de médium qu'est la télévision, qui est un médium de flux [...] Pour eux, c'est au mieux une heure de programmation sur une année. Pour nous, un film ça représente trois ans, quatre ans de notre vie, jour et nuit. [...] C'est un investissement énorme. [...] C'est toute la vie qu'on va vivre avec le film parce que ça ne s'arrête pas quand la diffusion a eu lieu. » (Sandrine et Renaldo)

Marc analyse le phénomène à partir de l'idée qu'il y a « basculement dans un monde de propagande », et que les professionnels de l'image que sont les documentaristes sont des témoins privilégiés de la transformation du système médiatique, et les premières victimes dans la mesure où leurs films naturellement ne peuvent plus trouver leur place dans ce système. Il mentionne l'exclusion de la recherche de vérité (où il n'est pas rare d'entendre une chose et son contraire), au profit de la communication efficace et en vue de la plus grande audience possible. Le flux d'images assure ainsi l'effacement des mensonges, l'oubli de la parole et des faits. Le documentariste se trouve en contradiction totale avec cette logique, et subit par conséquent une pression terrible pour s'adapter au système ou en sortir. « On est dans un flux d'images. Ce qui empêche des gens comme nous de faire exister une seule image. Quand notre image est récupérée dans ce flux d'images, elle est avalée, niée, elle a disparu. » En poussant un peu les choses, Marc aime dire que la simple diffusion à la télévision d'une œuvre de création originale, avec un point de vue sur le monde, conduit à sa négation, « à l'effacement de son sens », parce qu'elle se trouve comme « avalée » par le flux d'images. « L'œuvre est prise en étau entre ce qui précède et ce qui suit, elle devient un moment de l'orchestration de cette massification intense des images. » Tout cela, ajoute-t-il, sert les intérêts de patrons, pour qui la télévision a une utilité commerciale. La fameuse phrase de Patrick Le Lay qui dit qu'il faut rendre les cerveaux disponibles à la publicité, est une évidence pour les patrons. C'est pourquoi beaucoup de gens de l'establishment n'ont pas compris pourquoi cette phrase avait tant choqué. « Il y a des annonceurs qui paient, il faut bien qu'ils s'y retrouvent ! », s'exclame-t-il, pour rendre compte de cette logique qu'il déteste.

Un rapport de force avec les responsables de télévision

Les producteurs, ou les responsables de programmes des chaînes, viennent souvent en salle de montage afin de vérifier si le film en train de se faire répond à leurs attentes. L'enjeu d'une telle pré-diffusion est pour le cinéaste de dissuader ce « premier public » de s'immiscer trop fortement dans la construction du film. Or, indépendamment du problème de la censure qu'ils exercent à cette occasion, la question se pose de savoir dans quelle mesure il est possible de juger d'un film *avant* son achèvement. Qu'il s'agisse de rushes ou d'un film en fin de montage, ces premiers spectateurs projettent leurs fantasmes ou leurs désirs sur le film, et ne l'accueillent pas comme le feront les spectateurs extérieurs

au processus de production face à une œuvre achevée. En outre, tout professionnels qu'ils soient, il leur est difficile de pouvoir émettre un avis à partir du premier visionnage d'un film encore en cours d'élaboration. Sandrine et Renaldo racontent ainsi qu'à plusieurs reprises, il leur est arrivé de montrer un « bout-à-bout » (film dans un état grossier), de se faire critiquer par le responsable de programme, puis de présenter le film à peu près inchangé, mais mixé et étalonné, et de s'entendre dire : « Voyez comme j'avais raison ! » par le représentant de la chaîne. Le couple de cinéastes en déduit qu'il faut éviter au maximum de montrer des films inachevés, quelle que soit l'expérience de l'interlocuteur.

Souvent, ils ont l'impression de ne pas parler la même langue que les responsables de production, parce que ces décisionnaires ignorent ou feignent d'ignorer le langage du cinéma, et qu'ils visent la réalisation d'un *produit* audiovisuel, là où les cinéastes cherchent à faire un *film* de cinéma. Ce que confirme de manière explicite Estelle : « On ne peut pas employer ce langage-là [du cinéma]. Ça ne se fait pas. C'est presque grossier » Le couple de réalisateurs le confirme en racontant le cas d'une réalisatrice qui souhaitait faire commencer son film par un long plan de paysage, silencieux, faisant apparaître graduellement le personnage principal. Le diffuseur s'y opposa au motif qu'il était inconcevable de commencer les cinq premières minutes d'un film sans voix off. La classique dichotomie était donc à l'œuvre une nouvelle fois : d'un côté la volonté de faire découvrir au fur et à mesure, de suggérer plutôt que d'expliquer, de l'autre la croyance qu'un film doit tout dire dès le départ afin d'être compris par tous et regardé en cours de route. « Le rapport au film n'est pas du tout du même ordre, et les décisionnaires de chaînes ne le comprennent pas. »

Estelle note également le fossé entre les dialogues qu'elle a avec le public lors des nombreuses projections de ses films, et l'idée que les décideurs télévisuels se font des attentes ou du niveau des téléspectateurs. Certes, elle retrouve la tendance à se focaliser sur le sujet au détriment de la forme et donc de la dimension cinématographique. Mais elle remarque néanmoins qu'il s'agit plus d'un effet d'entraînement de la télévision, que d'une limite du public lui-même. Au contraire, dès qu'un dialogue s'amorce, la curiosité et l'intelligence des spectateurs font rapidement ressortir leur réel intérêt pour les questions proprement cinématographiques. Du coup, ce constat « donne plus de force pour fermer les écoutilles aux propos très désespérants qui sont tenus dans les bureaux des chaînes ».

« Finalement quand on s'est baladé dans toute la France avec un film, on en sait beaucoup plus que ces gens des chaînes de télé qui ne sortent jamais de leur bureau et n'ont à faire qu'à des panels de Médiamétrie. Voilà un point où l'on en sait plus qu'eux, tout comme on sait mieux qu'eux comment faire un film, et comment parler de ce dont on a à parler. » (Estelle)

Cette idée d'intermédiaires qui faussent le rapport entre cinéastes et spectateurs se retrouve chez Laurence et Marc. Ils soulignent que les responsables de télévision occultent les films qui dérangent, mais oublient que « le désir d'être dérangé existe toujours du côté du public ».

« Ce sont les intermédiaires le problème. Ce qui est rageant, c'est que quand on est en contact avec le public, quel qu'il soit, intello ou populaire, ça marche très bien. Mais les intermédiaires ne sont pas au service du public, mais au service des annonceurs (donc l'argent et de leur intérêt). Le public est pris en otage. » (Laurence)

Jacinthe en vient à douter que le formatage amène plus de public, et surtout, voit dans l'attitude des responsables de programmes, la crainte de perdre son poste. Par conservatisme et en anticipant de manière fantasmée le comportement des téléspectateurs,

les décisionnaires préfèrent viser la vulgarisation et la simplification, plutôt que d'essayer de diffuser des programmes qui seraient moins consensuels, et qui pourraient leur valoir une réprimande de la part de leurs supérieurs.

« Les chargés de programmes sont dans une logique de sauver leur place et de faire mieux que leurs prédécesseurs. Ils ont peur... ils ne sont pas libres non plus. Ils ont l'impression qu'ils doivent s'inscrire dans une politique de vulgarisation pour... le clinquant serait censé amener plus de gens à regarder la télévision. Eux se disent : « Si ma case ne fait pas tant, je vais sauter. » Ils ont une pression aussi, peut-être inventée. Ils ont la volonté de plaire absolument. » (Jacinthe)

L'expérience de formatrice de Christine lui donne à penser qu'il existe un véritable problème de formation des responsables de programmes. Les relations conflictuelles sont donc renforcées, d'après elle, par le manque de culture documentaire chez des individus qui pourtant détiennent le pouvoir de décider si le film sera diffusé ou pas, et qui se permettent d'intervenir sur son contenu. Elle cite le cas d'un stage d'analyse de films documentaires à destination... de décideurs d'une chaîne câblée. Ces personnes n'avaient aucune culture documentaire. « Une fois qu'elles avaient dit : "C'est plutôt original, c'est sympa, j'aime, j'aime pas", elles avaient fait le tour de la question. Je pense que tous les décideurs auraient besoin de venir se former. » Mais, fait-elle remarquer aussitôt, « ceux-là avaient au moins eu la curiosité et la volonté de venir se former. Or ils ne sont qu'une minorité... »

UNE DEPENDANCE PSYCHOLOGIQUE

En dépit de leurs rapports agonistiques avec la télévision, les cinéastes documentaristes entretiennent un lien de dépendance psychologique, et pas seulement économique, avec elle. C'est là sans doute que réside la clé de la contradiction soulevée dans cet article, et qui constitue un impensé chez ces professionnels de l'image.

Atteindre le plus grand nombre

Une idée très répandue est en effet que la télévision est le seul moyen de toucher un public de plusieurs centaines de milliers de personnes (au minimum). L'évidence, derrière ce type de croyance, n'est pas simplement qu'il n'y aurait qu'un seul mode de diffusion valable (« Notre lieu essentiel d'expression, c'est la télévision : c'est quand même là que les films sont diffusés », explique Estelle), c'est surtout qu'il est *nécessaire* de viser un public aussi *quantitativement* important (« Même une diffusion aussi terrible que le samedi soir à minuit, c'est 300 000 personnes », défend Jacinthe). Pourtant c'est un point discutable : si en effet le documentaire de création est une forme plus rare et plus exigeante de production audiovisuelle traitant du réel, qu'il suppose une initiation et une culture de l'image, n'est-il pas alors naturel qu'il entre en conflit avec un média de masse ? Et ce conflit n'est-il pas d'autant plus prévisible que ce média fonctionne suivant une logique de marché plus qu'une logique de politique culturelle ? Les documentaristes se qualifient de *cinéastes*, parlent tous de *cinéma* et de documentaire de *création* : ne devraient-ils pas envisager qu'une telle revendication puisse aussi se heurter aux mêmes limites que beaucoup d'autres arts ?

Certes c'est bien dans le cadre d'une économie de « l'audiovisuel » (c'est-à-dire d'un système de financement destiné à une diffusion à la télévision, et non à une diffusion en salle de cinéma) que les documentaires sont produits et diffusés. Mais il s'agit là d'une caractéristique institutionnelle, reposant en grande partie sur la confusion entre les documentaires fonctionnels et les documentaires de création. Or les cinéastes ne devraient

pas être dupes d'une telle méprise. Le mode économique de production des films sur le réel ne saurait déterminer de manière définitive la nature du documentaire. Les cinéastes sont bien placés pour faire toute la différence entre la représentation commune qui préside au partage des financements, et une connaissance du potentiel expressif et poétique du cinéma de réalité. On pourrait penser par conséquent qu'ils comprendraient les limites d'une diffusion massive de leurs œuvres. Jacinthe, comme d'autres documentaristes, tient pourtant un discours paradoxal : elle affirme que TF1 attire la majorité des téléspectateurs, et en même temps se dit convaincue que « la télé c'est le vecteur le plus évident ». Le fait que TF1 soit la chaîne la plus regardée, malgré tout ce qu'elle représente, exerce semble-t-il sur elle, un attrait confus.

L'histoire des arts permet en tout cas de relativiser la marginalisation du documentaire de création. Il n'y a finalement rien de très étonnant à ce que des formes artistiques singulières se développent comme des pôles de création autour desquels gravite un public averti. Pour prendre l'exemple de la littérature, la plupart des écrivains ne vivent pas exclusivement de leur plume, et la poésie contemporaine reste très minoritaire en termes de volumes de tirages et de nombre de lecteurs. La reconnaissance par le grand public d'un courant artistique formaliste ou de films expérimentaux n'a finalement jamais été évidente. Et le cinéma de fiction ne connaît pas non plus un sort facile quand il s'éloigne des poncifs et de la finalité de divertissement. Or le cinéma documentaire se présente comme un équivalent de ces formes artistiques exigeantes, éloignées des attentes communes. Son paradoxe, c'est de se vouloir en même temps accessible au plus grand nombre. Mais n'est-il pas logique que cet écart finisse par se retourner contre les documentaristes eux-mêmes ?

Il est vrai qu'en tant que production cinématographique, le documentaire pourrait se targuer des vertus d'une diffusion numériquement conséquente dans la mesure où il fait partie de l'industrie du divertissement et du spectacle. Et le développement de la télévision a pu légitimement donner l'espoir d'un canal de diffusion idéal. De fait, le documentaire, conçu comme vecteur privilégié de transmission de connaissances et de découverte du monde, a pendant un temps (finalement très court) trouvé dans la télévision une place privilégiée, le petit écran étant considéré comme un outil d'éducation populaire et d'ouverture de la culture au plus grand nombre. Historiquement, la période bénéfique pour le documentaire de création à la télévision s'étale sur une douzaine d'années (de 1984 à 1996 environ), pendant lesquelles il y a eu une conjonction de facteurs favorables : un petit nombre de chaînes, une politique de télévision publique plus affirmée, le développement de la chaîne franco-allemande *Arte*, et une faible concurrence (peu de documentaristes). Cependant, hormis ces quelques années, et de rares espaces de liberté (l'*Ina* pendant un temps, quelques émissions sur France 3), la création documentaire a toujours été difficile. Le documentaire ne bénéficiait pas d'une bonne image (il a longtemps été associé aux actualités diffusées en première partie des séances de cinéma). Chris Marker, la grande figure mythique du documentaire, a lui-même connu des années de débrouille, filmant avec sa petite caméra, l'aide de ses copains et très peu d'argent. Et si aujourd'hui le documentaire connaît un succès considérable, c'est sous une forme utilitariste et informationnelle qu'il est perçu. La *création documentaire* à la télévision est donc circonscrite et aléatoire.

L'analyse critique des discours de cinéastes à l'égard de la télévision fait ainsi ressortir le regret d'un système privilégié disparu, dans lequel certains d'entre eux avaient une situation confortable, ou qui sert de référence pour d'autres plus jeunes. La plainte est donc souvent liée à la nostalgie de privilèges et de facilités qui ont ou qui « devraient »

exister, mais qui occultent les conditions avantageuses propres au développement de la télévision (période d'expérimentation), l'évolution sociopolitique de la France (qui a connu des gouvernements favorables à la culture), et l'essor du capitalisme ultra-libéral à l'échelle mondiale qui a rompu avec les idéaux de la culture et de l'éducation pour tous. Les cinéastes qui ont derrière eux une longue carrière sont nombreux à oublier que l'opportunité fantastique dont ils ont bénéficié était liée à un rapport de force historiquement daté, qui s'est depuis inversé, et qui n'a par conséquent aucun caractère d'évidence. Ils négligent le fait qu'avant l'arrivée d'Arte (qui s'est ouvert à un grand nombre de réalisateurs), il était nécessaire d'avoir sa carte de réalisateur de télévision, et qu'il y avait un mandarinat propre à la télévision (dont certains faisaient partie), comme il y en avait un au cinéma. Ils omettent enfin les conséquences d'une démocratisation de la réalisation documentaire, qui a participé à rendre plus difficile la sélection systématique des projets d'un même individu. Florence, qui a joué un rôle important au sein d'Addoc (association de cinéastes documentaristes), est consciente que le fait pour l'association de se situer toujours par rapport à la télévision est une impasse. « Ça ressemble beaucoup à un combat corporatiste, dit-elle, même si bien évidemment il faut défendre le service public. » Et Nicolas reconnaît lui-même que « l'idée que la télévision puisse appartenir à tout le monde et en particulier aux créateurs était une idée légitime », mais qu'elle ne l'est plus. Néanmoins, il persiste – comme beaucoup d'autres – à se focaliser sur la diffusion documentaire à la télévision, avec une représentation très négative de la diffusion restreinte : « On ne peut pas juste se dire qu'on va se les passer entre nous parce qu'on trouve ça très joli. » Mais en rester à ce rêve d'une télévision culturelle, d'une activité de production documentaire indexée sur la bonne volonté de la télévision, c'est néanmoins prendre le risque de ne pas pouvoir penser des solutions alternatives de production et de diffusion.

L'absence d'alternatives

Dans le témoignage de Jacinthe transparaît également, de façon très nette, l'idée que la télévision est la seule voie possible, de même qu'est évoqué l'objectif de toucher une population peu dotée en capital culturel, et donc peu susceptible de voir des documentaires ailleurs qu'à la télévision. L'ambition de transmettre un cinéma du réel accessible à tous, et de changer le monde par ses images, agit donc puissamment dans le sens d'un conservatisme à l'égard de la télévision.

« Ce que j'aime dans le documentaire qui passe à la télévision, c'est que ça touche vachement de gens. [...] Un regard qui pose un peu des questions, qui essaie d'être un tout petit peu indépendant, ça peut toucher des gens, et ça peut passer à la télévision, ça peut être quelque chose qui ne soit pas élitiste, intello, [ça peut être] simple, vachement accessible. [...] Un film qui n'est pas vu, c'est un film qui n'existe pas. » (Jacinthe)

Malgré le constat par Sandrine et Renaldo d'une fragilité grandissante de leur écosystème de production avec le durcissement des contraintes télévisuelles, le couple de cinéastes tient un discours où là encore, aucune issue ne leur semble possible hors de la télévision. La métaphore de la télévision qui serait équivalente à « l'air que l'on respire », en dit long sur leur dépendance psychologique à l'égard de ce média. Pour eux, si la télévision cessait de diffuser leurs films (et donc de permettre leur financement), ils estiment qu'ils devraient cesser totalement leur activité de cinéastes.

« On ne peut pas boycotter la télévision. C'est comme si on disait : « L'air est vicié, arrêtons de respirer. » [...] Les aides sont aujourd'hui à 100% subordonnées à une télédiffusion. Même en cinéma. Les décisionnaires de télévision, qui mettent rarement plus de 20% de

l'argent (c'est en général de 15% à 20%), conditionnent l'obtention de tout le reste du financement (car si eux disent oui, les autres suivent comme des moutons). C'est comme un jackpot : si vous avez une télé, pouf ça tombe. C'est tout ou rien. Tous les guichets sont subordonnés à une télédiffusion. » (Sandrine et Renaldo)

Même chez les documentaristes conscients que les contraintes de la télévision compromettent grandement leurs films, refuser la logique télévisuelle est extrêmement difficile. D'abord parce que les chargés de programmes jouent sur le désir immodéré des cinéastes documentaristes de voir aboutir leurs films. Pour mener un projet cinématographique à sa fin, compte-tenu de tous les obstacles qui se présentent, le cinéaste déploie une énergie vitale dont savent user les responsables de télévision pour diminuer les budgets, en laissant les documentaristes compenser par leur bonne volonté les manques qui en résultent. La miniaturisation des caméras et la démocratisation des bancs de montage ont favorisé la création indépendante autant qu'elles ont permis aux chaînes et aux sociétés de production de réduire les coûts. Katiana l'évoque avec une grande lucidité, et fait une comparaison avec les histoires d'amour, dans lesquels les protagonistes peuvent, malgré la conscience objective d'éléments rédhibitoires, maintenir la relation à tout prix. Le développement d'une relation de confiance avec les personnes filmées est également ce qui piège le cinéaste, qui se sent redevable vis-à-vis d'eux.

« Comment on accepte l'inacceptable ? Parce qu'on a quand même très envie de faire le film. Ce sont des histoires d'amour. Quand on aime quelqu'un on est amené à accepter l'inacceptable. On ne devrait pas accepter de monter un 52' en 4 semaines. On sait que ça ne ressemblera pas vraiment à ce qu'on a envie. [...] Donc on est dans la frustration de nos désirs [par amour du cinéma]. Mais bon, on le fait quand même. On va essayer de le faire par tous les moyens ; on va accepter tout et n'importe quoi pour arriver au bout de quelque chose et ça ne sera pas le bout qu'on veut. Les diffuseurs, les producteurs le savent. Du coup ils font confiance parce qu'ils savent que ça t'habite tellement que tu iras jusqu'au bout. Ils prennent le risque parce qu'ils savent que le cinéma donne un sens à notre vie. Le producteur sait que s'il limite les moyens, le réalisateur fera quand même son film. Il faut qu'on réfléchisse à ce type de paradoxe, de contradiction. [...] » (Katiana)

« Les producteurs et les diffuseurs manipulent vachement parce qu'il y a un enjeu [affectif]. On a projeté quelque chose avec des gens qui vont nous raconter leur existence. Leur dire : « Non, on ne va pas jusqu'au bout parce que je n'ai pas les moyens », c'est terrible. Tu as noué une relation, tu as démontré l'importance de faire le film, tu l'as convaincu de donner (parce qu'on vient prendre beaucoup). C'est très difficile de dire : « Finalement non, on laisse tomber » parce que la chaîne a dit non. Et pourtant c'est ça qu'il faudrait faire pour arrêter d'être piégé. » (Katiana)

Le cas de Bernard est intéressant parce qu'il révèle à quel point le phénomène d'attraction/répulsion peut aller loin dans la contradiction. Les avantages de la télévision sont manifestement très importants pour lui — c'est l'attraction. Il indique très clairement que le métier de réalisateur de films pour la télévision est rémunérateur, que la télévision est la principale source de financement, et qu'elle permet aux films d'être diffusés auprès d'un large public. « Je fais des films pour qu'ils soient vus », dit-il. Sa méthodologie montre qu'il façonne ses films de manière à ce qu'ils conviennent aux productions et aux chaînes (en proposant une liste de sujets de films tirés de la presse), toutes choses qui sont susceptibles d'éloigner de la pratique documentaire (en ce sens que le documentariste cherche *a priori* à développer un projet personnel, et élabore un point de vue de cinéma, indépendant du diffuseur). De fait, il se retrouve à réaliser des films pour la télévision, des films d'investigation comme il l'avouera lui-même. Mais *en même temps* il partage avec tous

les documentaristes un certain nombre de critiques (télévision molle, programmes de mauvaise qualité, méconnaissance des exigences du cinéma documentaire, etc.) — c'est la répulsion, et il qualifie spontanément ses films de "documentaires". Revendiquant par là une identité plus noble de documentariste, il va même jusqu'à militer activement au sein de l'association Addoc. Autrement dit, son attirance pour les apports de la télévision le conduit à réaliser des documentaires journalistiques d'investigation (engagés dans la dénonciation de pratiques abusives ou d'injustices diverses, mais néanmoins des produits télévisuels), tout en se rattachant au documentaire de création. Cette dénégation est intéressante, et symptomatiquement révélatrice de la tendance schizophrénique que favorise le phénomène d'attraction/répulsion. Elle montre peut-être aussi comment se construit ce paradoxe par lequel un sujet peut trahir, sans s'en rendre compte, la cause même qu'il défend.

Mais, preuve que la rupture est possible, une cinéaste comme Katiana a finalement décidé de quitter la télévision et de gagner sa vie autrement (en faisant de la radio et de l'enseignement), considérant que le fossé entre la télévision et les cinéastes documentaristes n'était plus tenable d'un point de vue éthique. « Il y a un moment où ce n'est plus possible », s'exclame-t-elle, rappelant que les documentaristes entretiennent le système qu'ils dénoncent, et qu'ils sont donc également responsables de ce choix.

« Il y a un moment c'est plus possible. Il y a un problème de conscience. [...] Quand l'écart est trop grand, il faut arrêter. [...] Nous les documentaristes ou les journalistes, les reporters, il faut qu'on soit assez clairs là-dessus. Ce n'est pas toujours l'autre le méchant. Celui qui manipule. Nous aussi on est responsables de ça. Qu'est-ce que je fais ? J'arrête et je vais planter des tomates ? Est-ce que je continue dans le système ? Il faut arrêter de dire : je ne suis pas responsable ! » (Katiana)

L'analyse des discours des cinéastes documentaristes à propos de la télévision, et le paradoxe d'une haine d'un média dont ils n'imaginent pas se passer, souligne encore une fois le rapport d'extrême dépendance économique de ces auteurs à l'égard des décisionnaires de la télévision. Cette situation provoque des répercussions identitaires et psychologiques profondes. Les rapports de force dans le champ du cinéma documentaire, entre auteurs et représentants des intérêts de la télévision, semblent avoir pris des proportions hors du commun depuis ces dernières d'années. C'est que l'enjeu dépasse la réussite individuelle de tel ou tel auteur, mais concerne la reconnaissance et la légitimité d'une conception du cinéma documentaire fondé sur la subjectivité et la réinterprétation de notre monde. L'affrontement est également politique, le documentaire d'auteur constituant le plus souvent une dénonciation des lieux communs (en particulier ceux véhiculés par le pouvoir à travers la télévision), ou à tout le moins une tentative de respecter la complexité des sujets traités, contre les visions simplificatrices. Cependant, le développement exponentiel de l'audiovisuel sur le web, des procédés d'interactivité, la généralisation des écrans, et la place de plus en plus faible de la télévision dans les pratiques culturelles, constituent probablement des éléments nouveaux susceptibles de redistribuer les cartes.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Breton, Stéphane (2005), *Télévison*, Grasset & Fasquelle/Hachette Littératures.
- Comolli, Jean-Louis (2004), *Voir et pouvoir. L'innocence perdue : cinéma, télévision, fiction, documentaire*, Verdier.
- Dagnaud, Monique (2006), *Les artisans de l'imaginaire. Comment la télévision fabrique la culture de masse*, Armand Colin.
- Gauthier, Guy (1995), *Le documentaire, un autre cinéma*, Nathan, coll. « Nathan université ».
- Guynn, William (2001), *Un cinéma de non-fiction. Le documentaire classique à l'épreuve de la théorie*, Associated University Presses, 1990, trad. Jean-Luc Lioult, Publications de l'Université de Provence.
- Heinich, Nathalie (1998), *Ce que l'art fait à la sociologie*, Minuit.
- Niney, François (2002), *L'Épreuve du réel à l'écran. Essai sur le principe de réalité documentaire*. De Boeck, coll. « Arts et cinéma », (2^{ème} édition).

Les réseaux sociaux : le nouveau défi de la communication institutionnelle hospitalière

Article inédit. Mis en ligne le 31 janvier 2012.

Pablo Medina Aguerrebere

Pablo Medina est enseignant-chercheur à la Faculté de Communication de l'Université de Navarre (Espagne) où il fait des recherches dans le domaine de la communication sanitaire.

Plan

Introduction

Le rôle socialisateur de la communication institutionnelle hospitalière

Les réseaux sociaux et la communication institutionnelle hospitalière

Les stratégies de communication institutionnelle sur Facebook dans les hôpitaux des États-Unis et du Canada

Conclusions

Références bibliographiques

Résumé

Les institutions hospitalières s'intéressent de plus en plus à la communication institutionnelle comme agent de socialisation leur permettant d'établir de bons rapports avec leurs groupes d'intérêt. Dans ce cadre, les réseaux sociaux en ligne constituent une opportunité très intéressante. Cet article analyse le profil Facebook de 100 hôpitaux des États-Unis et du Canada à l'aide de 11 indicateurs portant sur la présentation institutionnelle de l'hôpital, le caractère commercial et le caractère pédagogique. L'analyse évalue donc la stratégie de communication institutionnelle utilisée sur Facebook et le niveau d'interaction proposé aux usagers. La conclusion de l'article est que les hôpitaux doivent comprendre la différence entre les pages Web précédentes (Web 1.0) et les réseaux sociaux (Web 2.0), lesquels visent l'échange d'expériences, la participation du patient, et la socialisation de l'hôpital.

Mots clé : hôpital, communication institutionnelle, réseaux sociaux, interaction, socialisation.

Abstract

Hospitals are more and more interested in corporate communication as an agent of socialization to establish good relations with their stakeholders. In this context, online social networks are a very interesting opportunity. This paper analyzes the Facebook profile of 100 hospitals in the United States and the Canada with 11 indicators about the corporate presentation of the hospital, the commercial nature and the pedagogical nature. The analysis therefore evaluates the corporate communication's strategy used on Facebook and the level of interaction proposed to users. The conclusion of this paper is that hospitals must understand the difference between the previous Websites (Web 1.0) and social networks (Web 2.0), which are aimed at the exchange of experiences, the patients' participation, and the socialization of hospital.

Keywords : Hospital, corporate communication, social networks, interaction, socialization.

Resumen

Las instituciones hospitalarias se interesan cada vez más por la comunicación institucional como agente de socialización que les permita establecer buenas relaciones con sus grupos de interés. En este contexto, las redes sociales en línea constituyen una oportunidad muy interesante. Este artículo analiza el perfil Facebook de 100 hospitales de Estados Unidos y Canadá con la ayuda de 11 indicadores referentes a la presentación institucional del hospital, al carácter comercial y al carácter pedagógico. El análisis evalúa pues la estrategia de comunicación institucional utilizada en Facebook y el nivel de interacción ofrecido a los usuarios. La conclusión del artículo es que los hospitales deben comprender la diferencia entre las páginas Web anteriores (Web 1.0) y las redes sociales (Web 2.0), las cuales buscan el intercambio de experiencias, la participación del paciente, y la socialización del hospital.

Palabras clave: hospital, comunicación institucional, redes sociales, interacción, socialización.

INTRODUCTION

L'intérêt suscité par les sujets concernant la santé, d'une part, et le développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication, d'une autre part, ont conduit certains hôpitaux à mettre en place des stratégies de communication institutionnelle dont le but est l'amélioration des rapports qu'ils établissent avec leurs groupes d'intérêt, soit, avec l'ensemble des acteurs sociaux ayant un intérêt dans l'hôpital (patients, médias, autorités sanitaires, etc.). La communication institutionnelle acquiert un rôle socialisateur qui aide l'hôpital à rester en contact avec sa communauté de référence. Dans ce cadre, l'utilisation des réseaux sociaux en ligne comme outil de la communication institutionnelle hospitalière devient de plus en plus courant grâce aux possibilités d'interaction et de participation que ces outils offrent aux patients.

L'objectif de l'article est de savoir si dans le contexte hospitalier, les réseaux sociaux constituent vraiment un outil stratégique de communication institutionnelle, autrement dit, un outil capable de satisfaire aux besoins communicationnels de l'hôpital et de ses patients. Afin de mieux comprendre cette réalité, l'article analyse, en premier lieu, le rôle socialisateur de la communication institutionnelle hospitalière ; en deuxième lieu, l'impact des réseaux sociaux dans la communication institutionnelle des hôpitaux ; et finalement, avant les conclusions, les stratégies de communication institutionnelle utilisées sur Facebook par les hôpitaux des États-Unis et du Canada.

LE RÔLE SOCIALISATEUR DE LA COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE HOSPITALIÈRE

Van Riel et Fombrun (2007, p.25) considèrent que la communication institutionnelle est « l'ensemble d'activités incluses dans la gestion et dans l'organisation de toutes les communications internes et externes dont l'objectif est de créer des points de départ favorables par rapport aux groupes d'intérêts dont dépend l'organisation ». La communication institutionnelle joue un rôle socialisateur dans le sens où la mise en place des actions de communication (conférences de presse, colloques, pages Web, etc.) aide l'hôpital à s'intégrer dans sa société de référence (ville, région, pays) et ainsi à devenir un acteur social à part entière. De cette manière, grâce à la communication institutionnelle, l'hôpital n'est plus une institution fermée sur elle-même, mais ouverte à la société.

L'instauration de la communication institutionnelle comme outil stratégique contribue à la socialisation de l'hôpital de cinq manières différentes: 1) adaptation aux changements du contexte, 2) développement de la réputation, 3) gestion de certains problèmes avec les groupes d'intérêt, 4) diffusion des connaissances scientifiques et 5) promotion de l'éducation de la population dans les habitudes saines.

En premier lieu, la communication institutionnelle aide l'hôpital à s'adapter au contexte changeant, autant d'un point de vue communicationnel qu'organisationnel. Étant donné que les hôpitaux sont des institutions qui résistent beaucoup aux changements, autant structurels que culturels (Mckee, Martin ; Healy, Judith, 2002), le rôle de la communication devient stratégique parce qu'elle mène les employés à accepter une vision univoque de l'organisation et donc à s'identifier avec elle (Dutermie, Claude, 2007). Dans ce contexte changeant, l'information devient un outil stratégique. Ainsi, d'une part, le patient, grâce aux technologies de la communication, a de plus en plus d'accès aux informations médicales, ce qui fait changer les rapports médecin-patient (Blanco Coronado, Juan, 2006) ; et d'une autre part, la gestion correcte de l'information aide les hôpitaux à mitiger les effets des crises organisationnelles, lesquelles sont fréquentes dans les contextes changeants.

En deuxième lieu, la communication institutionnelle joue un rôle fondamental dans le développement de la réputation de l'hôpital. La réputation n'est pas une simple impression, mais une vraie évaluation que font les groupes d'intérêt sur l'organisation (Cornelissen, Joep, 2008). Cette évaluation est influencée par des facteurs organisationnels et communicationnels, notamment par l'image de marque de l'institution. Le rendement de l'identité et de l'image de marque s'évalue par la capacité de l'organisation à attirer et à fidéliser des clients, l'habilité à promouvoir la vente croisée de produits, et la capacité à instaurer une présence mentale de l'image de l'institution dans la mémoire collective (Costa, Joan, 2001, p. 81). Dans ce cadre, l'hôpital peut avoir recours aux actions de responsabilité sociale, lesquelles sont en rapport direct avec le secteur sanitaire (Mugarza, Fernando, 2006).

En troisième lieu, la communication institutionnelle aide l'hôpital à gérer certains problèmes avec les groupes d'intérêt. La communication est un processus relationnel global qui va au-delà de la simple transmission d'informations (Condit, Celeste, 2005), d'où l'importance de surveiller les problèmes communicationnels qui peuvent exister avec les cinq groupes d'intérêt dont dépendent les institutions: les employés, les clients, les investisseurs, le gouvernement, et la société dans son ensemble (Van Riel, Cees ; Fombrun, Charles, 2007, p. 181). Les professionnels de la communication travaillant à l'hôpital deviennent les intermédiaires entre l'hôpital et les groupes d'intérêt externes et aident l'organisation hospitalière à gérer les conflits.

En ce qui concerne les patients, étant donné que, d'une part, l'état d'anxiété subi par certains patients lors des consultations médicales à l'hôpital les empêche de s'exprimer verbalement d'une manière précise (Bensing, Jozien *et al.* 2008) ; et que, d'une autre part, le médecin accorde une importance de plus en plus importante aux décisions prises par le patient (Reid, Graham, 2008), il est normal que le rôle de la communication institutionnelle comme élément promouvant l'autorité scientifique du professionnel de la santé devienne fondamental. Les patients, guidés par leur rôle actif, participent aux processus de décision menés par le professionnel de la santé (Prosser, Caroline ; King, Lorraine, 2009), c'est pourquoi l'un des objectifs de la communication institutionnelle est la mise en valeur de la figure de ce professionnel.

En quatrième lieu, la communication institutionnelle joue un rôle stratégique dans la diffusion des connaissances scientifiques produites à l'intérieur de l'hôpital. La divulgation d'informations exige de la part du professionnel de la communication de santé la considération de trois éléments : le langage, le contenu scientifique et la crédibilité (Martinez Solana, Yolanda, 2006, p. 101). En plus, les informations scientifiques, même si elles ont des applications pratiques, peuvent, à la longue, être mises en cause (De Semir, Vladimir, 2000). Donc, la diffusion efficace d'informations médicales constitue une activité compliquée qui exige la participation du professionnel de la communication, mais aussi celle du professionnel de la santé. Les deux professionnels travaillent à la conception d'un message scientifique aussi rigoureux que compréhensible.

Et finalement, en cinquième lieu, la communication institutionnelle permet à l'hôpital de mettre en place des activités communicationnelles dont le but est l'éducation sanitaire de la population. Le changement des comportements de santé du citoyen constitue l'un des objectifs les plus importants dans le milieu de la communication de santé (De Guise, Jacques, 1995). La communication institutionnelle de l'hôpital promeut l'éducation du patient dans les habitudes saines parce que, d'une part, la diffusion d'informations de qualité suppose pour les hôpitaux un avantage compétitif (Merida, Johns, 2002) ; et parce que d'une autre part, l'éducation du patient dans les habitudes saines est l'une des stratégies les plus utilisées par les institutions sanitaires qui s'intéressent à la création de rapports stables et satisfaisants avec leur communauté de référence (Parsons, Patricia, 2001). Pour les médecins, la communication avec le patient implique la considération de ce dernier comme un individu à part entière (Bonneville, Luc ; Sicotte, Claude, 2008), d'où l'intérêt que l'hôpital communique avec lui d'une manière constante dans le temps et sur plusieurs sujets, et non pas uniquement au moment de la consultation sur place à l'hôpital.

LES RESEAUX SOCIAUX ET LA COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE HOSPITALIERE

Les citoyens s'intéressent de plus en plus à l'Internet comme source d'information sanitaire, même si l'utilisation qu'ils en font dépend de plusieurs facteurs comme par exemple l'âge, le sujet traité ou encore le niveau de formation et de compréhension de l'information médicale. Dans les prochaines années, l'Internet pourrait contribuer à réduire les inégalités sociales en ce qui concerne la prévention primaire, la promotion de la santé et l'éducation à la santé (Renahy, Émilie, 2009, p. 39). L'importance de l'Internet comme outil d'éducation du patient (Sierra Caballero, Francisco, 2002) a mené les hôpitaux à développer des pages Web, y compris certains outils du Web 2.0. Le rôle actif du patient trouve dans les outils du Web 2.0 un moyen qui peut l'aider à participer dans le milieu médical. Ainsi, le Web 2.0 met en valeur les contenus générés par les utilisateurs, la

production collective de connaissances et le partage d'expériences personnelles (Adams, Samantha, 2010, p. 394).

Les réseaux sociaux font changer un peu les stratégies de communication institutionnelle des hôpitaux. Même si la communication institutionnelle constitue un métier qui n'est pas très développé dans le milieu hospitalier, les outils du Web 2.0 peuvent aider les hôpitaux à mettre en place des stratégies de communication plus efficaces et plus créatives. C'est pourquoi les hôpitaux aident les patients et les professionnels de la santé à comprendre et à optimiser l'utilisation des outils du Web 2.0. Ainsi, d'un point de vue communicationnel, les hôpitaux *cèdent* leur pouvoir aux professionnels de la santé et aux patients, lesquels, grâce aux applications du Web 2.0, deviennent les vrais protagonistes de la communication institutionnelle hospitalière. La différence principale existante entre la communication traditionnelle (publicité, envoi de communiqués de presse, etc.) et la communication à travers les outils du Web 2.0 réside dans le protagonisme actuel des personnes, et non pas des institutions, autrement dit, le protagonisme du professionnel de la santé et du patient, et non pas de l'institution hospitalière.

Néanmoins, même si le patient devient un vrai protagoniste de la santé, il faut dire que tous les patients ne connaissent pas les applications du Web 2.0, et même s'ils les connaissent, parfois ils préfèrent se rendre à l'hôpital et parler directement avec les professionnels de santé. Autrement dit, le Web 2.0 devient un outil intéressant, mais, d'une part, il ne change pas d'une manière radicale le comportement du patient, et d'une autre part, ces applications en ligne exigent des patients une période d'apprentissage préalable. Ainsi, les patients doivent apprendre à gérer les outils de communication du Web 2.0. Étant donné que les étudiants en médecine et les médecins internistes utilisent très souvent les applications en ligne comme Facebook, il devient important de leur apprendre à gérer les informations qu'ils diffusent à travers ces applications afin d'éviter à l'avenir d'éventuelles conséquences professionnelles négatives (Thompson, Lindsay *et al.* 2008). Par ailleurs, la promotion du Web 2.0 parmi les médecins travaillant dans les Unités des Soins Intensifs représente une opportunité intéressante qui peut déboucher sur la génération de connaissances ainsi que sur le développement de ce métier (Vázquez *et al.* 2009). Le « protagonisme » des personnes et non pas des institutions suppose plusieurs avantages pour les hôpitaux. Ainsi, par exemple, les *blogs* sur les sujets sanitaires permettent aux organisations sanitaires de mieux comprendre les représentations que les patients se font sur la santé et sur la maladie (Legros, Michel, 2009).

Ce caractère personnel de la communication hospitalière à travers le Web 2.0 est à la base de l'approche éducative, et non pas commerciale, qui s'impose dans ce secteur. Le pouvoir pédagogique du Web 2.0 ne doit pas être négligé, notamment en ce qui concerne les groupes défavorisés comme les personnes handicapées, les personnes âgées, ainsi que d'autres groupes comme les patients qui habitent dans des endroits isolés d'un point de vue géographique (Kamel Boulos, Maged ; Wheeler, Steve, 2007, p. 17). Ainsi par exemple, les applications du monde virtuel de Second Life peuvent aider les personnes âgées et les malades à combattre l'isolement et la solitude (Kamel Boulos, Maged *et al.* 2007). Ce genre d'initiatives peut aider le patient à mieux prendre en charge sa maladie, c'est pourquoi, on peut dire que la communication à travers le Web 2.0 devient presque un outil thérapeutique. Ainsi, le Web 2.0 a donné lieu au développement des groupes de patients et d'appui, comme par exemple MySpace Cure Diabetes Group (McLean, Rick *et al.* 2007). Ces groupes ont une valeur importante pour les patients, non seulement parce que les patients reçoivent de ces groupes un appui émotionnel et affectif, mais aussi parce que ces groupes diffusent des connaissances médicales (expériences des autres personnes malades), lesquelles sont très prisées par les patients.

Pourtant, au quotidien, les patients considèrent souvent les professionnels de la santé comme des experts capables de valider ou d'invalidier les informations trouvées sur Internet (Wyatt, Sally *et al.* 2004), d'où l'importance que l'hôpital adopte une approche communicationnelle globale incluant le rôle du Web 2.0, mais aussi celui des professionnels de la santé travaillant dans les hôpitaux. Autrement dit, les réseaux sociaux proposent une médiation interpersonnelle et moins professionnelle, ce qui fait diminuer le niveau de responsabilité et de qualité (Campos Freire, Francisco, 2008). Ainsi, parfois, les émetteurs des informations médicales ne sont pas des experts dans le sujet, et ils parlent uniquement de leur expérience personnelle, d'où l'intérêt que les patients fassent la différence entre les informations d'expériences diffusées par d'autres patients et les informations scientifiques transmises par les professionnels de la santé. C'est pourquoi l'Internet ne peut être isolé des autres sources d'information de santé utilisées au quotidien, comme par exemple les médecins et les médias traditionnels (Lemire, Marc, 2009). Quoi qu'il en soit, le caractère personnel du Web 2.0 permet la promotion de la créativité dans la communication hospitalière. C'est-à-dire, l'intérêt du Web social ne réside pas dans les applications et les plate-formes techniques, mais dans les manières créatives qu'ont les usagers de les utiliser (Millerand, Florence, 2010).

Finalement, il faut dire que, même si les applications du Web 2.0 ne peuvent pas résoudre tous les problèmes du système sanitaire, si l'on associe ces applications avec d'autres comme les sites Internet de santé personnalisés, les plate-formes intégrées et les services intelligents de télésanté, le Web 2.0 peut jouer un rôle fondamental dans le système sanitaire (Deshpande, Amol ; Jadad, Alejandro, 2006, p. 336). La personnalisation joue un rôle important parce que l'usage de l'Internet pour des recherches sur des sujets sanitaires est très lié à l'intimité des expériences de santé vécues par les patients (Kivits, Joëlle, 2009). Les protagonistes (professionnels de la santé et patients) deviennent le lien communicationnel de l'hôpital avec la société, ce qui exige de prendre en compte plusieurs aspects, dont l'âge de ces protagonistes. Ainsi, les nouveaux programmes de communication de santé qui utilisent les réseaux sociaux en ligne doivent considérer, avant tout, l'âge de la population ciblée (Sylvia, Weng-ying *et al.* 2009). Pourtant, on pourrait aussi ajouter d'autres facteurs comme les sujets traités, ou les outils technologiques dont dispose la population parce que, parfois, les populations qui ont le plus besoin de ces outils n'y ont pas accès.

LES STRATEGIES DE COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE SUR FACEBOOK DANS LES HOPITAUX DES ETATS-UNIS ET DU CANADA

Méthodologie

Dans le but de mieux comprendre la réalité analysée dans cet article, on a réalisé une étude dont l'objectif est d'évaluer les stratégies de communication institutionnelle que les hôpitaux des États-Unis et du Canada utilisent sur Facebook. Même si le contexte de chaque pays est plutôt différent (système sanitaire publique au Canada, et privé aux États-Unis), et que le contexte influence le comportement des usagers des réseaux sociaux, on a choisi ces deux pays en raison de leur bon niveau de développement en ce qui concerne la communication institutionnelle en ligne. Néanmoins, on ne peut pas nier que la mise en œuvre de stratégies de communication varie énormément entre le public et le privé,

notamment en ce qui concerne le besoin des hôpitaux d'attirer de nouveaux patients, d'élargir leur part de marché, de personnaliser les actions de communication, etc.

Pour réaliser cette étude, on a eu recours au classement *Ranking Web d'Hôpitaux du Monde*, élaboré par le Département de Cybermétrie du Conseil National de Recherches Scientifiques d'Espagne.¹ Parmi les différents classements proposés par cet organisme de recherche, on a choisi le classement *Top USA & Canada*², lequel comportait, au mois de janvier 2011, les cent meilleurs hôpitaux de ces deux pays³.

Compte tenu de ce classement, on a analysé le profil Facebook de chaque hôpital. Pour ce faire, on a toujours choisi le profil regroupant l'hôpital dans son ensemble, et non pas le profil d'un département ou d'un siège géographique de l'hôpital. Ainsi par exemple, dans le cas de Mayo Clinic Scottsdale en Arizona, on a analysé uniquement le profil institutionnel de Mayo Clinic, et non pas celui de son siège en Arizona. Par ailleurs, dans les cas où un hôpital disposait de plusieurs profils sur Facebook, on a toujours choisi celui qui disposait de plus de visites (mention *personnes qui aiment ça*), ou celui qui était le mieux développé (design, structure, informations, etc.).

L'analyse de chaque profil Facebook a été réalisée à l'aide de 11 indicateurs différents permettant d'évaluer l'approche de communication institutionnelle utilisée par chaque hôpital ainsi que le niveau d'interaction proposé aux usagers⁴. Ces indicateurs peuvent se classer en trois groupes différents.

En premier lieu, la présentation institutionnelle de l'hôpital (3 indicateurs). On a considéré la rubrique de Facebook nommée *Infos* et on a analysé les informations diffusées par l'hôpital 1°) description de l'organisation et 2°) description de sa mission- ainsi que la possibilité offerte à l'utilisateur d'interagir avec d'autres sites Internet diffusant des informations sur l'hôpital 3°) présence de liens externes vers d'autres sites où l'institution est présente. La diffusion d'informations complètes sur l'institution constitue un levier de changement qui peut pousser l'utilisateur à interagir avec l'hôpital, que ce soit au moyen de l'Internet ou d'autres dispositifs (téléphone, consultation sur place, etc.).

En deuxième lieu, le caractère commercial et de vente (3 indicateurs). Pour ce faire, on a analysé, dans la rubrique *Mur* si l'hôpital utilise comme photo de présentation le logo de l'institution, ce qui dénote un caractère de vente 1°) photo de profil ; si l'institution encourage les usagers à se rendre à l'hôpital afin se faire soigner 2°) prise de rendez-vous avec le médecin ; et si l'hôpital profite de la section *favoris* pour faire connaître aux patients les différents départements de l'hôpital 3°) liens vers les départements ou unités de l'hôpital. On cherchait à savoir si les hôpitaux veulent interagir avec les patients en fonction de critères informationnels ou commerciaux ainsi que l'influence de cette décision sur l'ensemble de la communication réalisée sur Facebook.

Enfin, en troisième lieu, le caractère pédagogique visant l'éducation du patient dans les sujets concernant la santé (5 indicateurs). L'étude de cet ensemble de critères s'est basée sur la considération de plusieurs rubriques de Facebook. Ainsi, dans la rubrique *Discussion*, on a analysé l'existence de groupes de discussion classés selon la pathologie subie par le patient, ce qui peut donner lieu aux communautés de patients - 1°) groupes de patients ; dans la rubrique *Vidéos*, l'existence de vidéos sur les traitements médicaux proposés par l'hôpital 2°) existence de vidéos- ainsi que la présence de commentaires réalisés par les patients et portant sur le contenu de ces vidéos 3°) présence de commentaires ; dans la rubrique *Articles*, la présence d'articles sur des sujets sanitaires à caractère pédagogique 4°) existence d'articles ; et finalement, dans la rubrique *Évènements*, l'existence d'informations sur des événements pédagogiques tels que les conférences sanitaires, ou les cours de formation 5°) Présence d'informations sur les événements pédagogiques. Cet ensemble

d'indicateurs avait pour objectif d'évaluer si les hôpitaux prennent en considération les facteurs de la personnalisation et de l'interaction comme étant des éléments clé dans l'éducation du patient dans les sujets de santé.

Résultats

Le premier chiffre intéressant de cette étude est le fait que le 84% des hôpitaux présents dans le classement *Top USA & Canada* disposait d'un profil activé sur Facebook. Autrement dit, dans 16% des cas étudiés, soit les hôpitaux ne disposaient pas d'une page sur Facebook, soit ils en disposaient d'une, mais celle-ci était complètement vide. En tenant compte du profil Facebook des 84 hôpitaux, on a réalisé une étude dont le but était de mieux connaître l'approche de communication institutionnelle utilisée par chaque hôpital dans les réseaux sociaux. Dans le *Tableau 1*, on présente les résultats de l'étude classés en fonction des trois groupes d'indicateurs établis dans la rubrique précédente de cet article: 1) présentation institutionnelle de l'hôpital, 2) caractère commercial et de vente, et 3) caractère pédagogique visant l'éducation du patient dans les sujets concernant la santé.

Tableau 1. Résumé des résultats obtenus

Indicateur	Nombre d'hôpitaux respectant cet indicateur	Pourcentage
1. PRESENTATION INSTITUTIONNELLE		
Rubrique de Facebook nommée <i>Infos</i>		
1. Existence d'une description de l'organisation.	69/84	82,1%
2. Explication de la mission de l'hôpital.	36/84	42,9%
3. Présence de liens externes vers d'autres sites où soit présent l'hôpital (Wikipedia, site Internet officiel de l'hôpital, etc.).	76/84	90,5%
2. CARACTERE COMMERCIAL/VENTE		
Rubrique de Facebook nommée <i>Mur</i>		
1. Présence du logo de l'hôpital comme <i>photo de profil</i> .	30/84	35,7%
2. Existence d'un texte incitant les patients à prendre un rendez-vous à l'hôpital pour se faire soigner.	7/84	8,3%
3. Présence, dans la section de <i>favoris</i> , de liens vers les départements ou unités organisationnels adhérents à l'hôpital.	37/84	44%
3. CARACTERE PÉDAGOGIQUE		
Rubrique de Facebook nommée <i>Discussion</i>		
1. Existence de groupes classés selon la pathologie subie par le patient.	22/84	26,2%
Rubrique de Facebook nommée <i>Vidéos</i>		
1. Existence de vidéos sur les traitements médicaux.	34/84	40,5%
2. Présence de commentaires réalisés par les patients sur ces vidéos.	32/84	38,1%
Rubrique de Facebook nommée <i>Articles</i>		
1. Existence d'articles portant sur des sujets médicaux.	23/84	27,4%
Rubrique de Facebook nommée <i>Événements</i>		
1. Présence d'informations sur des événements à caractère pédagogique (conférences sanitaires, cours, réunions, etc.).	38/84	45,2%

Les chiffres présentés dans ce tableau démontrent une réalité très intéressante: les hôpitaux accordent une importance particulière à la diffusion de leur identité institutionnelle à travers les applications de Facebook (description de l'organisation et de la mission, existence de liens vers d'autres sites où l'hôpital est présent, etc.). Autrement dit,

les hôpitaux privilégient l'approche pédagogique et informationnelle sur l'approche commerciale, ce qui donne lieu à des initiatives dont le but est de permettre aux patients de mieux connaître l'institution ainsi que les sujets concernant la santé. Ainsi, dans le *Tableau 2*, on peut voir comment les indicateurs à caractère commercial, notamment la présence du logo et la demande de rendez-vous, sont situés en bas du tableau (poste 8 et 11 respectivement).

Tableau 2. Indicateurs les plus respectés

Indicateur	Pourcentage d'hôpitaux respectant cet indicateur
1. Liens externes vers d'autres sites.	90,5%
2. Description de l'organisation.	82,1%
3. Évènements à caractère pédagogique.	45,2%
4. Favoris - liens institutionnels.	44%
5. Explication de la mission de l'hôpital.	42,9%
6. Vidéos sur les traitements médicaux.	40,5%
7. Commentaires réalisés par les patients.	38,1%
8. Premier plan du logo de l'hôpital.	35,7%
9. Articles sur les sujets médicaux.	27,4%
10. Groupes selon la pathologie du patient.	26,2%
11. Demande de rendez-vous à l'hôpital.	8,3%

Après avoir analysé le profil Facebook des 84 hôpitaux des États-Unis et du Canada, on peut dire que ces institutions, dans leur ensemble, ont parié sur le Web 2.0 comme stratégie complémentaire de leurs actions de communication institutionnelle. Cette réalité donne lieu à des profils Facebook très performants, comme par exemple ceux de Cleveland Clinic, University of California Los Angeles Health System, et Ochsner Health System. Néanmoins, il faut mettre en avant le fait que dans certains cas, les hôpitaux ont recours à leur profil Wikipedia comme source principale d'information à partir de laquelle ils créent leur profil Facebook, ce qui donne lieu à un profil Facebook composé uniquement de deux rubriques: a) *Infos* et b) *Wikipedia*. Ainsi, il y a 19 hôpitaux qui ont un profil de ce genre (voir *Tableau 3. Facebook-Wikipedia*). Par ailleurs, il faut souligner le cas de certains hôpitaux qui disposent uniquement de la rubrique de Facebook nommée *Infos* dans laquelle il y a juste une carte géographique décrivant l'accès à l'hôpital (University of Maryland Medical Center, Wright Patterson Medical Center, Sarasota Memorial Hospital, et Children's Mercy Hospitals and Clinics).

Tableau 3. Facebook-Wikipedia.

1.	Vanderbilt University Médical Center.
2.	University of Texas Médical Branch at Galveston.
3.	University of Kansas Medical Center.
4.	University of Virginia Health System.
5.	University of Texas Southwestern Medical Center at Dallas.
6.	Columbia University Medical Center New York.
7.	University of Iowa Hospitals and Clinics.
8.	University of Pittsburgh Medical Center.
9.	New York Presbyterian Hospital.
10.	University Hospitals of Cleveland, Ohio.
11.	Kaiser Permanente.
12.	London Health Sciences Center.
13.	Duke University Health System.
14.	Hospital for Sick Children.
15.	H. Lee Moffitt Cancer Center & Research Institute.
16.	Avera Group.
17.	National Jewish Medical and Research Center.
18.	University of Chicago Hospitals.
19.	Douglas Hospital Douglas Mental Health University Institute.

L'analyse réalisée sur le profil Facebook des meilleurs hôpitaux des États-Unis et du Canada met en avant le caractère novateur des réseaux sociaux en ligne comme outil de communication institutionnelle en milieu hospitalier. Ainsi, parmi les 100 hôpitaux analysés, 16 n'ont pas de profil Facebook ; 19 ont un profil qui constitue presque une copie de l'information existante sur leur profil Wikipedia ; et 4 disposent uniquement d'une carte géographique d'accès à l'hôpital. Autrement dit, parmi les 100 hôpitaux analysés, il y en a 39 qui ne profitent pas complètement des avantages des réseaux sociaux comme outil de communication institutionnelle. Cette réalité met l'accent sur le défi que ce genre de communication représente pour les hôpitaux.

CONCLUSIONS

Cette analyse comporte une limite importante : l'absence d'informations sur le niveau d'interaction du professionnel de la santé dans les plates-formes du Web 2.0. Même si dans cet article on a travaillé l'approche du patient et l'approche de l'organisation hospitalière, il est vrai qu'à l'avenir il serait très intéressant de compléter les résultats obtenus dans cette étude avec les conclusions d'autres analyses portant sur l'approche du professionnel de la santé dans le Web 2.0. Malgré cette réserve, on peut évoquer une dernière idée qui nous permet de conclure l'article.

Les hôpitaux qui s'intéressent à une utilisation efficace des réseaux sociaux comme outil de communication institutionnelle doivent comprendre qu'il s'agit de nouveaux médias, qui

suivent leurs propres règles communicationnelles et qui visent l'échange d'expériences de santé entre les patients, la participation des citoyens dans la vie de l'hôpital, et la socialisation de l'institution hospitalière à travers une stratégie de communication qui privilégie l'approche pédagogique sur l'approche commerciale. Cette réalité établit un réel éloignement entre les réseaux sociaux et les sites Internet précédents (Web 1.0), lesquels étaient orientés vers la diffusion d'informations commerciales d'une manière unidirectionnelle. Il y a trois conséquences pratiques importantes de cette approche des réseaux sociaux : 1) participation active du professionnel de la santé dans les actions de communication institutionnelle en ligne développées par l'hôpital ; 2) adaptation de l'information diffusée par l'organisation hospitalière aux besoins expérientiels des patients ; et 3) écoute et analyse constante du patient, de ses demandes et de ses attentes.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Adams, Samantha (2010), "Revisiting the online health information reliability debate in the wake of web 2.0: an interdisciplinary literature and website review", *International Journal of Medical Informatics*, vol. 79, n° 6, p. 391-400.
- Bensing, Jozien ; Verheul, W. ; Van Dulmen, A.M. (2008), "Patient anxiety in the medical encounter: a study of verbal and nonverbal communication in general practice", *Health Education*, vol. 108, n°5, p. 373-383.
- Blanco Coronado, Juan (2006), "Internet y salud" (p. 141-161), in De Quiroga, Santiago (dir.), *Comunicar es salud*, Madrid: Prentice Hall, Financial Times.
- Bonneville Luc, Sicotte Claude (2008), "Les défis posés à la relation soignant-soigné par l'usage de l'ordinateur portable en soins à domicile", *Communication*, vol. 26, n° 2, p. 75-107.
- Campos Freire, Francisco (2008), "Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicacion tradicionales", *Revista Latina de Comunicacion Social*, vol. 63, p. 287-293.
- Condit, Celeste (2005), "Communication as relationality" (p. 3-12), in Shepherd, Gregory; St John, Jeffrey; Striphas, Ted (dir.), *Communication as... perspectives on theory*, California: Sage.
- Cornelissen, Joep (2008), *Corporate communication: a guide to theory and practice*, Los Angeles: Sage.
- Costa, Joan (2001), *Imagen corporativa en el siglo XXI*, Buenos Aires: La Crujia.
- De Guise, Jacques (1995), "Marketing social et stratégies de communication dans le domaine de la santé", *Recherches en Communication*, vol. 4.
- De Semir, Vladimir (2000), "Periodistas científicos o periodistas acrobatas" (p. 99-108), in Leon, Bienvenido; Izaguirre, Ander; Martinez-Illán, Antonio (dir.), *Divulgar la ciencia: actas de las XIV Jornadas Internacionales de la Comunicacion*, Pamplona: Eunat.
- Deshpande, Amol; Jadad, Alejandro (2006), "Web 2.0: Could it help move the health system into the 21st century?", *Journal of Men's Health and Gender*, vol. 3, n° 4, p. 332-336.
- Dutermé, Claude (2007), *La communication interne en entreprise: l'approche de Palo Alto et l'analyse des organisations*, Bruxelles: De Boeck Université.
- Kamel Boulos, Maged; Hetherington, Lee; Wheeler, Steve (2007), "Second Life: an overview of the potential of 3-D virtual worlds in medical and health education", *Health Information and Libraries Journal*, vol. 24, p. 233-245.

Kamel Boulos, Maged; Wheeler, Steve (2007), "The emerging Web 2.0 social software: an enabling suite of sociable technologies in health and health care education", *Health Information and Libraries Journal*, vol. 24, p. 2-23.

Kivits, Joëlle (2009), "Everyday health and the Internet: a mediated health perspective on health information seeking", *Sociology of Health & Illness*, vol. 31, n° 5, p. 673-687.

Legros, Michel (2009), "Étude exploratoire sur les blogs personnels santé et maladie", *Santé Publique*, vol. 21, p. 41-51.

Lemire, Marc (2009), "Internet et responsabilisation: perspective de l'utilisateur au quotidien", *Santé Publique*, vol. 21, hs2, p.13-25.

Martinez Solana, Yolanda (2006), "El periodista de salud del siglo XXI" (p. 99-112), in De Quiroga, Santiago (dir.), *Comunicar es salud*, Madrid: Prentice Hall, Financial Times.

Mckee, Martin; Healy, Judith (dir.) (2002), "The role and function of hospitals" (p. 5980), in *Hospitals in a changing Europe*, Buckingham: Open University Press.

McLean, Rick; Richards, Brian; Wardman, Janet (2007), "The effect of Web 2.0 on the future of medical practice and education: Darwinian evolution or folksonomic revolution?", *The Medical Journal of Australia*, vol. 187, n° 3, p. 174-177.

Merida, Johns (2002), *Information gestion for health professions*, Albany: Delmar Thomson Learning.

Millerand, Florence (2010), *Web social: mutation de la communication*, Montréal: Presses de l'Université du Québec.

Mugarza, Fernando (2006), "Responsabilidad social, reputacion y comunicacion, elementos claves de la competitividad" (p. 1-20), in De Quiroga, Santiago (dir.), *Comunicar es salud*, Madrid: Prentice Hall, Financial Times.

Parsons, Patricia (2001), *Beyond persuasion: the healthcare manager's guide to strategic communication*, Chicago: Health Administration Press.

Prosser, Caroline; King, Lorraine (2009), "Evaluating information leaflets in a neurorehabilitation setting", *Journal of Communication in Healthcare*, vol. 2, n° 4, p. 348-358.

Reid, Graham (2008), "Building an accreditation scheme for health and social care information", *Health Info Internet*, vol. 61, p. 3-5.

Renahy, Émilie; Cadot, Emmanuelle; Roustit, Christelle; Parizot, Isabelle ; Chauvin, Pierre (2009), "Recherche d'information en santé sur l'Internet : une analyse contextuelle des données SIRS, une cohorte parisienne", *Santé Publique*, vol. 21, hs2, p. 27-40.

Sierra Caballero, Francisco (2002), *Comunicacion, educacion y desarrollo: apuntes para una historia de la comunicacion educativa*, Sevilla: Comunicacion Social.

Sylvia, Wen-ying; Hunt, Yvonne; Burke, Ellen; Moser, Richard; Hesse, Bradford (2009), "Social media use in the United States: implications for health communication", *Journal of Medical Internet Research*, vol. 11, n° 4, p. e48.

Thompson, Lindsay; Dawson, Kara; Ferdig, Richard; Black, Erik; Boyer, J.; Coutts, Jade; Paradise Black, Nicole (2008), "The intersection of online social networking with medical professionalism", *Journal of General Internal Medicine*, vol. 23, n° 7, p. 954-957.

Van Riel, Cees; Fombrun, Charles (2007), *Essentials of corporate communication: implementing practices for effective reputation gestion*, Abingdon: Routledge.

Vázquez, G.; Roca, J.; Blanch, L. (2009), "El reto de la Web 2.0 Uci virtual", *Medicina Intensiva*, vol. 33, n° 2, p. 84-87.

Wyatt, Sally; Henwood, Flis; Hart, Angie; Platzer, Hazel (2004), "L'extension des territoires du patient: Internet et santé au quotidien", *Sciences Sociales et Santé*, vol. 22, n° 1, p. 45-68.

Notes Finales

¹ Cet organisme (Consejo Superior de Investigaciones Científicas) est l'une des organisations de recherche les plus importantes d'Europe, et dépend du Ministère de Science et de Technologie du Gouvernement Espagnol. L'élaboration du classement des hôpitaux se base sur des indicateurs Web qui mesurent l'activité professionnelle et de recherche de l'institution hospitalière. Le classement tient compte uniquement des hôpitaux ayant un domaine Web indépendant. Afin de mesurer le facteur d'impact Web, on utilise quatre indicateurs différents: taille du site web, visibilité, fichiers riches et caractère académique. Site Internet officiel consulté le 10 février 2011: http://hospitals.webometrics.info/about_rank.html.

² Le classement peut être consulté à la page: http://hospitals.webometrics.info/top100_continent.asp?cont=usa_canada.

³ Selon ce classement, les cent meilleurs hôpitaux de l'Amérique du Nord (États-Unis et Canada) étaient dans cet ordre: 1) University of Michigan Health System; 2) Vanderbilt University Medical Center; 3) University of Texas Medical Branch at Galveston; 4) University of Kansas Medical Center; 5) NYU Langone Medical Center New York; 6) University of Virginia Health System; 7) University of Rochester Medical Center; 8) Johns Hopkins Medicine; 9) University of Miami Hospital & Clinic; 10) University of Kentucky Academic Medical Center; 11) Navy Medicine; 12) M.D. Anderson Cancer Center; 13) University of Texas Southwestern Medical Center at Dallas; 14) Columbia University Medical Center New York; 15) University of Connecticut Health Center John Dempsey Hospital; 16) Cleveland Clinic; 17) Texas Tech Health Sciences Center; 18) University of Nebraska Medical Center; 19) University of Maryland Medical Center; 20) University of Arkansas Medical Center; 21) Wake Forest

University Baptist Medical Center; 22) George Washington University Medical Center; 23) Children's Hospital Boston; 24) Brigham and Women's Hospital; 25) Memorial Sloan Kettering Cancer Center; 26) University California Davis Health System; 27) Centre for Addiction & Mental Health; 28) University of New Mexico Health Sciences Center; 29) Rush University Medical Center; 30) Arizona State Hospital; 31) Massachusetts General Hospital; 32) University of Cincinnati Hospital; 33) Stanford Hospital & Clinics, CA; 34) University of Iowa Hospitals and Clinics; 35) Cincinnati Children's Hospital Medical Center; 36) Partners Healthcare System; 37) Mayo Clinic Scottsdale, AZ; 38) University of Pittsburgh Medical Center; 39) Wright Patterson Medical Center; 40) University of North Carolina Healthcare; 41) New York Presbyterian Hospital; 42) Dartmouth Hitchcock Medical Center Lebanon, NH; 43) Seattle Children's Hospital and Medical Center; 44) St. Jude Children's Research Hospital; 45) University of Mississippi Medical Center; 46) University of Missouri Health Care; 47) Boston Medical Center; 48) Children's Hospital of Philadelphia; 49) University Hospitals of Cleveland, Ohio; 50) University of Utah Health Care; 51) National Cancer Institute Center for Cancer Research; 52) Ohio State University Medical Center Columbus; 53) Lucile Packard Children's Hospital Stanford; 54) Medical University of South Carolina; 55) Fairview Health Services; 56) Shands Healthcare; 57) Sarasota Memorial Hospital; 58) Sutter Health Hospitals; 59) Kaiser Permanente, CA; 60) Children's Healthcare of Atlanta Pediatric Hospital; 61) Lifespan Health System; 62) University of Wisconsin Health; 63) Allina Hospitals & Clinics; 64) Cedars Sinai Medical Center; 65) University of California San Francisco Medical Center, CA; 66) University of Kentucky Healthcare Good Samaritan Hospital Lexington; 67) Nemours Healthcare for Children; 68) London Health Sciences Center; 69) Metrohealth System; 70) Multicare

Health System, WA; 71) University of California Los Angeles Health System, CA; 72) Duke University Health System; 73) Cleveland Clinic Lerner Research Institute Cleveland, Ohio; 74) Hospital for Sick Children; 75) Albany Medical Center; 76) Fox Chase Cancer Center; 77) Society of Cardiovascular and Interventional Radiology; 78) H. Lee Moffitt Cancer Center & Research Institute; 79) Santé Montérégie; 80) Peacehealth; 81) National Institutes of Health Clinical Center in Bethesda, Maryland; 82) Avera Group; 83) Tricare Military Health System; 84) Children's Mercy Hospitals and Clinics; 85) Roswell Park Cancer Institute; 86) Maine Medical Center; 87) Montreal Neurological Institute and Hospital; 88) Ochsner Health System; 89) City of Hope, Duarte California; 90) Emory Healthcare; 91) Institut de Recherches Cliniques de Montréal; 92) Sanford Health Sioux Falls, SD; 93) Advocate Health Care; 94) Sisters of Mercy Health System; 95) National Jewish Medical and Research Center; 96) Vancouver Coastal Health; 97) California Pacific Medical Center; 98) University of Chicago Hospitals; 99) Douglas Hospital Douglas Mental Health University Institute; et 100) Continuum Health Partners.

⁴ L'analyse des 100 profils Facebook a été réalisée entre le 14 janvier et le 13 février 2011.

Envisager le jeu vidéo comme une filière des industries culturelles et médiatiques

Article inédit. Mis en ligne le 15 avril 2011.

Lucien Perticoz

Lucien Perticoz est docteur en sciences de l'information et de la communication et a soutenu sa thèse au sein du Gresec (Groupe de recherche sur les enjeux de la communication) à Échirolles, sous la direction de Bernard Miège. Ses recherches portent principalement sur les articulations entre l'évolution des pratiques culturelles médiatiques et les mutations au sein des industries culturelles. Son travail doctoral est plus particulièrement axé sur la pervasivité de l'écoute de musique enregistrée permise par la numérisation et ses implications socio-économiques au niveau de la filière phonographique.

Plan

Introduction

Un loisir et un secteur économique en voie de légitimation artistique

La théorie des industries culturelles comme grille d'analyse de la filière du jeu vidéo...

... L'étude de la filière du jeu vidéo pour enrichir la théorie des industries culturelles

Conclusion

Références bibliographiques

Résumé

Cet article a pour objectif de tracer les grandes lignes d'une approche interdisciplinaire de l'industrie du jeu vidéo. En mobilisant les travaux sur les mutations des industries culturelles et médiatiques (ICM), nous entendons proposer un cadre théorique nous permettant d'en appréhender les modalités de fonctionnement socio-économiques. Nous verrons dans quelle mesure le jeu vidéo peut, tout comme le cinéma ou la musique enregistrée, être considéré comme une filière des ICM. Dans le même temps, nous appuyant sur les spécificités socio-économiques du secteur vidéoludique, nous entamerons une discussion théorique concernant l'évolution des modalités de production, de distribution et de valorisation marchande existant au sein des ICM.

Mots-clés : jeux vidéo, socio-économie, mutations, industries culturelles et médiatiques, filière, numérique.

Abstract

This article aims to propose an interdisciplinary approach of the video games industry. Using the researches about changes in cultural industries, we want to establish a theoretical framework which helps us to understand its socio-economic procedures. As the movie and the music industry, we'll see how video game may also be considered as a cultural industries sector. Taking in consideration the socio-economic specificities of the video games industry, we will start a theoretical discussion concerning the evolution of the existing procedures of production, distribution and economical valorization.

Keywords: video games, socio-economy, changes, cultural industries, industrial sector, digital.

Resumen

El objetivo de este artículo es de proponer un enfoque interdisciplinario de la industria del videojuego. Utilizando los trabajos sobre los cambios de las industrias culturales y de información, queremos establecer un marco teórico que nos permite comprender sus modalidades de funcionamiento socioeconómicas. De la misma manera que para las

industrias cinematográficas y fonográficas, veremos en qué medida el videojuego puede también considerarse como un sector de las industrias culturales. En el mismo tiempo, teniendo en cuenta las especificidades socioeconómicas de este sector, entablaremos un debate teórico relativa a la evolución de las modalidades de producción, distribución y valorización comercial que existen ahora en las industrias de la cultura.

Palabras clave : videojuegos, socio-economía, cambios, industrias culturales y de información, sector industrial, numérique.

INTRODUCTION

En première lecture, le titre du présent article peut paraître relever d'un certain sens commun, voire de l'évidence. Pour nombre d'acteurs, qu'ils soient politiques, économiques ou académiques, il ne fait en effet plus guère de doute que le secteur du jeu vidéo doit être considéré comme une filière des ICM, au même titre que le cinéma, l'édition ou l'industrie phonographique. Qu'il s'agisse des processus de production ou de l'importance économique qu'elle représente (plus de 50 milliards d'euros de chiffre d'affaires dans le monde en 2009¹), cette filière semble avoir d'ores et déjà acquis une relative maturité. Pourtant, si la communauté scientifique n'a plus de réelles réticences à l'appréhender comme un objet de recherche légitime, le jeu vidéo n'a été que très peu interrogé à la lumière des travaux en SIC sur les mutations des ICM. Les recherches francophones menées sont de plus en plus nombreuses mais se placent principalement sur le plan de l'analyse des effets de la pratique vidéoludique, de la construction identitaire des *gamers*, des processus narratifs propres au jeu vidéo, de ses rapports avec la culture populaire ou encore de la dimension idéologique de certains titres (Blanchet, 2010). Alors que des auteurs anglo-saxons se sont intéressés à l'industrie du jeu vidéo en convoquant les travaux s'inscrivant dans le cadre de l'économie politique de la communication (Dyer-Witheford & de Peuter, 2009 ; Kline & *alii*, 2003), ce type d'approche est très loin d'être développé en France.

Certains auteurs ont toutefois été amenés à évoquer dans leurs productions les apports des recherches menées sur les mutations des ICM. C'est notamment le cas de Genvo qui a mobilisé, dans le cadre de ses travaux sur le *game design* de jeux vidéo, la notion de modèles socio-économiques développée par Miège et d'autres auteurs (Genvo, 2006, 2009). Le fait qu'il convoque les notions de modèles éditorial et de flot développées par ces derniers laisse entendre que le jeu vidéo doit être, selon lui, considéré comme une filière à part entière des ICM. Toutefois, le travail de démonstration théorique n'est pas véritablement entrepris et l'auteur ne reprend pas les principales spécificités des ICM (industries de prototypes, incertitude sur les valeurs d'usage des biens produits, dialectique du tube et du catalogue, *etc.*) pour appuyer son propos. Si l'éclairage théorique est esquissé, il n'est finalement que très peu développé.

A l'autre extrémité, des auteurs qui mènent depuis plus de trente ans des recherches sur les mutations des ICM paraissent encore réticents à l'idée de considérer le jeu vidéo comme une industrie culturelle au sens plein et théoriquement validé du terme. Certains préfèrent ainsi l'inclure dans un ensemble aux contours plus flous qui serait celui des industries créatives (Tremblay, 2008). Selon Tremblay, il ressort que présenter le jeu vidéo comme

.....

¹ Source : IDATE, « L'industrie de jeux vidéo pèse 50,4 milliards EUR en 2010 », URL : <http://blog.idate.fr/?p=181> (consulté le 05/04/2011).

une nouvelle filière des industries culturelles serait loin d'être scientifiquement fondé et resterait sujet à caution. Néanmoins, à la lecture des arguments avancés, ce pas de côté théorique semble finalement plus être une manière d'exclure de fait le jeu vidéo du champ des ICM, alors même que les spécificités de l'industrie vidéoludique plaident plutôt pour son inclusion. Sans aller jusqu'à parler d'ignorance réciproque entre ces deux courants de la recherche, force est toutefois de constater que les échanges entre eux n'ont finalement été ni très nombreux ni particulièrement encouragés.

Il apparaît pourtant qu'il y aurait un intérêt théorique des plus féconds à interroger le secteur du jeu vidéo à la lumière des acquis les plus sûrs des différentes recherches menées sur les mutations des ICM. Nous voyons un double bénéfice à promouvoir cette approche. Elle doit tout d'abord nous permettre de montrer en quoi les spécificités du jeu vidéo font de celui-ci une filière des industries culturelles à part entière. Ensuite, les particularités propres à cette dernière viennent éclairer d'un jour nouveau ces acquis. Tout en les confirmant pour partie, elles nous obligent aussi à venir les compléter et à les réinterroger. De ce fait, c'est bien à un enrichissement à différents niveaux (modes de production, de distribution, de valorisation marchande et évolutions des pratiques culturelles médiatiques) des théories en question que l'étude du secteur du jeu vidéo doit permettre de contribuer.

Nous entendons ainsi développer notre démarche en trois temps. Nous verrons dans une première partie comment le jeu vidéo a réussi à acquérir une reconnaissance aussi bien institutionnelle, économique qu'artistique, ces trois niveaux étant intimement liés entre eux. Nous entreprendrons dans un second temps une confrontation entre les spécificités du jeu vidéo et les théories des mutations des ICM. L'objectif sera de démontrer l'intérêt et la pertinence d'appréhender les jeux vidéo comme une des filières des industries culturelles. Ce travail de cadrage théorique effectué, nous montrerons dans une troisième partie en quoi l'étude du champ du jeu vidéo ouvre des perspectives des plus heuristiques pour la recherche. Nous considérons ainsi qu'elle favoriserait un enrichissement et un affinement des connaissances des mutations à l'œuvre au sein des ICM. Elle permettrait par là de mieux comprendre les implications socio-économiques de l'achèvement du procès de numérisation des contenus pour l'ensemble du secteur. Enfin, nous verrons que ce type de recherche est en mesure d'éclairer le rôle grandissant joué par les industries de l'informatique et des télécommunications dans la distribution et la promotion des contenus culturels numérisés (Bouquillion, 2008 ; Bouquillion & Matthews, 2010 ; Chantepie & Le Diberder, 2010).

UN LOISIR ET UN SECTEUR ECONOMIQUE EN VOIE DE LEGITIMATION ARTISTIQUE

Au début des années 90, après la crise qu'a connue le secteur dans les années 80 et qui s'est traduite par la fermeture de nombreuses entreprises et une baisse significative des revenus (Blanchet, 2010), l'industrie du jeu vidéo se présente plus que jamais comme une industrie culturelle en voie d'affirmation. A l'époque, la croissance de l'activité est principalement soutenue par les sorties successives des consoles *Megadrive* et *Super Nintendo*, la concurrence entre ces deux plateformes contribuant au dynamisme du secteur dans son ensemble. Dans le même temps, face à ce qui est en train de devenir un loisir de masse et une pratique culturelle en tant que telle pour les publics adolescents, de nombreux acteurs politiques, associatifs et même académiques tiennent des discours qui s'inscrivent pour la plupart dans le registre de la dénonciation des dangers supposés des jeux vidéo (Le Diberder, 1993). Les frères Le Diberder soulignent à cet effet qu'une grande partie d'entre eux peuvent aisément être mis en parallèle avec ceux qui accompagnèrent l'émergence du cinéma dans les années 20. Ces auteurs citent notamment Georges Duhamel qui qualifiait à l'époque le cinéma de « passe-temps d'illettrés, de créatures misérables, ahuries par leur besogne, une

machine d'abêtissement et de dissolution » (*ibid.*, p. 139). Si les termes choisis pour qualifier la pratique du jeu vidéo ont pu différer – en tentant notamment de placer les arguments avancés dans le registre de la scientificité – le fond des critiques était sensiblement le même. En substance, ces dernières amenaient à présenter le jeu vidéo comme une activité fondamentalement abrutissante, génératrice de comportements potentiellement violents et, en dernière analyse, susceptible de venir dissoudre toutes formes de lien social (Kline & *alii*, 2003 ; Amato & Perenny, 2008 ; Genvo, 2006, 2009). Nous pouvons supposer au passage que nous avons là une des explications du peu d'entrain des chercheurs travaillant sur les mutations des ICM pour inclure cet objet dans leurs réflexions théoriques.

Pour des raisons relevant tout autant de l'importance économique, culturelle et sociale prise par le jeu vidéo, que des actions de lobbying menées par les acteurs de la filière auprès des pouvoirs publics, force est de constater que la teneur des discours a aujourd'hui profondément changé. Que l'on place la focale au niveau politique, économique ou réglementaire, il est indéniable que le jeu vidéo est à présent considéré comme un bien culturel légitime à part entière (Natkin, 2004 ; Genvo, 2006, 2009), c'est-à-dire comme « une forme d'expression originale, capable de produire autant de chefs d'œuvre que de navets » (Natkin, 2004, p. 22). Entre autres événements significatifs, la mise en place depuis septembre 2009 d'un Observatoire du jeu vidéo piloté par le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) vient concrétiser en France un long processus de reconnaissance du jeu vidéo par les autorités de tutelle. La naissance de cet observatoire signifie en substance que la création vidéoludique, du point de vue des instances de légitimation étatique, serait à mettre au même niveau que le cinéma, la musique ou l'édition. A ce titre, et ce n'est pas là l'un des moindres enjeux, cette reconnaissance permet aux acteurs de la filière de pouvoir prétendre à toute une série d'aides, sous forme notamment de crédits d'impôt prévus pour soutenir la création en France (Genvo, 2006, 2009 ; Blanchet, 2010). On peut voir ces différentes évolutions comme un aboutissement de l'intérêt porté, depuis une dizaine d'années, par les pouvoirs publics à un secteur économique où quelques acteurs nationaux occupent une place importante.

Car parmi les dix premiers éditeurs dans le monde en termes de chiffre d'affaires, deux voient leur capital majoritairement détenu par des firmes françaises. Il s'agit tout d'abord d'Activision Blizzard dont Vivendi est actionnaire à 61%. Ce groupe affichait en 2010 un chiffre d'affaires de plus de trois milliards d'euros et reste l'actuel leader du marché mondial². Le second éditeur français de dimension internationale est Ubisoft, cette entreprise ayant dégagé un chiffre d'affaires de 871 millions d'euros sur l'exercice 2010³. De plus, il convient de relever que le secteur du jeu vidéo représente « la seule industrie culturelle où les entreprises françaises exportent plus des trois quarts de leur production, éditant régulièrement des succès internationaux » (Le Diberder, 2002, p. 2). La France a donc de réels intérêts économiques à faire valoir dans le développement du marché vidéoludique, intérêts qu'elle entend manifestement protéger. Au surplus, si on analyse le marché du jeu vidéo français (hors consoles) on remarque que sur les 1,5 milliard d'euros qu'il a générés en 2009, les jeux édités par des entreprises françaises représentaient de l'ordre de 7% du volume total des ventes⁴. Bien que les chiffres soient légèrement en recul par rapport à 2008, le pourcentage reste néanmoins significatif.

.....

² Source : Vivendi, « Rapport annuel – Document de référence 2010 ».

³ Source : Ubisoft, « Document de référence 2010 ».

⁴ Source : Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC), « Le marché du jeu vidéo en 2009 ».

Nous voyons donc que la reconnaissance artistique du jeu vidéo est ici profondément liée à des considérations d'ordre économique et industriel. En effet, l'industrie vidéoludique revêt de plus en plus un caractère stratégique pour les pouvoirs publics. La création d'un Observatoire du jeu vidéo répond de ce fait à deux objectifs indissociables l'un de l'autre. En premier lieu, il s'agit d'accompagner, voire d'encadrer, un processus de légitimation artistique du jeu vidéo. Par ailleurs, les organismes de tutelle entendent mieux connaître un secteur économique sur lequel des entreprises françaises ont des intérêts à défendre. Sur ce point, le ministre de la Culture Frédéric Mitterrand a rappelé, au moment du lancement de l'observatoire, que l'un de ses principaux objectifs était « [d'aboutir] à des solutions claires afin de renforcer la condition de la création, sécuriser les investissements et favoriser la solidité financière des entreprises »⁵. La reconnaissance du jeu vidéo en tant que « 10^{ème} art » est donc aussi un moyen d'aboutir à une meilleure définition de son statut juridique. Car celui-ci navigue, de manière souvent un peu floue, entre droits de propriété du logiciel de l'éditeur et un droit d'auteur en voie de constitution (Chantepie & Le Diberder, 2010). De plus, nous avons aussi souligné qu'à partir du moment où le jeu vidéo parvient à accéder pleinement au rang d'œuvre de l'esprit, il peut dès lors prétendre bénéficier des dispositions réglementaires spécifiques qui en découlent. Au-delà des enjeux proprement esthétiques, la reconnaissance artistique est donc aussi un moyen d'assurer la protection juridique des jeux vidéo, principalement face aux risques d'appropriations illégales des contenus rendus possibles par Internet et le numérique.

En France, cette reconnaissance artistique doit tout autant aux actions menées par les organismes de tutelle qu'à celles, plus informelles mais parfois très organisées, des amateurs de jeux vidéo eux-mêmes. Du côté des pouvoirs publics, au-delà de la création de l'observatoire susmentionné, la mise en place en octobre 2005 d'un crédit d'impôt à destination des acteurs du secteur participe d'une démarche plus globale visant la pleine reconnaissance du jeu vidéo comme une forme de création culturelle et artistique originale. Mais les amateurs jouent eux aussi un rôle important notamment au niveau du processus de patrimonialisation du jeu vidéo en contribuant activement à la constitution d'une mémoire de cette jeune industrie. Ainsi, ce sont majoritairement eux qui facilitent l'accès, le téléchargement et l'émulation de jeux dits *abandonware*, c'est-à-dire de jeux qui ne sont plus commercialisés (Genvo, 2006, 2009). L'émulation consiste à rendre jouables sur son ordinateur personnel des titres initialement prévus et développés pour d'autres types de plateformes. Nous sommes dans ce cas à la limite de la légalité car « la délimitation de ce qui peut être ou non considéré comme *abandonware* est tout à fait arbitraire, la non-commercialisation d'un logiciel ne signifiant pas automatiquement son abandon par les détenteurs actuels des droits du jeu » (Genvo, 2006, p. 103). Cette tendance est donc d'un certain point de vue très profitable aux éditeurs car elle participe d'une reconnaissance artistique du jeu vidéo dans son ensemble (reconnaissance donnant droit, comme nous venons de le voir, à toute une série d'aides financières). Mais elle pose néanmoins problème dans la perspective d'une exploitation commerciale de leurs fonds de catalogue sur les nouveaux terminaux numériques tels que les *smartphones* ou plus récemment les tablettes.

Dans ce contexte, à la question de savoir si le jeu vidéo peut être considéré comme un bien culturel à part entière, Genvo et Solinski n'hésitent donc pas à répondre positivement

.....

⁵ Source : *LePoint.fr*, « Frédéric Mitterrand annonce la création d'un observatoire », URL : <http://www.lepoint.fr/actualites-technologie-internet/2009-09-18/jeux-video-frederic-mitterrand-annonce-la-creation-d-un-observatoire/1387/0/378553> (consulté le 15/03/2011).

(Genvo & Solinski, 2010). Ces auteurs mobilisent notamment les travaux de Warnier pour justifier ce postulat, considérant que l'activité principale des acteurs de l'industrie vidéoludique consiste effectivement à « [produire] et [commercialiser] des discours, sons, images, arts » (*ibid.*). Si nous souscrivons à leurs conclusions, nous considérons néanmoins que le travail de justification théorique doit être complété avec d'autres recherches relevant plus spécifiquement des théories des mutations des ICM. Nous reviendrons plus loin sur un des points soulevés par Genvo et Solinski, à savoir la faible durée de vie commerciale des titres mis sur le marché. Sans qu'ils présentent cette spécificité comme étant le seul ni le principal frein à la reconnaissance du jeu vidéo comme un bien culturel (l'absence de construction institutionnalisée d'une mémoire collective du jeu vidéo leur semblant plus déterminante sur ce point), les auteurs considèrent néanmoins que cela a pu ralentir la progression du processus de légitimation artistique. A l'inverse, nous verrons dans la suite de notre argumentation que, pris dans une autre perspective théorique, nous avons là un trait caractéristique du fonctionnement socio-économique d'un marché des biens culturels. Dès lors, le jeu vidéo doit être considéré comme l'un d'entre eux, au même titre que le livre, le disque ou le DVD vidéo.

LA THEORIE DES INDUSTRIES CULTURELLES COMME GRILLE D'ANALYSE DE LA FILIERE DU JEU VIDEO...

Pour appuyer notre raisonnement, nous devons donc revenir sur les principaux apports de recherches entamées au début des années 70 et dont *Capitalisme et industries culturelles* fut l'un des premiers ouvrages à rendre compte de manière systématique (Huet & alii, 1984). De nombreux travaux suivirent par la suite et vinrent compléter cette première publication. Certains auteurs (Miège, 2000 ; Mœglin, 2007 ; Tremblay, 2008) ont tenté, dans une période récente, d'en faire une synthèse sur laquelle nous allons maintenant revenir. En nous appuyant sur les principaux apports de ces travaux, l'objectif est pour nous de proposer une assise théorique nous permettant d'envisager le secteur du jeu vidéo en tant que filière des industries culturelles.

En premier lieu, Tremblay rappelle à juste titre que « les chercheurs (...) s'entendent généralement pour reconnaître que les industries culturelles présentent des caractéristiques qui, prises une à une, peuvent se rencontrer dans d'autres secteurs industriels, mais qui, prises dans leur ensemble, ne se retrouvent que dans ce secteur auquel elles configurent un profil particulier » (Tremblay, 2008, p. 70). C'est donc bien tout un ensemble de spécificités qu'il convient de prendre en considération afin d'être en mesure de qualifier un secteur comme relevant des ICM. De ce fait, nous allons donc revenir sur ces différentes caractéristiques afin de montrer que l'industrie du jeu vidéo y correspond finalement point par point.

Tout d'abord, les industries culturelles doivent être appréhendées comme des industries de prototype. Cela signifie que chaque nouveau titre est un nouveau projet en tant que tel et nécessite la mobilisation en nombre de personnels très qualifiés et issus de secteurs professionnels dits créatifs. En d'autres termes, la phase de production d'un nouveau bien reste très largement artisanale et donc peu « standardisable ». Ici c'est bien l'importance du travail collectif de création qu'il faut souligner et, malgré de multiples tentatives allant dans ce sens, celui-ci reste difficilement mécanisable. Il y a ainsi une dimension profondément collective dans le processus de production/création, dimension que l'on retrouve également au moment de la conception d'un nouveau titre vidéoludique. Nous constatons ainsi que cette phase nécessite l'intervention de programmeurs, de graphistes, de concepteurs sonores mais aussi de scénaristes et de professionnels de la narration (Natkin, 2004). Tout comme pour le cinéma, l'édition ou le secteur phonographique, la filière du

jeu vidéo est donc elle aussi artisanale dans sa phase de conception et industrielle dans celle de sa reproduction. Dans tous les cas, nous avons affaire à une industrie dont les coûts fixes sont très élevés et surtout en grande partie irrécupérables pour l'éditeur (Mœglin, 2007). Le jeu vidéo s'inscrit très largement dans cette tendance puisque certains titres sortis ces dernières années ont des coûts de production s'élevant parfois jusqu'à 100 millions d'euros (Blanchet, 2010 ; Genvo & Solinski, 2010), sans que le succès soit garanti pour autant.

Ceci nous amène sur une autre dimension structurante des ICM qui est celle du caractère fondamentalement aléatoire des valeurs d'usage des biens culturels industrialisés mis sur le marché. Les biens culturels (qu'ils soient industrialisés ou non) sont des biens dits d'expérience, ce qui signifie que le consommateur peut difficilement savoir, avant d'en avoir fait l'usage, si le contenu qu'il s'est procuré est susceptible de répondre à ses attentes esthétiques, ludiques, artistiques, informatives, *etc.* Ceci implique que le succès de tel ou tel titre ne pourra effectivement se mesurer qu'au moment de sa commercialisation. Comme le souligne Mœglin, « l'incertitude est omniprésente dans les industries et les marchés culturels. Elle affecte chaque produit nouveau – livre, film, jeu vidéo, *etc.* – lors de sa mise sur le marché. Désireux d'anticiper, stimuler, encadrer une demande peu prévisible et encore moins maîtrisable, les industriels rencontrent à chaque fois de semblables obstacles. (...) Les best-sellers se programment difficilement, quoi que l'on en dise après coup » (Mœglin, 2007, p. 152). Le jeu vidéo n'échappe pas à cette constante de l'incertitude qui, loin d'être un signe de manque de maturité du marché, est au contraire révélateur de son appartenance pleine et entière au secteur des ICM. Nous pouvons d'ailleurs remarquer que, tout comme pour le cinéma, les acteurs de la filière vidéoludique n'hésitent pas à recourir à des stratégies de sérialisation en rééditant des formules éprouvées, voire tout simplement à adapter des films à succès (Blanchet, 2010). Ce point peut facilement être illustré puisqu'on remarquera que des titres tels que *Guitar Hero*, *Street Fighter* ou *Les Sims* ont déjà connu de nombreuses suites et ont donné lieu à un nombre encore plus grand d'imitations.

Une autre stratégie mise en place par les acteurs de l'industrie pour tenter de faire face à cette incertitude est celle du renouvellement permanent des titres commercialisés. L'obsolescence rapide des biens culturels doit donc être vue comme une caractéristique structurante propre à ce marché. Les éditeurs se voient donc dans l'obligation de proposer constamment de nouveaux titres pour répondre à une demande des plus versatiles. L'idée générale qui sous-tend cette observation est qu'au final les quelques succès commerciaux (qui relèvent de l'exception dans le cadre des ICM) permettent de financer l'intégralité du catalogue dont la très grande majorité des titres n'aura généralement pas réussi à amortir ses coûts de production. Cette dialectique dite du tube et du catalogue (Miège, 2000, 2007 ; Mœglin, 2007) doit donc être prise pour ce qu'elle est, à savoir une stratégie industrielle devant permettre l'équilibre économique de l'ensemble de la filière. Dès lors, le point relevé par Genvo et Solinski ainsi que par d'autres auteurs (Daidj & Isckia, 2009 ; Blanchet, 2010) concernant la très forte rotation des titres de jeux vidéo mis sur le marché ne doit pas être perçu comme un obstacle théorique à leur inclusion dans le secteur des ICM, mais bien au contraire comme une des marques de leur pleine appartenance à celui-ci. Blanchet souligne à ce propos que pendant la période précédant les fêtes de fin d'année, il peut sortir entre 15 à 20 nouveautés par semaine (Blanchet, 2010).

Ces évolutions ont eu pour principales conséquences d'entraîner une très forte inflation des coûts de promotion et un net mouvement de polarisation entre contenus *premium* et marchés de niche. Quant aux stratégies de valorisation marchande du catalogue ainsi constitué, il semblerait que les acteurs de la filière commencent tout juste à mettre en

œuvre des offres allant dans ce sens. Elles ont été notamment rendues possibles grâce aux consoles de dernière génération telles que la *Xbox 360* et la *Playstation 3*. Chacune d'entre elles permet de se connecter à une plateforme dédiée *via* Internet (*Xbox Live* et *Playstation Network*) et de télécharger, moyennant paiement en ligne, d'anciens titres ayant connu un succès commercial sur les consoles des générations précédentes.

Une autre conséquence de cette incertitude sur les valeurs d'usage est un déplacement de la prise en charge du risque éditorial et financier vers l'amont de la filière, là où se situent généralement les structures les plus fragiles. Dans le cas du jeu vidéo, il existe une articulation particulière entre les trois types d'acteurs que l'on retrouve dans les autres filières des ICM. Il y a tout d'abord les éditeurs qui prennent en charge les fonctions qui sont dévolues au producteur tel qu'il est défini dans le cadre du modèle éditorial (Miège, 2000). Leur rôle consiste à avancer l'argent couvrant tout ou partie des coûts de production, assurer les fonctions marketing et orienter le choix des projets qui seront mis en place et commercialisés. D'une certaine manière, les éditeurs jouent le rôle d'interface entre la dimension créative du projet et le marché.

En amont de la filière, on retrouve le second type d'acteurs que sont les studios de développement vidéoludique. Soit ces derniers proposent des projets qu'ils ont eux-mêmes produits à des éditeurs, soit ils tentent de répondre à un appel d'offre des éditeurs (Kline & alii, 2003 ; Natkin, 2004). En toute rigueur, ce sont bien les studios qui subissent la plus grosse part du risque dans la mesure où un projet lancé par un éditeur peut très bien être stoppé en cours de développement, menaçant ainsi leur existence même. Là aussi, le report du risque généré par l'incertitude vers l'amont de la filière – où l'on retrouve des acteurs de petite taille et plus fragiles économiquement – est une constante observée dans le secteur du jeu vidéo comme dans toutes les filières des ICM à des degrés divers. Il en va de même concernant une tendance à la concentration du secteur de l'édition qui est là aussi un moyen de lutter contre l'incertitude en jouant sur la taille et donc sur la capacité de financement de projets toujours plus coûteux. Kline et alii soulignent à cet égard que la filière du jeu vidéo, dans sa structuration même, a finalement de nombreux points communs avec celle de la musique enregistrée (Kline & alii, 2003). Ces auteurs soulignent ainsi que les studios de développement peuvent être vus comme des groupes de musique qui seront ensuite signés par un éditeur, ce dernier jouant le rôle dévolu à la maison de disque dans l'industrie phonographique.

Le dernier type d'acteurs, sur lequel nous reviendrons dans notre troisième partie, est celui des fabricants de consoles de jeux. Actuellement, 60% du chiffre d'affaires généré sur le marché vidéoludique provient de celui des consoles, ce qui contribue à renforcer la position des trois fabricants qui dominent seuls ce secteur (Sony, Microsoft et Nintendo) (Kline & alii, 2003 ; Natkin, 2004). Aucune des plateformes développées par ces derniers ne sont interopérables entre elles. De ce fait, nous nous retrouvons dans une sorte de « faux oligopole » puisqu'en réalité chacune de ces firmes s'est constituée son propre monopole dans lequel le consommateur se retrouve très largement captif (Chantepie & Le Diberder, 2010). Par ailleurs, ce sont les fabricants (ou consoliers) qui valident ou non la commercialisation de tel ou tel titre, en assurent la distribution, imposent un cahier des charges précis à destination des éditeurs et se réservent de l'ordre de 22% du prix de vente (contre 29% pour l'éditeur, 14% pour le développeur et 35% pour le détaillant) (Natkin, 2004). Les fabricants de consoles agissent donc comme un véritable goulot d'étranglement et comme des intermédiaires incontournables pour accéder à la demande. De plus, les consoliers peuvent aussi prendre en charge la partie édition, faisant dès lors passer la part qui leur revient à plus de 50%. Nous voyons là une illustration très marquée d'une

domination de l'aval sur l'amont de la filière constatable dans les industries culturelles dans leur globalité mais selon des modalités propres au jeu vidéo.

Les différents points que nous venons de repérer nous semblent démontrer que l'inclusion des jeux vidéo dans le secteur des ICM est théoriquement fondée. Partant de ce postulat, nous devons maintenant opérer le chemin inverse. Dans une troisième partie, nous entendons donc exposer en quoi l'étude des spécificités de l'industrie vidéoludique est susceptible d'enrichir la compréhension des mutations en cours au sein des industries culturelles prises dans leur ensemble. Par ailleurs, nous verrons pourquoi une compréhension des logiques de fonctionnement socio-économique de l'industrie vidéoludique permet d'éclairer l'évolution des relations des industries des contenus avec celles de l'informatique et les opérateurs des télécommunications. A cette fin, nous entendons-nous placer aussi bien dans le cadre du procès de constitution d'un secteur plus englobant qui serait celui des industries de la culture, de l'information et de la communication (ICIC) (Miège, 2000), que dans celui de l'analyse des mouvements de « coordination tendancielle » entre industries des contenus, des réseaux et des matériels (Miège, 2004).

... L'ETUDE DE LA FILIERE DU JEU VIDEO POUR ENRICHIR LA THEORIE DES INDUSTRIES CULTURELLES

Au même titre que le cinéma, le jeu vidéo doit être considéré comme une nouvelle forme de création qui n'a pu émerger que dans le cadre du procès d'industrialisation entamé aux XVIII^{ème} et XIX^{ème} siècles. Miège présente ainsi le cinéma comme « le produit culturel industrialisé le plus complet et celui qui, assurément, anticipe sur des développements futurs » (Miège, 2000, p. 47-48). L'auteur considère également que si le cinéma doit être appréhendé comme le premier art industriel c'est avant tout parce que celui-ci « à partir d'une copie « zéro », réalisée par une équipe artistique et technique, placée sous la responsabilité (...) d'un producteur, et du tirage qui est fait des copies pour la diffusion, celle-ci se déroule (...) sans qu'il soit besoin de faire appel (...) aux artistes interprètes et aux techniciens » (*ibid.*, p. 48). De ce point de vue, le cinéma est donc le premier art industriel au sens où les phases de production et de reproduction sont radicalement séparées. Dans une large mesure, ses codes narratifs se sont constitués autour de cette spécificité. Il n'en va pas exactement de même pour la musique, par exemple. Dans ce cas, nous avons affaire à un mode d'expression artistique qui préexistait à l'invention du phonographe par Edison et qui s'est finalement retrouvé dans une situation qui était plus celle d'un « faire avec » les techniques de reproduction industrielles. Si cette innovation technique a participé de l'émergence d'une pratique culturelle nouvelle autour de l'écoute privatisée de la musique – et d'un marché de type capitaliste rendu dès lors possible par les techniques de fixation et de reproduction du son – elle n'a pas, dans un premier temps, donné naissance à un type de création radicalement nouveau (Perticoz, 2009). Dans ce cas précis, si la technique a par la suite favorisé une évolution des modes d'expressions musicaux, elle a surtout très largement bousculé les modalités de valorisation marchande qui prédominaient jusque-là. Sur ce dernier point, c'est bien en étudiant les spécificités du cinéma qu'il a été possible d'en comprendre les logiques et d'être ainsi en mesure de mieux les appréhender.

Plus d'un siècle plus tard, nous pensons que des parallèles peuvent être dressés avec le jeu vidéo. Comme le cinéma, il s'agit d'une forme d'expression artistique et culturelle qui ne peut s'envisager hors du procès d'industrialisation. Il nous semble également que la création vidéoludique donne à voir une toute autre dimension des mutations en cours au sein des ICM. Plus précisément, l'étude de la filière jeu vidéo offre un terrain d'observation

privilegié des implications socio-économiques induites par l'achèvement du procès de numérisation des contenus culturels et informationnels. Car si le cinéma est le premier art industriel en tant que tel, le jeu vidéo peut être considéré pour sa part comme le premier art numérique (Chantepie & Le Diberder, 2010), d'autres auteurs allant même jusqu'à parler de premier cybermédium (Amato & Perenny, 2008). Dans cette perspective, Amato et Perenny considèrent ainsi que « le jeu vidéo apparaît comme le vecteur de l'humanisation et de la promotion de l'informatique populaire de masse » (*ibid.*, p. 9). Cette proposition mérite d'être discutée car elle est susceptible de venir enrichir les recherches sur les relations entre les industries de contenus et celles de la communication et de l'informatique. Car sans l'informatique et la numérisation – en tant que conditions nécessaires mais non suffisantes – l'avènement du jeu vidéo n'est effectivement pas envisageable. Par ailleurs, les jeux vidéo représentent bel et bien un des types de contenus les plus prisés sur les nouveaux terminaux numériques tels que l'*iPad*. Au-delà d'une indéniable « promotion de l'informatique populaire de masse », les jeux vidéo favorisent la vente – et justifient l'achat – de matériels électroniques grand public commercialisés principalement par l'industrie informatique.

De plus, le cinéma, la musique enregistrée ou l'édition de livres ont été – ou sont encore – dans une démarche qui ressemblait davantage à une tentative d'intégration de la numérisation dans leurs modes de production/valorisation, celle-ci leur était en quelque sorte extérieure. Ces industries ont, selon les cas, essayé d'en tirer le meilleur parti (effets spéciaux numériques, abaissement des coûts de production, meilleures diffusion des œuvres, *etc.*) ou de « faire avec » (majoritairement sur les questions de droit d'auteur dans l'environnement numérique et du « piratage » qui s'en trouve dès lors facilité). Concernant le jeu vidéo, la numérisation est d'une certaine manière inscrite dans son mode de production même. Par ailleurs, si au niveau de l'aval de la chaîne de production/valorisation de la création vidéoludique le numérique n'a commencé que très récemment à jouer un rôle, celle-ci fut néanmoins parmi les premiers biens culturels à utiliser les réseaux numériques dans sa phase de commercialisation. Face à l'achèvement du procès de numérisation, l'étude de cette filière et de ses particularités semble donc en mesure d'offrir de nombreux éclairages quant aux mutations observables actuellement au sein des ICM.

Le jeu vidéo est le premier – et pour l'instant le seul – type de création original qui intègre pleinement les spécificités du multimédia, tant au niveau de la conception que de celui des différentes formes de pratiques culturelles qu'il génère (Miège, 2007). En dernière analyse, des recherches approfondies sur cette filière devraient nous permettre « (d'anticiper) sur des développements futurs » de l'ensemble du secteur, que ce soit au niveau de modes de production, de distribution ou de valorisation des contenus.

Nous voyons ainsi se dégager plusieurs tendances dans le secteur du jeu vidéo qui s'observent aussi à des degrés divers au sein des autres filières des ICM. Il s'agit tout d'abord d'un renforcement de la domination de l'aval et de la place de plus en plus grande prise par les terminaux numériques en tous genres. Nous avons pu remarquer dans le cas du marché du jeu vidéo, et plus précisément celui des consoles, que le terminal joue un rôle prépondérant et conditionne toute la structuration de la filière en amont. Les éditeurs – et encore plus les studios de développement – doivent composer avec les consoliers qui représentent l'un de leurs principaux débouchés économiques. Ceci ne signifie néanmoins pas que ces mêmes éditeurs seraient complètement soumis aux logiques industrielles des fabricants de consoles. En effet, ces derniers doivent aussi s'assurer qu'un nombre suffisant de titres *premium* seront présents au lancement d'un nouveau modèle, ne serait-ce que pour garantir un niveau élevé de ventes. On parle parfois dans ce cas d'un modèle nommé

« *razor and blades* » où les fabricants vendent leur console à des prix relativement bas afin qu'un maximum de foyers décide de s'équiper (Daidj & Isckia, 2009). L'idée ici est de se garantir des revenus substantiels grâce à la vente de titres, considérant qu'à partir du moment où les amateurs de jeux vidéo ont investi dans tel ou tel type de plateforme, ils se trouvent ensuite dans une posture relativement captive vis-à-vis du consolier et de son catalogue.

Par ailleurs, la dernière génération de consoles offre maintenant la possibilité de se connecter à Internet, ces dernières pouvant dès lors prétendre au statut de terminaux de loisirs numériques en tous genres. Les *Xbox 360* et autres *Playstation 3* permettent d'accéder à des services de vidéo à la demande ou de téléchargement de musique en ligne. Dans cette optique, on peut envisager des modalités croisées de valorisation marchande où l'achat d'un jeu vidéo pourrait ensuite donner lieu au téléchargement d'un film. C'est inscrit dans cette perspective économique que le contrôle du terminal est considéré comme éminemment stratégique par les industriels du secteur. Entre autres enjeux, ce type de contrôle doit permettre d'être en prise directe avec le consommateur final. L'objectif et d'être ainsi en mesure de lui proposer toute une gamme de contenus culturels et de services diversifiés et d'être l'opérateur qui contrôlera sa facture. C'est à ce titre que l'étude de la filière du jeu vidéo peut aussi nous aider à mieux comprendre les « relations qui s'organisent entre industries de réseaux, industries de matériels et industries de programmes » (Miège, 2007, p. 31).

Car les jeux vidéo arrivent de plus en plus comme un simple complément – certes à forte valeur ajoutée – des offres d'abonnement des opérateurs de télécommunication. La dernière *Freebox* mise sur le marché par Iliad est ainsi proposée avec une manette en plus de la télécommande classique. L'éditeur Gameloft offre déjà la possibilité de télécharger cinq titres sur la plateforme numérique *Freestore* pour moins de dix euros (contre cinquante euros en moyenne pour les titres édités sur consoles). Du côté du marché des tablettes numériques dominé par Apple ou de celui des *smartphones*, les jeux vidéo représentent là aussi l'un des contenus les plus prisés. Ainsi, en 2010, les jeux vidéo représentaient 25% des applications téléchargées sur l'*iPhone*⁶.

Ces évolutions récentes, en plus de la potentielle remise en cause de la domination des consoliers au niveau de l'aval, sont de nature à confirmer l'importance prise par les opérateurs de télécommunications et l'industrie informatique dans la distribution de contenus culturels. Avec le recul, nous voyons que la manière dont la filière des jeux vidéo s'est structurée dès ses débuts préfigurait, en quelque sorte, la perte de contrôle sur la distribution de leurs contenus que connaissent actuellement les acteurs des industries de la musique enregistrée, de l'édition et, dans une moindre mesure, du cinéma. Comme nous l'avons vu, même les éditeurs de jeux vidéo les plus importants ont toujours dû composer avec des fabricants de matériels qui faisaient office de goulot d'étranglement au niveau de la distribution. C'est cette situation, relativement nouvelle pour les acteurs de ces filières « traditionnelles », que sont en train d'expérimenter les *majors* du disque, du cinéma et de l'édition avec Apple, Google ou Free. Ces derniers n'interviennent pas, ou alors de manière très marginale, dans la phase de production et se contentent d'offrir un moyen de diffusion sur les réseaux numériques en prélevant un pourcentage du prix de vente ou en se rémunérant avec les revenus publicitaires. Ces évolutions doivent donc aussi nous

.....

⁶ Source : *JournalduNet.com*, « Une application de l'App Store sur quatre est un jeu », URL : <http://www.journaldunet.com/ebusiness/telecoms-fai/applications-app-store-france/repartition-par-categories.shtml> (consulté le 28/03/2011).

interroger sur la pertinence des modèles génériques que sont le modèle éditorial, le modèle de flot et leurs déclinaisons (Miège, 2000 ; Mœglin, 2007) dans le cadre du passage au numérique, l'étude de la filière jeu vidéo devant permettre de nous éclairer sur ce point.

Par ailleurs, c'est bien au niveau des stratégies dites multi-supports (Bouquillion, 2008) que des recherches approfondies sur la filière du jeu vidéo seraient susceptibles d'offrir des enseignements précieux. Si les jeux sur consoles continuent, comme nous l'avons vu, à dominer très largement le secteur, les jeux pour ordinateurs personnels ainsi que ceux développés pour les nouveaux terminaux mobiles se partagent respectivement 21% et 19% du marché (Genvo & Solinski, 2010). Dans le cas des jeux sur terminaux dits nomades, les consoles de jeux portables telles la *PSP* de Sony ou la *DS* de Nintendo captent encore la majeure partie du chiffre d'affaires généré. Néanmoins, il nous faut rappeler que la popularité grandissante des produits d'Apple tels que l'*iPhone* et plus récemment l'*iPad* semblait en mesure de remettre en cause certaines positions acquises. Nombre d'acteurs de la filière voient notamment dans l'arrivée des tablettes tactiles un moyen de faire émerger de nouvelles places de marché à même d'assurer l'articulation entre le secteur de la téléphonie et des consoles portables (*ibid.*). Mais il apparaît de plus en plus que cette émergence se fait aux conditions imposées par ces nouveaux acteurs de la distribution de contenus culturels numérisés. Au niveau de la répartition des revenus, on sait par exemple qu'Apple récupère 30% du prix de vente de chaque application payante téléchargée sur son *App Store*⁷. Une fois encore, même si les acteurs peuvent être amenés à changer, il reste que c'est bien l'effectivité d'un renforcement de la domination de l'aval qui semble se confirmer.

Nous pouvons néanmoins constater que les éditeurs sont aussi dans une dynamique de diversification de leurs sources de revenus afin d'être moins dépendants des consociers en termes de débouchés. Les tablettes et les *smartphones* sont vus à cet égard comme de nouveaux terminaux aux perspectives prometteuses. D'un autre côté, les fabricants de ces terminaux mobiles voient dans les applications intégrant des jeux vidéo un moyen d'enrichir leurs offres de contenus disponibles et ainsi favoriser les ventes de leurs produits. Comme le souligne Miège, « la question des programmes est essentielle à la progression de l'ensemble du secteur » (Miège, 2007, p. 48), ce qui signifie notamment que les industries du matériel informatique, mais aussi celles des télécommunications, se doivent de porter une attention toute particulière à l'offre de contenus en tous genres. Sur ce point, le jeu vidéo est souvent considéré comme une filière possédant de réelles perspectives de croissance susceptible d'entraîner dans son sillage l'ensemble des acteurs du secteur des ICIC.

Nous pensons voir là l'illustration du renforcement des tendances à un déplacement vers les contenus et à l'affirmation d'une réciprocité des intérêts entre les producteurs de programmes, les fabricants de matériels et les opérateurs en télécommunication (Miège, 2007). Des entreprises telles qu'Apple ou Google ont tout d'abord pu avoir des stratégies assimilables à celle du « passager clandestin » (Bouquillion, 2008). Par exemple, Apple a dans un premier temps indirectement bénéficié du téléchargement illégal de musique enregistrée qui a pu stimuler les ventes de son *iPod*. Néanmoins, la tendance semble maintenant à la signature de partenariats et de contrats d'exploitation/distribution, afin d'assurer une progression des ventes de terminaux numériques en insistant sur la richesse de l'offre de contenus disponibles. Une fois encore, les conditions de ces accords

.....

⁷ Source : *Apple.com*, « Apple lance les abonnements sur l'App Store », URL : <http://www.apple.com/fr/pr/library/2011/02/15appstore.html> (consulté le 28/03/2011).

apparaissent dans une large mesure imposées par les acteurs de l'aval, ces derniers n'étant par ailleurs pas disposés à investir dans la production de contenus originaux (*ibid.*). Dès lors, face à cette domination de l'aval, seules les firmes en mesure de produire des contenus *premium* générateurs de fortes audiences gardent la possibilité d'infléchir les termes des contrats dans un sens qui leur serait plus favorable.

La reconduction récente de l'accord entre la société Facebook et Zynga, un éditeur de jeux vidéo dits de *casual gaming*, peut s'interpréter de cette manière. Les *casual games* sont des jeux aux règles simples, pouvant se jouer de manière occasionnelle et généralement intégrés aux navigateurs Internet sur les sites de réseaux sociaux. Considérant que les conditions financières imposées par Facebook pour héberger ses jeux n'étaient plus acceptables, Zynga a ainsi menacé de les retirer pour créer sa propre plateforme, l'obligeant finalement à lui proposer un contrat plus avantageux⁸. Les applications vidéoludiques de Zynga peuvent se prévaloir de près de 320 millions d'utilisateurs plus ou moins réguliers. Pour un site tel que Facebook, dont le principal objectif est de générer le plus de trafic possible sur sa plateforme, ce type de contenu est donc en passe de devenir des plus stratégiques. En d'autres termes, pour assurer la croissance de son activité, Facebook doit être capable de proposer des contenus attractifs, les jeux vidéo étant considérés comme les mieux placés. Cet épisode vient aussi illustrer le fait que les relations et les rapports de force entre les acteurs de l'amont et ceux de l'aval doivent être envisagés dans toute leur complexité. Comme le rappelle Catherine Vénica, « les synergies industrielles et les pouvoirs de marchés ne peuvent s'interpréter qu'en lien avec les éléments de connaissance plus spécifiques sur le fonctionnement socio-économique des industries de la culture et de la communication » (Vénica, 2007, p. 64).

De plus, ce déplacement vers les contenus, dont les jeux vidéo seraient l'un des fers de lance, n'est pas sans poser certaines questions quant aux logiques spéculatives qui seraient en train de se mettre en place autour de l'industrie vidéoludique. Les perspectives offertes par cette dernière sont vues comme étant particulièrement prometteuses. Nous avons déjà insisté sur le fait que nombre d'applications téléchargeables sur les *smartphones* sont des jeux vidéo. Les différents modèles de télévisions connectées (*Google TV*, *Apple TV* etc.) misent également beaucoup sur le téléchargement de jeux vidéo en ligne⁹. Dès lors, il est permis de se demander si nous ne serions pas en train de voir revenir des stratégies industrielles portées par des discours exagérément optimistes quant aux perspectives de croissance à court terme du secteur du jeu vidéo. A cet égard, ceux-ci ne sont pas sans rappeler ceux qui ont accompagné la formation de la « bulle Internet ». Dans tous les cas, le fait que la capitalisation boursière d'une firme telle que Zynga (dont l'existence ne remonte qu'à 2007) ait pu s'élever à près de 5,51 milliards de dollars¹⁰ alors que les revenus générés par celle-ci sont loin d'être comparables à d'autres acteurs plus anciens de la filière, tels qu'Electronic Arts, doit nous interroger. Dans ce contexte, une approche de type socio-économique et les apports des travaux menés sur les fusions AOL/Time-Warner et Vivendi/Universal incitent à appréhender tous ces mouvements avec une indispensable prudence théorique (Bouquillion, 2007, 2008).

.....

⁸ Source : *ElectronLibre.info*, « Zynga et Facebook rabibochés pour 5 ans », URL : <http://electronlibre.info/+Zynga-et-Facebook-rabiboches-pour,03141+> (consulté le 15/03/2011).

⁹ Source : *ElectronLibre.info*, « Le casual gaming : la nouvelle bulle Internet », URL : <http://electronlibre.info/Le-casual-gaming-la-nouvelle-bulle,00968> (consulté le 15/03/2011).

¹⁰ Source : *GameCharts.fr*, « Zynga dépasse Electronic Arts », URL : <http://www.gamescharts.fr/2010/10/zynga-depasse-electronic-arts/> (consulté le 15/03/2011).

Enfin, l'étude de la filière du jeu vidéo nous apparaît comme une entrée des plus heuristiques concernant les problématiques de recherche liées à l'idéologie sous-tendant les discours autour du web dit 2.0, notamment au niveau de l'émergence supposée « de la figure de l'amateur-créateur de contenus » (Bouquillion & Matthews, 2010). Une mise en perspective des discours valorisant la capacité des consommateurs à être eux-mêmes producteurs de contenus, plus particulièrement dans le cadre des jeux en réseaux, relève d'une démarche théorique qu'il convient de systématiser. Bouquillion et Matthews soulignent qu'à l'aune d'une hypothétique montée en puissance de « l'économie affective », un idéal-type du consommateur serait en train de se dessiner où celui-ci serait « actif, émotionnellement engagé dans ses actes de consommation et intégré à des réseaux sociaux » (*ibid.*, p. 63). Dans le cadre de cette proposition, il apparaît que des recherches autour des communautés de *gamers*, de par le rôle actif que certains semblent jouer dans l'amélioration du jeu, offrent des perspectives à approfondir. S'appuyant entre autres sur les travaux de Jenkins, Raessens souligne ainsi le fait que, bien plus que dans les filières traditionnelles, les acteurs de l'industrie vidéoludique intègrent l'activité des *gamers* dans leurs stratégies de production de nouveaux contenus (Raessens, 2005). L'auteur parle d'une culture du *bottom-up* où « les joueurs utilisent les technologies *open-source* et de partage de fichiers pour recycler les produits grand public des industries culturelles » (*ibid.*, p. 382)¹¹.

Ce postulat serait nécessairement à nuancer car, au-delà de cette figure de l'usager créatif du côté duquel se déplacerait la création de valeur, c'est bien plutôt à une accentuation d'un mouvement de polarisation des contenus (Bouquillion, 2008) à laquelle, semble-t-il, nous sommes en train d'assister. Sur ce point, le secteur du jeu vidéo apparaît comme particulièrement à la pointe avec, d'un côté, des contenus *premium* conçus pour s'adresser au plus grand nombre et, de l'autre, une multitude de marchés de niches pour lesquels les consommateurs seraient mis à contribution. Concernant ce dernier, il conviendrait de préciser quelle est réellement la place de l'amateur de jeux vidéo dans le processus de création, notamment pour des applications au faible coût de production et dont le but premier est de générer du trafic sur les principaux réseaux sociaux. Sur les contenus *premium*, la détention par les éditeurs de jeux vidéo de licences au fort potentiel de notoriété apparaît de plus en plus incontournable et semble se substituer à la logique de *star system* qui prend des formes différentes au sein de cette filière. Les processus de création étant fondamentalement collectifs et assumés comme tels, l'enjeu se situerait plus dans la capacité des éditeurs à créer des personnages fédérateurs (*Mario Bros*, *Tomb Raider*, *Solid Snake* etc.) qui pourront ensuite avoir les honneurs d'une déclinaison cinématographique. D'un autre côté, les *majors* de la filière vidéoludique semblent résolument s'inscrire dans une politique d'achats de licences de contenus issus d'autres secteurs et pouvant donnant lieu à une adaptation vidéoludique (*Harry Potter*, *Dragon Ball Z*, les événements sportifs les plus médiatiques, etc.).

Au-delà de l'arrivée d'une nouvelle économie qui serait plus « affective », l'étude critique de la filière du jeu vidéo doit donc nous amener à mettre au jour des tendances inscrites dans le temps long des mutations des ICM et, plus largement, des ICIC.

.....

¹¹ « we encounter these bottom-up cultures where gamers use sharing and open-source techniques to recycle existing products of the mainstream practices of the cultural industries » (notre traduction).

CONCLUSION

Au regard des différents points que nous avons développés, nous pensons donc que l'étude des spécificités socio-économiques de l'industrie des jeux vidéo ouvre d'indéniables perspectives théoriques. Nous considérons que cette démarche est susceptible de faire progresser significativement la recherche sur les mutations de l'ensemble des filières des ICM. Entre autres enjeux, il nous semble que la place qu'est en train de prendre le micro-paiement au sein de l'industrie vidéoludique – dans le cadre des jeux en réseau ou du *casual gaming* – doit nous inciter à interroger plus particulièrement la validité des modèles génériques et de leurs déclinaisons (Miège, 2000 ; Mœglin, 2007). Dès lors, en tant que premier bien culturel issu du procès de numérisation, le jeu vidéo représente à bien des égards un terrain qu'il convient de prendre pleinement en considération. Afin de préciser ces perspectives, nous entendons mener ces recherches dans le cadre d'une interrogation systématique des modalités d'articulation entre les évolutions des pratiques culturelles médiatisées par la technique et les mutations observables au sein des ICM/ICIC (Perticoz, 2009, 2010). Il s'agit pour nous d'être capable de mettre en relation les stratégies des acteurs industriels intervenant dans le secteur du jeu vidéo et la manière dont les amateurs vivent leur(s) pratique(s) de ce loisir au quotidien, l'intègrent dans leurs consommations et dans leurs modes de vie.

Dans cette optique, il apparaît alors nécessaire de convoquer la figure d'un individu supposé créatif et socialement valorisé dans le cadre d'un nouvel esprit du capitalisme (Boltanski & Chiapello, 2011). Après examen, cet individu apparaît finalement et surtout comme un consommateur de contenus produits par les ICM (Bouquillion, 2007). Ce constat fait ainsi pleinement écho à la supposée instabilité de la demande des consommateurs qui serait elle-même le révélateur « des revendications propres à la critique artiste, notamment celles se rattachant à une exigence « d'authenticité », qui se sont traduites par la recherche de biens de consommation individualisant des consommateurs « ciblés », contrairement à toutes les productions « de masse » » (Boltanski & Chiapello, 2011, p. 931-932). Si on prend cette proposition au sérieux, c'est donc bien l'hypothèse de l'émergence d'une industrie des modes de vie ubiquitaires et présentés comme créatifs que des recherches sur la filière du jeu vidéo peuvent contribuer à mettre en lumière.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Amato, Etienne Armand ; Perenny, Etienne (2008), « Comment le premier cybermédium a pu un temps échapper aux SIC ? De la dynamique structurelle du jeu vidéo au Réseau », *XVI^e Congrès de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication*, Université Technologique de Compiègne [en ligne], <http://www.omnsh.org/spip.php?article171>, consulté le 15 mars 2011.
- Boltanski, Luc ; Chiapello, Ève (2011), *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris : Gallimard (collection « tel »).
- Bouquillion, Philippe (2008), *Les industries de la culture et de la communication. Les stratégies du capitalisme*, Grenoble : PUG (collection « Communication médias société »).
- Bouquillion, Philippe (2007), « Les industries de la culture, de l'information et de la communication dans le capitalisme », in Bouquillion, Philippe ; Combès, Yolande (dir.), *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, Paris : L'Harmattan.
- Bouquillion, Philippe ; Matthews, Jacob (2010), *Le web collaboratif. Mutations des industries de la culture et de la communication*, Grenoble : PUG (collection « La communication en plus »).
- Blanchet, Alexis (2010), *Des pixels à Hollywood. Cinéma et jeu vidéo, une histoire économique et culturelle*, Triel-sur-Seine : Editions Pix'n Love.
- Chantepie, Philippe ; Le Diberder, Alain (2010, 2^{ème} édition), *Révolution numérique et industries culturelles*, Paris : La Découverte (collection « Repères »).
- Daidj, Nabyla ; Isckia, Thierry (2009), « Entering the Economic Models of Game Console Manufacturers » (p. 23-42), *Communications & Strategies. DigiWorld Economic Journal*, n° 73, 1st quarter 2009.
- Dyer-Witheford, Nick ; Peuter (de), Greig (2009), *Global Capitalism and Video Games*, Minneapolis : University of Minnesota Press.
- Genvo, Sébastien (2009), *Le jeu à son ère numérique. Comprendre et analyser les jeux vidéo*, Paris : L'Harmattan (collection « Communication et Civilisation »).
- Genvo, Sébastien (2006), *Le game design de jeux vidéo : approche communicationnelle et interculturelle*, thèse soutenue sous la direction de Jacques Walter, Metz : Université Paul Verlaine.
- Genvo, Sébastien ; Solinski, Boris (2010), « Le jeu vidéo : un bien culturel ? », *InaGlobal, la Revue des industries créatives et des médias* [en ligne], <http://www.inaglobal.fr/jeu-video/article/le-jeu-video-un-bien-culturel?tq=8>, consulté le 15 mars 2011.
- Huet, Armel ; Ion, Jacques ; Lefèbvre, Alain ; Miège, Bernard ; Peron, René (1984, 2^{ème} édition), *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble : PUG (collection « Influences »).
- Kline, Stephen ; Dyer-Witheford, Nick ; Peuter (de), Greig (2003), *Digital Play. The Interaction of Technology, Culture and Marketing*, Montréal : McGill-Queen's University Press.
- Le Diberder, Alain ; Le Diberder, Frédéric (1993), *Qui a peur des jeux vidéo ?*, Paris : La Découverte (collection « Essais »).
- Le Diberder, Alain ; Le Diberder, Frédéric (2002), « La création de jeux vidéo en France en 2001 », *Bulletin du département des études et de la prospective*, 139 [en ligne], <http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/dc139.pdf>, consulté le 15 mars 2011.
- Miège, Bernard (2000), *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*, Grenoble : PUG (collection « La communication en plus »).

Miège, Bernard (2004), *L'information – communication, objet de connaissance*, Bruxelles (Belgique) : De Boeck & INA.

Miège, Bernard (2007, 2^{ème} édition), *La société conquise par la communication. 2. La communication entre l'industrie et l'espace public*, Grenoble : PUG (collection « Communication médias société »).

Mœglin, Pierre (2007), « Des modèles socio-économiques en mutation » (p. 151-162), in Bouquillion, Philippe ; Combès, Yolande (dir.), *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, Paris : L'Harmattan (collection « Questions contemporaines »).

Natkin, Stéphane (2004), *Jeux vidéo et médias du XXI^e siècle. Quels modèles pour les nouveaux loisirs numériques ?*, Paris : Vuibert.

Perticoz, Lucien (2010), « Musique au jour le jour, construction de soi et mutations de l'industrie musicale : une approche par le quotidien » (p. 70-79), *Revista română de Jurnalism si Comunicare*, Anul V (VIII), nr. 2 (31).

Perticoz, Lucien (2009), *Les processus techniques et les mutations de l'industrie musicale. L'auditeur au quotidien, une dynamique de changement*, thèse soutenue sous la direction de Bernard Miège, Grenoble : Université Stendhal Grenoble 3.

Raessens, Joost (2005), « Computer games as participatory media culture » (p. 373-388), in Raessens, Joost ; Goldstein, Jeffrey (dir.), *Handbook of computer game studies*, Cambridge (Massachusetts) : The MIT Press.

Tremblay, Gaëtan (2008), « Industries culturelles, économie créative et société de l'information » (p. 65-88), *Global Media Journal*, Volume 1, Issue 1.

Vénica, Catherine (2007), « Télécommunications mobiles avancées : réorganisation des filières et des logiques industrielles » (p. 45-64), in Bouquillion, Philippe ; Combès, Yolande (dir.), *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, Paris : L'Harmattan (collection « Questions contemporaines »).

RAPPORTS

Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC), « Le marché du jeu vidéo en 2009 », juin 2010 [en ligne], http://www.cnc.fr/CNC_GALLERY_CONTENT/DOCUMENTS/publications/etudes/jeu_video/Le_marche_jeu_video_180610.pdf, consulté le 15 mars 2011.

Ubisoft, « Document de référence 2010 », juin 2010 [en ligne], http://www.ubisoftgroup.com/gallery_files/site/270/1042/2297.pdf, consulté le 04 avril 2011.

Vivendi, « Rapport annuel – Document de référence 2010 », mars 2011 [en ligne], http://www.vivendi.fr/vivendi/IMG/pdf/20100323_rapport_annuel_document_de_refere_nce_2010.pdf, consulté le 04 avril 2011.

Les *pure players* d'information générale : support technologique, idéal journalistique, structure et discours économiques

Article inédit. Mis en ligne le 05 janvier 2012.

Athissingh Ramrajsingh

Athissingh Ramrajsingh est post-doctorant rattaché au CHERPA (Croyance, Histoire, Espace, Régulation Politique et Administrative), EA 4261 de l'Institut d'Études Politiques d'Aix-en-Provence. Il a soutenu une thèse en 2009 intitulée « Les nouvelles technologies Web, facteur d'un glissement de la prérogative politique ? » sous la direction de Pascal Robert. Ses recherches portent sur les enjeux politiques des TIC, ainsi que sur des aspects critiques de la « gestionarisation » de la société.

Plan

Introduction

Le journalisme : un idéal en lien avec son régime politique

Le traitement journalistique de l'économie par les *pure players* : une forme de bioéconomie ?

Une redéfinition du rapport entre le journaliste et son lecteur ?

Conclusion

Références bibliographiques

Résumé

Le journalisme pratiqué par les *pure players* d'information générale est de plus en plus étudié. Cet article se propose d'analyser ce « cyberjournalisme » selon un angle principalement économique. Cette grille d'analyse ne fait que se calquer sur une dynamique plus globale qui affecte au premier chef le journalisme : l'*économisation* du politique. Une *économisation* que l'on retrouve, entre autres, dans l'importance accordée aux sujets économiques et à la structure financière du journal. La démarche ici développée se propose de combiner trois grilles de lecture : celle de G. Mulhmann pour comprendre les idéaux, celle de J. Duval qui se focalise sur la place de l'économie dans le traitement de l'information et enfin un éclairage de M. Foucault à travers ses concepts de bioéconomie et de biopouvoir. En proposant une analyse originale des *pure players*, l'objectif est d'apporter un éclairage supplémentaire aux nombreux travaux en cours sur ce sujet plus que jamais d'actualité.

Abstract

Journalism practiced by the *pure players* is increasingly studied. This article aims to analyze this "online journalism" from a primarily economic perspective. The model only reports a dynamic that affects primarily journalism: the economization of politics. An economization that can be seen / observed, among other things, in the emphasis on economic issues and the financial structure of the newspaper. The approach developed here seeks to combine three frames of reference: G. Mulhmann to understand the ideals, J. Duval, which focuses on the role of the economy in the processing of information and finally Foucault through his concepts of biopower and bioeconomy. By offering an original analysis of *pure players*, the objective is to shed additional light on the many ongoing works on this topical subject.

Resumen

Se estudia cada vez más el periodismo practicado por los *pure players* de información general. El presente artículo se propone analizar este « cyberperiodismo » desde un punto de vista principalmente económico. Esta grilla de lectura sólo se calca sobre una dinámica más global que afecta en primer lugar al periodismo : la economización de lo político. Una economización que se nota, entre otros, a través de la importancia otorgada a los temas económicos y a la estructura financiera del periódico. El procedimiento aquí adoptado se propone combinar tres grillas de lectura: la de G. Mulhmann para comprender los ideales, la de J. Duval que se enfoca en el lugar de la economía en el tratamiento de la información y por fin la de M. Foucault a través de sus conceptos de bioeconomía y de biopoder. Proponiendo un análisis original de los pure players, el objetivo es aportar un enfoque suplementario a los numerosos estudios en curso sobre el tema, más actual que nunca.

INTRODUCTION

Dans les années 90, lorsque le journalisme s'est dirigé pour la première fois vers Internet, l'on pouvait encore entendre que le Web serait l'ultime média, celui qui annoncerait la fin de tous les autres. On lui attribuait le déclin de la presse papier, la fin du cloisonnement de l'information, une ubiquité totale... Plus de dix ans après l'émergence des premiers sites Web d'information générale, nombre de mythes fondateurs avaient disparu avec quelques études approfondies sur les profils et les comportements des utilisateurs.

Avec l'émergence du concept de « Web 2.0 », formulé par Tim O'Reilly (O'Reilly, 2005), nous avons assisté à une sorte de résurgence des mythes fondateurs du réseau. L'arrivée de certaines nouveautés technologiques semble toujours propice à une démesure analytique (Rebillard, 2007). La naissance de nouveaux médias d'information générale, existant uniquement sur internet, sans lien d'aucune sorte avec un média préexistant, c'est-à-dire des *pure players* ou « journaux 100 % Web », n'échappe pas à cette précipitation. Pourtant, certains travaux montrent clairement qu'une approche mesurée semble nécessaire, à l'instar de F. Rebillard (Rebillard, 2006) qui met en lumière que l'information sur Internet favorise davantage la circulation de l'information (et son « retraitement ») que les créations originales.

Le « cyberjournalisme », qui ne signifie pas nécessairement l'existence d'une pratique fondamentalement différente du journalisme « traditionnel », constitue avant tout un terme rappelant la spécificité du support technologique de diffusion, déjà étudié par ailleurs (Canu & Datchary, 2010 ou encore Aubert, 2008 pour ne donner que deux exemples français récents.)

Dans notre démarche, nous nous concentrerons sur le journalisme pratiqué et revendiqué par les *pure players* français d'information générale apparus après 2005, à partir de trois ouvrages principaux : celui de Géraldine Muhlmann, intitulé *Du journalisme en démocratie, Naissance de la biopolitique* de Michel Foucault et *Critique de la raison journalistique* de Julien Duval. Le livre de Géraldine Muhlmann interroge les idéaux-types du journalisme en mettant en avant le lien entre cette pratique et le régime dans lequel elle évolue, la démocratie. Ces *pure players* d'information générale évoluent eux aussi au sein d'un univers particulier, un univers technologique, politique et économique. De plus à partir de 2008, ils commençaient à être reconnus par la profession, à « sortir des affaires » et à faire de plus en plus parler d'eux. Il nous a paru intéressant de confronter leur discours critique, envers

les médias traditionnels et notamment la presse écrite, avec leur propre projet journalistique. A cette fin, nous nous sommes basés sur deux principaux ouvrages.

Naissance de la biopolitique de Foucault offre un examen précis des changements récents (du XVIIIe au XXe siècle) du régime démocratique libéral en s'intéressant à la nouvelle place de l'économie dans la politique. Une économie qui servirait désormais à constituer « *un tribunal permanent face au politique* » (Foucault, 2004, p 253), c'est-à-dire à poser des critères d'évaluation économique pour l'efficacité de telle ou telle politique et ainsi valider ou non sa légitimité. Mais aussi une économie gagnant du terrain au sein même du politique avec un gouvernement qui orienterait l'interface de son pouvoir sur l'individu, ou la surface de contact entre le pouvoir et les individus gouvernés, vers une interface purement économique. Foucault parle de l'émergence d'un *homo oeconomicus* pour qualifier l'évolution de cette interface du pouvoir gouvernemental sur des individus. Cette approche permet d'actualiser « l'environnement » dans lequel évoluent les *pure players* tout en s'intéressant aux échos de ces changements au sein du discours journalistique : l'économie est-elle devenue l'unique clé d'interprétation des changements sociétaux ? Accorde-t-on une place particulière à l'économie ? Les idéaux revendiqués par les *pure players* sont-ils empreints de cette grille économique ? Pour le comprendre, le recours à un troisième ouvrage nous a semblé précieux.

Critique de la raison journalistique de Julien Duval concentre son objet d'analyse sur le monde du journalisme et les évolutions qui l'ont affecté ces vingt dernières années.

J. Duval perçoit un changement de discours des journalistes qu'il nomme « économisation » de la vision journalistique. Il rejoint Foucault sur l'arrivée de critères économiques au sein de la profession journalistique, pour juger et évaluer la société dans son ensemble. Cette « économisation » de la vision journalistique touche pour Duval tous les domaines : politique, économique, culturel, environnemental, sportif... La structure financière constituait également, pour l'auteur, un facteur de cette « économisation » du journalisme, car le journaliste se penserait aussi comme un acteur économique dans une entreprise privée.

La dernière étape qui finalisa définitivement notre orientation fut la disponibilité des journalistes de ces nouveaux médias. Trois entretiens furent programmés auprès de trois membres de *pure players*, dans leur rédaction respective : avec Martine Orange, une journaliste économique de *Mediapart*, avec Xavier Monnier, rédacteur en chef adjoint de *Bakchich info* et, enfin, avec Arnaud Aubron, fondateur et Webmaster de *Rue89*.

La première partie comportait des questions relatives au nouveau support choisi et ce qu'il apportait comme modifications pour les pratiques professionnelles du journalisme. La seconde étape insistait sur la structure économique choisie et son éventuel lien avec le projet journalistique du *pure player*. Les dernières questions portaient sur la place accordée à l'économie en tant que sujet et sur le prisme rédactionnel du journal. Cette structure principale était logiquement évolutive en fonction de la personne et du type de *pure player* visité.

Notons que notre examen des *pure players* se concentre en priorité sur la démarche journalistique revendiquée par ces journaux et non une étude en tant que telle de ces derniers.

L'objectif reste en effet d'analyser la tension entre théorie et pratique, entre projet journalistique, prisme rédactionnel, idéal affiché et techniques journalistiques, entre structures financières et sociologie des journalistes. Cette méthode est définie par Foucault comme un passage des pratiques observées « à la grille analytique » des idéaux types. Non

pas pour valider ou infirmer définitivement ces idéaux, ni pour critiquer les « séries de pratiques » quand elles ne correspondent pas à l'idéal formulé, mais pour mesurer, évaluer, pondérer et comprendre différemment le journalisme produit par ces *pure players*.

En fin de compte, Les *pure players* d'information générale ont-ils trouvé un support et une structure économique permettant la réalisation d'un nouvel idéal journalistique ?

Les *pure players* étudiés sont récents. Mais les nouveaux projets journalistiques et rédactionnels qu'ils ont créés, associés à un succès rapide et reconnu quantitativement comme qualitativement en ont fait des nouveaux acteurs du journalisme à part entière. Nous verrons que la réponse à la question qui est de savoir s'ils sont « alternatifs » ou non, comme leur histoire et leur nom le laisseraient supposer, n'est pas si évidente qu'il y paraît. Par exemple, la majorité des « cyberjournalistes » fondateurs de ces nouveaux supports proviennent de la presse écrite. De surcroît, pour ceux qui désiraient se lancer sur Internet à la conquête d'un renouveau de leur idéal journalistique, nous constaterons que le manque de recul temporel et matériel relativise un tel projet.

Cependant, appréhender dans sa globalité un tel projet nécessite une approche plurielle : comprendre l'idéal journalistique affiché par les acteurs ainsi que leur ligne éditoriale, analyser la structure économique du journal et enfin appréhender le contexte global dans lequel évoluent ces « nouveaux » supports. C'est pourquoi nous proposons d'apporter des éléments de réponse à deux niveaux.

Dans un premier temps nous interrogerons les idéaux types de ces *pure players* en fonction du projet journalistique proposé. Leur lien avec le régime démocratique libéral, c'est-à-dire avec « la politique » et « l'économie », sera au centre du raisonnement. Nous définirons et nous confronterons ces idéaux-types avec une esquisse des structures financières de ces *pure players* pour comprendre quelles dépendances ou libertés nouvelles semblent se dégager.

Dans un second temps, nous essaierons de comprendre la relation entre ces journaux et leurs lecteurs pour voir si, *in fine*, nous pouvons parler d'un « nouvel idéal journalistique. »

LE JOURNALISME : UN IDEAL EN LIEN AVEC SON REGIME POLITIQUE

Lier le projet du journalisme avec son système politique

Début 1979, Michel Foucault dispensait un de ses cours les plus célèbres du Collège de France, *Naissance de la biopolitique* (*Cours au Collège de France. 1978-1979*). La première leçon dispensée le 10 janvier commençait avec quelques clarifications d'ordre méthodologique : « Autrement dit, au lieu de partir des universaux pour en déduire des phénomènes concrets, ou plutôt de partir d'universaux comme grille d'intelligibilité obligatoire pour un certain nombre de pratiques concrètes, je voudrais partir de ces pratiques concrètes et passer en quelque sorte les universaux à la grille de ces pratiques. » (Foucault, 2004, p.4-5)

Nous allons nous efforcer d'adopter une démarche similaire pour les *pure players*. C'est-à-dire, non pas partir des idéaux types (ou universaux) du journalisme pour voir s'ils se réalisent à l'intérieur de tel ou tel projet journalistique, non pas partir des quelques cas étudiés pour créer de nouveaux universaux, mais, au contraire, analyser ce lien existant entre l'idéal et le réel, pour l'évaluer et le mesurer. La première étape de cette démarche consiste donc à tenter de définir quels sont les « régimes de vérité » ou croyances existant derrière chaque projet journalistique.

Géraldine Muhlmann a justement tenté de définir « un idéal-critique satisfaisant » pour le journalisme dans son livre *Du journalisme en démocratie*. Ces idéaux-critiques correspondent à ce que Foucault nommait « universaux », qui sont des idéaux-types s'inscrivant dans une

perspective critique. Une fois formulés pour les *pure players* ils seront « passés à la grille » des pratiques observées dans ce type de « cyberjournalisme. »

Trois idéaux-critiques du journalisme

Trois chapitres de l'ouvrage *Du journalisme en démocratie*, cherchent à dépasser les critiques positives et négatives pour proposer trois idéaux-types que Muhlmann nomme « idéaux-critiques » afin de rappeler leur fonction première.

Le premier idéal type est celui du « journalisme flâneur ». Ce concept du flâneur, Muhlmann le tire de la définition faite par Baudelaire : une attitude double et ambiguë, active et passive à la fois. En somme, la curiosité « tous azimuts » correspondrait à une disponibilité passive qui permet l'étonnement. Tandis que dans cette « *flânerie parfaite* » vient se greffer à cette sensibilité « passive », une volonté « active » d'analyse. Baudelaire parlait de l'attitude de modernité comme d'une dynamique permettant de tirer « *l'éternel du transitoire* ». C'est cette attitude du flâneur baudelairien, mêlant observation et action, que Muhlmann juge nécessaire pour le journaliste. Mais il y a un paradoxe dans cette attitude pour Walter Benjamin. En effet « *la figure du détective et du badaud représente la double action : observation/investigation, curiosité/passivité* » (Muhlmann, 2004, p. 138). Pour W. Benjamin le problème principal est que cette attitude baudelairienne se veut antibourgeoise, mais elle est dans le même temps totalement empreinte de caractéristiques bourgeoises. Muhlmann veut ainsi montrer que ce mélange de rébellion et de conformisme, d'action et d'inaction porte en lui-même une ambiguïté, propre au journalisme.

Le deuxième « idéal critique » est « *le journalisme en lutte*. » Muhlmann cherche ici à démontrer que le marxisme était en lutte, mais qu'il utilisait les relais de son temps. Il était ancré dans le présent. Marx a notamment beaucoup écrit sur la guerre d'Indépendance des Etats-Unis en voulant démontrer que les arguments de l'Angleterre pour intervenir militairement n'étaient que des restes d'impérialisme. C'est la méthode journalistique de Marx qui intéresse ici Muhlmann : prendre au sérieux les arguments idéologiques, décortiquer chaque argument et son mode de production, puis mettre en évidence les contradictions du discours des dominants. Marx ne déserte donc pas l'espace public, mais il le pense comme fondamentalement soumis à des dominations, d'où la nécessité d'un « *journaliste en lutte*. »

Le troisième et dernier idéal critique est « *le journalisme comme rassemblement conflictuel de la communauté démocratique*. » La question que se pose ici Muhlmann est la suivante : le journalisme tisse un véritable lien intégrateur au sein du système démocratique, mais donne-t-il réellement sa chance au conflit ? Ce dernier idéal-critique apporte la figure de ce que Muhlmann nomme « *le journaliste décentreur*. » Pour Muhlmann l'existence de ce type de journalisme témoigne du fait qu'il y a la place pour le conflit et le rassemblement en démocratie, une lutte permanente entre un mouvement émancipateur et un mouvement qui crée du commun. Il y a donc un lien indissociable entre le journalisme et l'environnement dans lequel il évolue.

Dans le cas des pure players, l'environnement technologique et économique a largement compté dans la définition de leurs idéaux-critiques respectifs

Comment les idéaux-critiques de Muhlmann se traduisent-ils à travers les *pure players* ?

L'idéal type du flâneur correspondrait au projet journalistique de *Bakchich info*. C'est en effet ce *pure player* qui représente le plus cette ambiguïté de l'observateur impertinent, qui se veut à la fois passif et actif. C'est également le seul des trois *pure players* étudiés qui ne

prétend pas « réinventer » un certain type de journalisme ou tout au moins qui ne fait aucun lien entre Internet et la liberté de ton. Xavier Monnier disait :

« On ferait un journal en kiosque on ferait la même chose. Et j'ai peur que ce soit un gros sophisme que de dire "comme on ne le fait pas en kiosque à cause du coût on a une plus grande liberté sur Internet" ».

L'« esprit rédactionnel » de *Bakchich* possède sa vision du journalisme et n'affiche pas une perception « révolutionnaire » du support utilisé. Cette attitude de retrait et de prudence par rapport à leurs confrères est une des caractéristiques de cet idéal-critique du flâneur. On vérifie cette attitude à la fois passive et active dans le non-engagement du journal dans l'*Appel de la Colline*. Ce mouvement de « résistance » fut initié par certains médias comme *Mediapart*, *Reporter sans frontière (RSF)*, *le Nouvel Obs.*, *Marianne* et *Rue89* contre les états-généraux de la presse et la réforme gouvernementale de l'audiovisuel fin 2008. L'*Appel de la Colline* doit son nom à la réunion du 24 novembre 2008 qui a vu le lancement de cet appel depuis le théâtre de la Colline.

Bakchich info, qui a précisé ne pas avoir été invité à la troisième réunion (ni aux deux premières) qui se tenait au théâtre du Châtelet, critiquait à travers la plume de Xavier Monnier les raisons de ce rassemblement médiatique et « bien pensant. » Les principaux arguments qui expliquaient selon lui que *Bakchich* n'avait pas sa place dans ces « réunions parisiennes » résidaient dans les raisons mêmes invoquées par ses confrères : « *En cause, l'interventionnisme présidentiel, les pressions politiques, bref les menaces venues d'en haut, grande nouveauté de la Sarkozie... Et pas du tout le copinage, l'amitié de certains hommes politiques avec des rédacteurs en chef, des directeurs de publication ou tout bonnement des journalistes.* »

En somme, *Bakchich* pense qu'une autocritique de la part de la profession n'aurait pas été importune. C'est ce qu'explique Xavier Monnier, non sans provocation : « *Pour la crise de la presse j'ai un avis de petit con : ce sont des journalistes qui se donnent des gros salaires et qui écrivent des trucs pas intéressants. Si la presse crève c'est sa faute, la faute des journalistes.* » Ce schéma correspond parfaitement au « *public innocent / journalistes malfaiteurs* » que Muhlmann reprochait à certaines critiques. C'est toute l'attitude de ce journal *pure player* qui se veut satirique, apolitique et qui ne veut pas prendre parti. Demeure une volonté de faire du journalisme de qualité et d'enquête même sur le sport et les « people », mais pas d'engagement en dehors de ses articles : « *Nous sur le choix satirique c'est qu'on se marre bien. Mais on est moins à gauche que le Canard Enchaîné, on n'est pas marqué politiquement, on ne fera jamais campagne pour quelqu'un.* »

L'idéal-critique du flâneur correspond relativement bien à *Bakchich* qui possède une volonté active et assidue d'enquêter, mais uniquement pour ses lecteurs. Le journal perçoit tout engagement comme ne relevant pas de son domaine, c'est son côté passif. Enfin, cette attitude se retrouve dans la volonté du journal de ne pas considérer le support Internet comme un « refuge » (soit pour être « en lutte » ou en tant que « lieu permettant le rassemblement conflictuel »), mais bien comme un autre mode d'exercice de la profession, permettant de retrouver cet idéal du « flâneur. »

Le second idéal-critique du « journalisme en lutte » serait incarné, toujours partiellement, par *Mediapart*. Le *pure player* se définit, depuis le lancement du projet le 2 décembre 2007, comme un journal entré en résistance. La date de sa création faisait déjà référence au coup d'Etat bonapartiste de 1851 qui mit fin à la République. Edwy Plenel annonçait solennellement : « *De Napoléon le petit à Sarkozy l'hyperprésident, nous disions clairement vouloir réinstaller le journalisme dans son rôle de contre-pouvoir face à un pouvoir présidentiel démesuré, envahissant et étouffant.* » L'ambition ne se cantonne plus du tout comme *Bakchich* à juste

appliquer le concept du journalisme, mais l'idée dominante est de redonner souffle à la démocratie française qui serait à la dérive. Le rapprochement avec le journalisme de Marx (à ne pas confondre avec le marxisme) est d'autant plus naturel que *Mediapart* revendique la démarche consistant à se battre contre l'idéologie ambiante en retournant contre elle-même ses propres arguments.

Martine Orange nous confirmait cette perception à l'égard du discours sur l'économie, qui avait pour la journaliste clairement failli à l'aube de la crise des *subprimes* : « *On nous a présenté l'économie dans un monde idéologique très dur de manière d'autant plus pernicieuse qu'il se considérait comme non idéologique. Et que l'économie nous était présentée comme la loi de la gravitation universelle, c'est-à-dire des phénomènes naturels sur lesquels nous n'avions pas à discuter puisque de toute façon la pomme tombe.* »

Mediapart confirme ainsi son projet initial qui affiche une ambition idéaliste dépassant le cadre du simple journal d'information générale. « Un journalisme en lutte » qui désire dépasser en influence le chiffre modeste de son lectorat. Cette position est d'ailleurs revendiquée dès le lancement du projet sur le pré-site du journal, dans une tribune d'E. Plenel, *le prix de la liberté* :

« *Nous avons besoin d'une nouvelle presse en France, et MediaPart est ce projet. [...]. Né de la rencontre entre des professionnels du journalisme et des spécialistes du Web, il cherche à inventer une réponse aux trois crises – démocratique, économique, morale – qui minent l'information en France, sa qualité et son utilité, son honnêteté et sa liberté.* [...] »

Dans cette culture politique-là, un(e) journaliste est forcément un adversaire qu'il faut séduire ou réduire, vaincre dans tous les cas. »

Le champ sémantique de la révolution, ici « la lutte », se retrouve ainsi dans le projet même du journal, notamment à travers cette opposition entre la « culture politique », qui est une référence explicite à la pratique politique du président N. Sarkozy et « un(e) journaliste. »

Dans ce contexte, tel qu'il est présenté par *Mediapart*, le projet journalistique tente bel et bien de (re)créer un idéal journalistique en se présentant en lutte contre la « culture politique » dans un contexte miné « par trois crises. » En somme, une lutte contre les puissants.

Un exemple pertinent qui illustre cet aspect idéaliste de *Mediapart* est sa référence assumée au journal imaginaire inventé par Stieg Larsson dans sa trilogie *Millenium*. Ce journal imaginaire est un journal économique qui a deux activités principales : chercher des fonds pour subsister et sortir des affaires sur des grands scandales financiers. Le journalisme est idéalisé comme une lutte permanente, nécessaire à la démocratie : « *Il était d'avis que la vraie mission journalistique était d'examiner les chefs d'entreprise avec le même zèle impitoyable que les journalistes politiques surveillent le moindre faux pas chez les ministres et les parlementaires...* »

Cette attitude quelque peu atypique dans le monde du journalisme économique l'avait plus d'une fois mené aux conflits ouverts avec des collègues » (Larsson, 2008, p 71).

Ce « journalisme en lutte » en partie incarné par *Mediapart* ne se contente pas de « faire du journalisme » sur Internet à l'instar de *Bakchich*. Le support Internet est bien considéré ici comme un « refuge » permettant d'intervenir dans l'espace public sans être « étouffé » par une idéologie dominante et de réinstaller le journalisme dans « son rôle de contre-pouvoir. »

Le dernier idéal-critique de Muhlmann pourrait chercher son incarnation partielle dans le troisième *pure player* d'information générale étudié, *Rue89* : « *le journalisme comme rassemblement conflictuel de la communauté démocratique.* »

L'idéal prôné par *Rue89* est une « révolution de l'information » qui passerait par son approche du système « à trois voix : experts, internautes et journalistes. » Mais Pierre Haski, l'un des fondateurs du site, précisait dans son entretien :

« Aujourd'hui, un tiers de l'information [en 2009] que nous publions provient de non professionnels (internautes et experts) ce qui est à la fois beaucoup, si l'on considère que nous sommes un site d'information animé par des professionnels et très peu compte tenu du volume des contributions qui nous parviennent chaque jour. » L'idéal de *Rue89* s'est recentré depuis son lancement (les journalistes produisant désormais deux tiers des contenus), mais ceci sans complexe puisque, Pierre Haski le rappelait, il a bien fallu une phase d'adaptation. *Rue89* préfère désormais parler de « participation encadrée ». Pour être précis et ne pas étirer le concept de Muhlmann au-delà de ce que le *pure player* représente, on peut noter une certaine absence de « journalisme décentreur. » C'est-à-dire qu'il n'y a pas un mélange équitable entre une information cherchant « à porter la plume dans la plaie » (Albert Londres) et une information qui a tendance, pour ce site, à sélectionner des sujets prétendant à l'originalité, mais non à l'exhaustivité.

Ce « rassemblement conflictuel » se retrouve à deux niveaux :

- d'une part, dans la structure même du journal qui produit de l'information à partir de sources « professionnelles » (c'est-à-dire des journalistes « de métier ») et des internautes susceptibles d'apporter un témoignage ou un éclairage sur une actualité.
- D'autre part, dans le traitement même de l'information avec une frontière poreuse entre les « news » (articles d'actualité) et les *human interest stories*, qui relèvent davantage d'un traitement local de l'information. L'article « Razzak, vendeur de roses dans la rue "Ces fleurs je les hais" » publié le 14 février 2009 en est une bonne illustration. En effet, l'histoire personnelle de Razzak sert à produire un article qui fournit un état des lieux (et non une enquête) sur la situation des réfugiés du Bangladesh en France en opérant un petit rappel politique sur le pays et en interrogeant une responsable d'une association spécialisée sur leur situation. Le réseau des vendeurs de roses est décrit et analysé depuis l'achat des fameuses fleurs à Rungis jusqu'à leur vente dans les restaurants, sans oublier le rôle des différents intermédiaires. Mais *Rue89*, contrairement à *Bakchich info* et *Mediapart*, ne prétend pas faire du journalisme d'enquête.

Ainsi que nous le mentionnions, confronter le discours des acteurs des *pure players* avec les idéaux critiques de G. Muhlmann permet à la fois de nuancer la grille de lecture de ces idéaux, tout en apportant un éclairage sur les projets défendus par ces journaux.

Par ailleurs, mentionnons le rôle du déterminisme technologique à défaut de l'analyser : s'il ne semble pas présent dans le projet de *Bakchich info*, il apparaît clairement dans les discours de *Mediapart* (« Internet comme refuge pour la résistance ») et *Rue89* (« Internet comme point de rassemblement. »)

Après avoir établi un premier éclairage sur le projet journalistique nous allons, dans une deuxième partie, tenter de comprendre comment ces idéaux se traduisent concrètement dans le traitement journalistique de la thématique économique afin de compléter notre analyse.

LE TRAITEMENT JOURNALISTIQUE DE L'ECONOMIE PAR LES *PURE PLAYERS* : UNE FORME DE BIOECONOMIE ?

Dans *Naissance de la biopolitique*, Foucault conclut sa dernière leçon par une constatation étonnante. Si *l'homo juridicus* (ou le sujet de droits) limitait le pouvoir du gouvernement, *l'homo oeconomicus*, lui, le défie et lui révèle ses faiblesses : « *Il le déchoit dans la mesure où il fait apparaître chez le souverain une incapacité essentielle... une incapacité à dominer la totalité du sujet économique.* » (Foucault, 2004, p. 296)

En clair, cette interface économique (*l'homo oeconomicus*) de gouvernabilité de tout sujet soumis au pouvoir d'un gouvernement n'est pas entièrement dominée par le pouvoir central. Elle crée en son sein un espace de liberté qui rentre directement en confrontation avec ce biopouvoir. La biopolitique cherche à investir le champ des comportements individuels et collectifs pour renforcer son efficacité, mais dans le même temps, elle le fait en s'autolimitant constamment. Son principe est d'être la plus efficace possible tout en posant régulièrement la question de son déploiement et de son retrait.

Cette conception du pouvoir économique se retrouve-t-elle chez les *Pure Players* ?

L'« économisation » de la vision journalistique

Dans *Critique de la raison journalistique*, paru en 2004, le chercheur au CNRS Julien Duval ne se place pas dans une perspective de critique structurale bourdieusienne du champ journalistique. A la manière de Muhlmann il commence son livre en critiquant ces approches qui se focalisent sur les pressions, les manipulations ou la mainmise de grands groupes sur les titres de presse. En effet pour lui cette approche ne permet pas de saisir un mouvement plus général qui est la propension croissante des médias à relayer une vision totalement conforme au système économico-politique : la démocratie libérale. « *Les journalistes économiques (et dans une mesure à peine moindre l'ensemble du champ journalistique) ont une forte propension à porter, dans leurs articles et reportages, un regard économique sur le monde* » (Duval, 2004, p.18) annonce-t-il en introduction de son ouvrage.

Cette vision, qui sera développée en 2004, est toutefois déjà présente sous la plume du chercheur en 2000 dans l'article « Concessions et conversions à l'économie » (Duval, 2000).

C'est cette vision que Martine Orange dénonçait comme pernicieuse et en partie responsable de la crise des *subprimes* car justement présentée comme « non idéologique. » En analysant les transformations de la presse économique en France (Duval, 2000, *Op. Cit.*), Duval cherche à dégager des pistes de réflexion pour les transformations ayant affecté la presse en général (Duval, 2004, *Op.cit.*). Pour lui, les transformations du journalisme économique contemporain se sont principalement produites dans les années 1980 et 1990. Ces transformations se sont matérialisées principalement par le développement dans toute la presse (Il cite notamment *Le Monde*, *le Figaro*, *Le Nouvel Observateur*, *Libération*,...) d'« une dynamique des cadres », c'est-à-dire la production d'une information de plus en plus économique à destination d'une population plus au fait des changements économiques. « *Au début des années 2000, le Monde aspire à produire des scoops en matière économique, comme les journaux spécialisés, voire mieux qu'eux* ». Et le rédacteur en chef du *Monde* à cette époque, qui a grandement impulsé ce changement, n'était autre qu'un certain Edwy Plenel, actuel rédacteur en chef de *Mediapart*. Nous constaterons que nous retrouvons cette tendance au sein de ce *pure player*.

Pour Duval, la presse française se définit par une forte professionnalisation de ses journalistes, un cadre économique en forme d'entreprise privée très dépendante du champ économique, et sa proximité avec le milieu anglo-saxon. De même, il décrit « les

consommateurs des médias... non pas comme une population indifférenciée de lecteurs égaux et interchangeables, mais comme un ensemble de segments à la valeur publicitaire très inégale ». Pour Duval ce mouvement d'« économisation » de la vision journalistique « procède d'une certaine forme de dépolitisation ». L'exemple qui illustre le mieux sa thèse est l'étude détaillée du succès de l'émission télévisée grand public de M6 : *Capital*. Il part du constat que cette émission créée en 1988, c'est-à-dire pendant la période de changements majeurs du champ journalistique selon lui, conjugue réussite commerciale et reconnaissance des pairs. Cette émission serait l'incarnation de cette vision économique du journalisme qui s'attaque à toutes sortes de sujets en prétendant posséder la vision la plus neutre qui soit. « On a une non-idéologie qui fait d'ailleurs qu'on nous accuse d'en avoir une, d'être un peu les valets du capital » disait Emmanuel Chain (février 2000).

Mais comment les *pure players* traitent-ils l'Economie ? Est-elle omniprésente, au-delà des problématiques purement économiques ? Et quels liens peut-on trouver entre la place accordée à l'économie et l'idéal affiché par chaque *pure player* ?

Chaque pure player consacre une place particulière à l'économie en tant que thème ou rubrique

Quand on interroge Xavier Monnier sur la place de la thématique économique dans la presse en général, il fait ce constat : « L'économie on en a fait le noyau dur de l'analyse, il ne faut pas que ce soit le prisme par lequel on voit tout... Car dans la presse ça devient des cours d'économie ». Pour le rédacteur en chef adjoint de *Bakchich info*, les spécialistes ont pris le pas sur les journalistes et parlent aux spécialistes. Pour lui le problème est de nouveau en relation avec l'attitude des journalistes.

La première étape serait de commencer, pour les journalistes, par admettre qu'il y a des choses qu'ils ne comprennent pas : « le souci c'est que les journalistes ont un tel égo qu'ils n'osent pas dire qu'ils n'y comprennent rien ». Il nous confirme qu'il y en a qui sont spécialisés à *Bakchich* en économie, cela peut être un professeur d'économie ou un pigiste. Mais lui ne rentre dans ce type de sujet que par le biais des « affaires » : « Car le but de *bakchich* ce n'est pas de reproduire ce que disent les Echos. Donc on cherche des éclairages qui sont différents ». Le *pure player* reste sur ce point cohérent avec son projet journalistique d'enquête au service de ses lecteurs. L'économie est effectivement reconnue comme un problème particulier et qui a pris une place majeure parmi les différents thèmes. Cependant, *Bakchich* s'efforce de ne pas se spécialiser particulièrement dans les enquêtes économiques. Il accorde notamment une place prépondérante aux enquêtes sur le sport et les sujets « *people* ». Et même si l'international s'est de plus en plus développé depuis sa naissance, le sujet principal reste la politique intérieure française. L'économie ne tient pas une place différente pour le journal, mais se voit au contraire traitée de la même façon que tout autre sujet : « Le risque c'est de démissionner parce qu'on y comprend rien. Donc il ne faut pas laisser la parole qu'aux experts. Il faut que les journalistes se remettent à bosser en allant sur le terrain ».

De plus, les journalistes qui travaillent à *Bakchich* viennent de tous les horizons et ne sont pas spécialisés dans tel ou tel domaine, Xavier Monnier nous affirmait même que beaucoup sortaient directement de « l'école ». Il y a peut-être le rédacteur en chef, Nicolas Bau, qui est un ancien du *Canard Enchaîné* et journaliste d'investigation, mais la plupart de ses enquêtes abordent également l'économie à travers les « affaires ». D'ailleurs, la rubrique économique du site possède un nom évocateur, « BIG BUSINESS » qui confirme l'approche économique évoquée : « Ici, nous auscultons les coulisses du monde des affaires, la face cachée du business, des mammouths du CAC 40 ou des entreprises et intermédiaires en tous genres. Un plongeon dans la trépidante vie des grands patrons ».

Nous remarquons ainsi que le discours lié au projet journalistique relatif à la catégorie du « flâneur », se trouve ici pleinement conforté : un journalisme d'enquête de fond, sur des sujets qui ne sont pas forcément en rapport avec l'actualité « chaude » afin de produire de l'information pour ses lecteurs en minimisant la part idéologique, mais qui va privilégier la piste du *scoop* (ou des « affaires » le cas échéant.)

Les journalistes de *Bakchich* ne reproduisent pas le discours dominant sur l'économie car ses journalistes ne sont pas des spécialistes en économie et ne désirent pas le devenir. La sociologie des journalistes, le projet du *pure player* et la spécificité de la rubrique économique convergent : un journalisme d'enquête cherchant à révéler des affaires, mais qui ne revendique aucune approche économique particulière.

Mediapart est très différent de *Bakchich info* en ce qui concerne la thématique économique. Avant de rappeler l'enjeu du projet journalistique du *pure player*, il semble primordial de commencer par un petit rappel sociologique de ses journalistes. Laurent Martin dans son livre *Le Canard Enchaîné, Histoire d'un journal satirique (1915-2005)**, rappelait que durant les « années Edwy Plenel » *le Monde* s'était donné pour objectif de concurrencer *le Canard Enchaîné* sur le terrain des affaires : « Pour des raisons à la fois commerciales (le public était demandeur) et éthiques ou politiques (Le Monde se devait d'être le fer de lance de la lutte contre la corruption des élites), Plenel, alors pleinement soutenu par Jean Marie Colombani (directeur du journal à l'époque), avait musclé l'équipe d'investigateurs du Monde... » (Martin, 2001, p 575).

Laurent Martin nous rappelait notamment que l'arrivée du journaliste d'investigation spécialiste des affaires judiciaires, Fabrice Lhomme, faisait partie intégrante de cette stratégie. Ce journaliste travaille d'ailleurs désormais pour *Mediapart*. De même, Laurent Mauduit, journaliste économique au *Monde* et responsable de l'ancienne rubrique *Entreprise*, avait quitté le quotidien national suite à une « coupe », que lui nomme « censure », dans l'un de ses articles sur les Caisses d'Épargne. Martine Orange a également travaillé dans la rubrique *Entreprises* du *Monde*, puis dans le magazine *Challenges* et elle a été également rédactrice en chef de *La Tribune* pour finalement rejoindre la rubrique *Economie* de *Mediapart*.

Martine Orange nous précisait qu'il y a « quatre journalistes et demie » (car un journaliste a le statut d'associé et non d'employé) qui travaillent pour la rubrique économique du *pure player*. Ce qui est un nombre relativement important au regard du parcours journalistique de chacun d'entre eux. Quant à la place de l'économie en tant que sujet, Martine Orange ajoutait : « on veut parler d'économie, mais autrement. Il y a eu un glissement depuis 25 ans, le pouvoir a glissé du politique vers l'économique avec des systèmes qui n'ont pas été vus et perçus : la prise de pouvoir de certains groupes sur des pans entiers de la vie publique. Et il est important d'en parler de façon non manichéenne, ce ne sont pas les horribles méchants, mais quand ils abusent il faut le dire ».

Pour *Mediapart* on n'entre pas dans l'économie uniquement par le biais des affaires.

L'économie est un sujet qui s'est imposé justement du fait de ce glissement du politique vers l'économie. L'économie est considérée un peu à la manière du journal imaginaire *Millennium*, comme un nouveau pouvoir (en partie politique) sans réel contre-pouvoir. Les journalistes ont donc le devoir de jouer ce rôle. Mais la journaliste économique nous rappelait, à l'instar de Xavier Monnier, que toute l'équipe avait le sentiment d'être journaliste avant d'être journaliste économique. Et elle relevait également le problème du dialogue entre spécialiste « qui vous donnera un discours non pour les citoyens, mais pour les personnes de la bourse et leurs pairs. Ils se parlent entre eux ».

Cette conception du traitement journalistique de l'économie renvoie, en grande partie, au projet journalistique du journal qui se veut « en lutte » contre une certaine conception de la politique (étant entendu que les membres de *Mediapart* considèrent l'économie aujourd'hui comme une forme de pouvoir politique).

Pour autant, relevons ici un paradoxe : si le journal se présente comme un « résistant » face au pouvoir politique actuellement en place, Martine Orange considère qu'il faille traiter la thématique « économique » de façon « non manichéenne » alors que la rédaction considère l'économie comme une forme de pouvoir politique. Le traitement effectif de la thématique économique ne semble donc pas relever totalement de l'idéal journalistique que nous avons au préalable relevé.

Il y a donc une volonté de parler d'économie et de « sortir des affaires » tout comme *Bakchich info*, mais pour le site fondé par Edwy Plenel, l'économie nécessite une équipe relativement spécialisée dans le domaine et qui perçoit largement cette thématique sur un pied d'égalité avec la politique.

Nous retrouvons ici l'idéal du journalisme « en lutte » contre une forme d'élitisme (de certains discours économiques) afin de mieux sensibiliser les citoyens à cette question. Toutefois, l'approche semble davantage pédagogique que révolutionnaire avec, en trame, une certaine « économisation » de la vision journalistique, notamment en plaçant la thématique économique sur le même plan que la politique.

Rue89 cherche encore une fois à « être ailleurs » en ce qui concerne l'économie.

L'unique point commun avec les autres *pure players* réside sans doute dans la prise en compte de cette rubrique comme l'une des plus importantes. C'est notamment pour cette raison que dans le développement du site, le premier « nouveau né » fut *Eco89*.

Arnaud Aubron nous confirmait cette « priorité » pour l'économie : « Si on a créé *Eco89*, c'est parce qu'on voulait se diversifier et approfondir le sujet. Plus tard on a vocation à s'élargir sur tous les fronts. On a commencé par l'économie car je crois que c'est l'endroit où il y a le plus de demande et où il y a le moins de réponse... Et il y a une autre raison pratique, c'est que deux des quatre fondateurs étaient chefs du service éco à Libé. Donc c'est pour toutes ces raisons qu'on a commencé par l'éco. »

Arnaud Aubron, en considérant que la thématique économique est celle qui suscite le plus d'attente, admet ainsi explicitement un traitement particulier à cette dernière, comme en témoigne la création d'*Eco89*.

Cependant, *Rue89* ne désire pas traiter d'économie comme les autres, en somme ne pas seulement faire comme *Bakchich info* et *Mediapart* qui veulent que les journalistes se réapproprient le sujet pour mieux l'explicitier. Avec *Eco89*, *Rue89* veut aller plus loin et aborder l'économie comme un sujet touchant tout le monde au quotidien : « A part *Les Echos* ou la *Tribune* qui sont destinés aux chefs d'entreprises et aux cadres, il n'y avait pas de magazine dont le but était d'expliquer aux gens en quoi l'économie les concerne au quotidien. La plupart de ton temps éveillé est consacré à des activités économiques ». Une nouvelle fois, nous retrouvons une analyse convergeant vers cette vision d'« économisation » de la vision journalistique, ce besoin de traiter le plus de sujets possibles à travers des critères et une thématique économiques. Cette « économisation », tout au moins sa traduction dans le projet journalistique du *pure player* renvoie pleinement à son idéal journalistique de « rassemblement conflictuel de la communauté démocratique » : traiter d'économie, mais avec un angle social, des référents connus par les lecteurs « non spécialistes » d'économie. En somme, parler d'économie à tous et pas seulement à quelques initiés.

Nous constatons ainsi, au travers de cette deuxième partie, que le traitement journalistique de l'économie par les *pure players* traduit pour une bonne partie l'idéal journalistique tel

que nous l'avons montré dans la première partie de l'article, bien que certaines différences apparaissent, notamment dans le cas de *Mediapart*.

Pour autant, dans le cadre de notre analyse, nous voyons se dessiner des orientations qui se précisent et des illustrations plus concrètes de ce que peut être, pour ces différents *pure players*, un « nouvel idéal journalistique » dans la ligne éditoriale ou encore sur le plan de l'engagement : plutôt apolitique et « sensationnel » avec *Bakchich info*, ou plutôt en lutte contre le « pouvoir » pour *Mediapart* (avec une légère nuance sur le plan du traitement de l'économie. » *Rue89*, se veut plutôt « rassembleur » avec, à la fois une spécificité de traitement de la thématique économique avec la création d'Eco89, tout en gardant une ligne éditoriale fidèle à son idéal, à savoir parler au plus grand nombre des préoccupations du plus grand nombre.

Si le traitement journalistique de la thématique économique semble refléter les idéaux revendiqués par les *pure players*, qu'en est-il de la structure même de ces journaux ? Traduisent-ils, eux aussi, ces idéaux revendiqués ? C'est ce que nous allons aborder dans une troisième et dernière partie.

UNE REDEFINITION DU RAPPORT ENTRE LE JOURNALISTE ET SON LECTEUR ?

Le discours relatif à l'économie semble refléter cet attachement à l'idéal journalistique revendiqué par chaque *pure player*. Toutefois, qu'en est-il dans la pratique ? Comment les *pure players* se positionnent-ils en tant que « structure économique » ? Quelles sont les conséquences de cette (re)définition pour le public ?

Quelles conséquences cette structure a-t-elle sur la relation au public des pure players ?

La première observation que l'on pourrait formuler concerne cette relation, toujours complexe, entre annonceurs et médias.

Ce que l'on peut admettre pour la structure bioéconomique des *pure players*, avec beaucoup de précautions, c'est une certaine forme de changement de pouvoir. En effet, dans une structure reposant sur des dispositifs de plus en plus automatisés et une économie qui se satisfait de petites transactions, mais en très grand nombre, les dominations ne sont plus les mêmes que dans la presse « traditionnelle ». Concrètement il serait faux de dire que le besoin d'audience des sites comme *Rue89* ou *Bakchich info* rendrait ces derniers dépendants face à leurs annonceurs. Comme le signalait Arnaud Aubron à propos de la relation du *pure player* avec les annonceurs : « Nous on n'a pas tellement de relations avec eux, on a une régie publicitaire qui règle les relations avec les annonceurs. »

Ces annonceurs que Martine Orange percevait comme le danger importé de la presse écrite : « vous ne ferez pas de la peine à Renault le jour où il se passe quelque chose, car Renault est votre principal annonceur de site. » Cette vision ne semble pas (ou plus) correspondre à la réalité des structures financières étudiées, puisque les *pure players*, dans la plupart des cas, ne savent même pas quels types de publicité vont être diffusées sur leur site. Bien sûr, *Bakchich info* refuse certaines publicités, mais il donne à sa régie publicitaire quelques noms de compagnies ne correspondant pas à son « image de marque. » Pour le reste, les journalistes découvrent ensuite les campagnes postées sur son site en même temps que les internautes.

Afin de rester prudent, il convient de rappeler que tous les *pure players* étudiés n'ont que quatre ou cinq ans d'existence, et sont encore dans une phase de recherche et de complément de recettes afin de se stabiliser. On pourrait donc parler d'une période de

construction, où il pourrait être hâtif de se prononcer trop franchement sur l'apparition de nouvelles dominations structurelles. Cependant l'acteur majeur au niveau financier dans le dispositif économique de ces nouveaux médias semble être la régie publicitaire. Quand plus des deux tiers des revenus d'un journal ne sont plus issus de gros annonceurs, mais d'une seule entreprise privée, de nouveaux risques évidents de dépendance peuvent apparaître, mais il est encore trop tôt pour disposer d'un certain recul face aux conséquences directes de cette nouvelle structure financière. C'est pourquoi ce rapport entre régie publicitaire et support doit davantage être appréhendé comme une interrogation plutôt qu'une vision inéluctable d'une nouvelle forme émergente de dépendance.

Cette prudence, qu'il nous semble nécessaire d'aborder brièvement, s'illustre par la volonté de certains *pure players* de diversifier l'origine de leur financement : le mur des lecteurs pour *Rue89* afin d'inciter ses lecteurs à faire un don « [Ainsi que] *d'autres recettes complètent ce modèle : conception de sites web, revente de contenus, formation à Internet* » selon la FAQ du site), ou encore des formules payantes graduelles pour *Mediapart* (le site est entièrement payant, mais le lecteur peut choisir sa formule d'abonnement : 15 jours, 1 mois, 1 an, etc.). Entre les deux, *Backchich info* propose un modèle mixte avec une grande majorité du site en accès gratuit ainsi que certains contenus payants (par exemple « les off », ou encore la version papier hebdomadaire.) Pour *Backchich info*, ces recettes supplémentaires sont indispensables après la fermeture temporaire du site suite à une mise en liquidation judiciaire en Janvier 2011 (le site rouvrira en Juin 2011.)

Parallèlement, de nouveaux modèles de sites voient le jour (notamment aux Etats-Unis) dans lesquels on propose aux lecteurs de la POD (presse à la demande). Ce sont autant de modèles qui montrent une volonté des journalistes de se départir de contraintes économiques classiques (annonceurs-support) et par ce biais, de tenter de sortir d'une vision univoque et conforme au système économico-politique dont les journalistes sont conscients depuis de nombreuses années et qui influencent directement leur façon d'aborder l'actualité.

Au regard de cette structuration économique, nous constatons que les *pure players* tentent, par ce biais, de faire transparaître leur idéal journalistique. Bien que cela ne soit pas évident pour *Backchich Info* (un site gratuit avec du contenu payant), les stratégies suivies par *Mediapart* et *Rue89* se rapprochent davantage des discours tenus.

Mediapart qui, rappelons-le, cherche à incarner un « journalisme en lutte » considère que l'indépendance du journal passe, outre la liberté éditoriale du journal, par une indépendance financière. Ainsi, lorsque le lecteur de *Mediapart* paye un abonnement, il soutient par la même occasion la cause défendue par le journal. Il est ainsi associé à cette « lutte ». En somme, *Mediapart* cherche à « mieux informer » le lecteur, mais fait comprendre à ce dernier que sans ce soutien, la lutte n'est pas possible.

Rue89, par sa formule, cherche également à refléter son idéal journalistique, « le rassemblement conflictuel » : une grande partie de son contenu reste gratuit (« tout le monde est bienvenue dans ce rassemblement ») et pour les personnes qui désirent un engagement plus profond, il leur est possible de faire un don ou de participer aux activités annexes.

Si l'idéal affiché par les *pure players* semble vouloir être traduit par la structuration financière, il est à noter qu'il s'appuie, en grande partie, sur la participation et, d'une certaine manière, une forme « d'engagement. » Ces notions s'appuient elles-mêmes sur un concept plus fort qui est celui de « société civile ».

La leçon du 4 avril 1979 clôt le cours de Michel Foucault en introduisant cette nouvelle notion inattendue, mais fondamentale, de « société civile ». Son objectif « stratégique » est de proposer quelques pistes d'explications entre les anciens et les nouveaux arts de gouverner, leurs différentes interfaces « de prise » sur les individus et les conséquences qui découlent de l'existence « conjointe » de sujets de droit et d'*homo oeconomicus* : « la notion de société civile... c'est, en somme, une tentative pour répondre à la question que je viens d'évoquer : comment gouverner, selon des règles de droit, un espace de souveraineté qui a le malheur ou l'avantage, comme vous voudrez, d'être peuplé par des sujets économiques ? » (Foucault, 1994, p 299)

Derrière le mythe du sujet de droit et de l'*homo oeconomicus*, il y a des pratiques ancrées dans la réalité, qui font que tout concept ne doit jamais être formulé avec homogénéité. C'est exactement ce que nous constatons pour le mythe participatif du public des *pure players*. Il n'y a qu'une infime minorité (moins de 1 %¹) qui participe réellement et de façon continue, une sorte de « *portion plus choisie* ».

Le travail du journaliste, dans cette nouvelle configuration, s'en trouve de fait modifié. Mais jusqu'à quel point ?

C'est ce que nous allons aborder dans ce dernier point, le parallèle entre cette communautarisation de la société civile fonctionnant selon Ferguson par un système « noyau/périphérie » et le public des *pure players* qui se rapproche de ce mode de fonctionnement.

Le nouveau public issu du Web 2.0 incarne-t-il une certaine « société civile » ?

« La société civile ne sera pas l'humanité en général ; ce sera des ensembles, des ensembles de même niveau ou des ensembles de niveaux différents qui vont regrouper les individus en un certain nombre de noyaux. C'est la société civile, dit Ferguson, qui fait que l'individu "embrasse le parti d'une tribu ou d'une communauté." La société civile n'est pas humanitaire, elle est communautaire. » (Ibid., p 305)

Cette différence induite par le concept de « société civile » de communautarisme multi-niveaux peut nous fournir un autre type d'éclairage sur le public des *pure players*.

Ce qui nous intéresse dans le cas présent ce n'est pas ce qui est récupéré ou organisé par des régies publicitaires ou d'autres acteurs du Web, mais ce qui est fait par les *pure players* par rapport à leur public. En effet, le lien que les journalistes des *pure players* entretiennent avec leur public n'est pas directement commercial, nous l'avons vu. Cependant il y a tout de même un besoin de fidélisation et la nécessité de fournir un service de qualité correspondant à « la marque de fabrique » de l'entreprise médiatique.

Toutefois, La dilution, ou tout du moins la redéfinition des pouvoirs et des dominations qui traversent en ce moment le champ médiatique sur Internet nous rappelle que nous sommes dans une situation qui se cherche et qui n'est pas encore stabilisée. Et c'est dans ce mélange d'intérêts économiques et non-économiques que nous allons trouver le dernier parallèle entre structure économique, idéal type et relation entre le journaliste et son public.

Décentrement et recentrement : quand l'idéal type se complexifie

« Formellement, donc, la société civile c'est bien ce qui va être le véhicule du lien économique. Mais le lien économique va, à l'intérieur de cette société civile où il peut prendre place, jouer un rôle très curieux, puisque d'une part il va bien lier les individus entre eux par la convergence spontanée des

.....

¹ Une étude menée en interne par Rue89 et disponible en ligne le montre. Voir DE GROM, 2008.

intérêts, mais il va être, en même temps, principe de dissociation... en appuyant, en rendant plus incisif l'intérêt égoïste des individus, tendre à défaire perpétuellement ce que le lien spontané de la société civile aura noué. » (Ibid., p 306)

Au moment de conclure, Foucault nous démontre comment le lien économique présent dans cette société civile opère un mouvement de dissociation et de rassemblement. La bioéconomie suit ce processus, elle isole les individus pour les « profiler » au mieux et renforcer sa connaissance du comportement de chacun, mais elle regroupe par communautés ou intérêts communs ces mêmes individus car elle ne pourrait pas assoir sa rentabilité sur une atomisation totale du corps social. Et ce, d'autant plus si l'on considère que les *pure players* évoluent dans un environnement techno-économique, le Web 2.0 qui peut être appréhendé comme un environnement, tout au moins un concept, lui-même politique (Ramrajsingh, 2010).

Ce double mouvement nous renvoie dans le même temps à celui analysé par Muhlmann en ce qui concerne les idéaux-types du journalisme. Elle arrivait à la conclusion que le journalisme dépendait du régime politique dans lequel il s'insérait et qu'il opérait le même mouvement que ce régime. Un mouvement *décentreur et émancipateur* qui incluait aussi une dynamique homogénéisante voire aliénante dans sa « constitution de commun » pour tous. Le cyberjournalisme produit par les *pure players*, lui, se place également dans un environnement qui le dépasse en taille, mais qui l'intègre dans son fonctionnement : la bioéconomie. Ainsi la corrélation entre entreprise médiatique et vision journalistique et entre idéal-type et pratiques journalistiques nous rappelle ces dispositifs de savoir/pouvoir qui vont de pair et doivent être pris dans leur ensemble. « Autrement dit, le lien économique qui prend place dans la société civile, n'est possible que par elle, la resserre d'une certaine façon, mais la défait par un autre bout » (Ibid., p 306).

CONCLUSION

Ce que Foucault décrit dans ses dernières lignes de *Naissance de la Biopolitique* correspond tout à fait à ce que Muhlmann percevait dans les conséquences multiples du journalisme en démocratie : la création dans le même temps d'un public kantien et d'une foule au sens de Le Bon. Un double mouvement aliénant qui dans le même temps peut être émancipateur.

Le Bon, dans *Psychologie des foules* paru en 1895, considère en effet que chaque peuple a une sorte « d'âme collective » conditionnée par des particularités psychologiques, culturelles et biologiques. Pour Muhlmann ce qui est intéressant c'est qu'« en rabattant la notion de "public" sur celle de "foule", Le Bon annule le travail de Kant visant à dédoubler un peuple, à le placer sur deux scènes, celle des actions et celles des regards » (Muhlmann, 2004, p 97).

Gabriel Tarde a en quelque sorte « répondu » à Le Bon en 1901 dans son livre *L'Opinion et la foule*. Il essaya de percevoir quel lien pouvait être défini entre le journalisme, dont il situait la naissance réelle à la Révolution, et son public qu'il se refusait à qualifier de foule. Pour Tarde, la conversation collective qui existe entre ces deux entités conceptuelles comporte « du liant voire de l'homogénéisant ».

C'est précisément à ce point que voulait parvenir Géraldine Muhlmann en mettant en balance une vision enthousiaste et une vision pessimiste de la démocratie. Le journalisme s'inscrit dans ce double mouvement. Il crée de l'ouverture et de la fermeture, il émancipe, permet la sortie de l'état de tutelle, mais dans le même temps il homogénéise et il enferme. Le journalisme, à l'image de la démocratie, joue donc le rassemblement et le conflit. Il hérite en quelque sorte des caractéristiques du régime politique qui l'a vu naître et dans lequel il évolue.

C'est principalement pour cette raison que nous avons délibérément choisi d'étudier le journalisme des *pure players* d'information générale au travers du prisme économique.

En nous appuyant sur les travaux de Mulhmann afin de mettre en perspectives les idéaux journalistiques afin d'explicitier ces derniers grâce à l'éclairage de Foucault en suivant l'approche critique de Duval, l'analyse que nous proposons ici se veut véritablement heuristique.

Il nous a semblé que cette grille de lecture permettait d'aborder à la fois les problèmes éthiques et économiques dans leurs interactions multiples sans pour autant vouloir donner un quelconque jugement.

La confrontation méthodologique foucauldienne qui consiste à créer une tension permanente entre un certain régime de vérité et une série de pratiques permet justement de ne pas tomber dans cet écueil.

Dire que les *pure players* d'information générale ont réalisé un nouvel idéal journalistique tout comme prétendre qu'ils seraient aliénés par une nouvelle structure économique au prétexte qu'ils ne la maîtrisent pas totalement ne reflèterait pas au mieux la réalité. Ils sont en recherche permanente, ils commencent à percevoir leurs erreurs premières. En revanche nous constatons, à quelques nuances près, que le projet journalistique, la structure économique et le lien avec le lecteur semblent globalement en cohérence pour chacun des *pure players* étudiés. Ce « nouvel idéal journalistique » perdurera-t-il dans les années à venir ou, au contraire, devra-t-il faire, de nouveau, face à la réalité économique qui finirait par prendre le pas sur l'idéal affiché ?

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Agnès, Yves, (2002), *Manuel du journalisme*, Paris, La Découverte
- Attias, Danielle, (2006), « Quel modèle économique pour la presse internet ? », in *Le temps des médias* n° 6, 2006, p 143-150
- Aubert, Aurélie (2008), « Rue89 : un modèle horizontal de la production d'information ? », in *Mediamorphoses* n° 24-2008, p 99-104
- Baudrillard, Jean (1977), *Oublier Foucault*, Paris, Galilée
- Beuscart, Jean-Samuel., Dacheux, Christophe, et Mellet Kevin, (2008), Les modèles d'affaires du Web 2.0, in *InternetActu*, < <http://www.internetactu.net/2008/03/07/les-modeles-d%E2%80%99affaires-du-web-20/>>
- Bourdieu, Pierre, (1996), *Sur la télévision*, Paris, Liber-Raisons d'agir
- Canu, Roland, Datchary, Caroline, (2010), « Journalistes et lecteurs-contributeurs sur Mediapart. Des rôles négociés », in *Réseaux* n° 160(2-3), p 195-223
- Castells, Manuel, (2002), *La galaxie Internet*, Paris, Fayard
- Champagne, Patrick, (1990), *Faire l'opinion*, Paris, Editions de Minuit
- Da Lage Olivier, (2004), « Internet, métamédia », in *Revue Internationale et stratégique* n° 56(2004/4), p. 77-87
- De Grom V. (2008), « Riverains de Rue89, qui êtes-vous? » In *Rue89*, <<http://www.rue89.com/making-of/2008/07/24/riverains-de-rue89-quietes-vous>>
- Duval, Julien, (2004), *Critique de la raison journalistique*, Paris, Seuil
- Duval, Julien, (2000), Concessions et conversions à l'économie, in *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 131-132, mars 2000, pp. 56-75
- Estienne, Yannick, (2007), *Le journalisme après internet*, Paris, l'Harmattan
- Foucault, Michel, (2004), *Naissance de la biopolitique Cours au Collège de France. 1978-1979*, Paris, Gallimard
- Foucault, Michel, (1994), *Dits et écrits*, Paris, Gallimard, 2 tomes
- Gabszewicz, Jean, Sonnac, Nathalie, (2006), *L'Industrie des médias*, Paris, La Découverte
- Georgescu-Roegen, Nicholas, (1971), *The Entropy law and the Economic Process*, Harvard, Harvard University Press
- Girardet, Raoul, (1986), *Mythes et mythologies politiques*, Paris, Le Seuil
- Habermas, Jürgen, (1978), *L'espace public : archéologie de la publicité comme constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Payot
- Halimi, Serge, (1997), *les nouveaux chiens de garde*, Paris, Liber-Raisons d'agir
- Larsson, Stieg, (2008), *Millenium*, Paris, Arles, Acte sud, 3 tomes
- Lazzarato, Maurizio, (2005), « Biopolitique/Bioéconomie », in *Multitudes* n°22, < <http://multitudes.samizdat.net/Biopolitique-Bioeconomie>>
- Le Bon, Gustave, (1895), *Psychologie des foules*, Paris, PUF, 2003
- Lévy, Pierre, (1994), *L'Intelligence collective : pour une anthropologie du cyberspace*, Paris, La Découverte
- Londres, Albert, (1923), *Au bain*, Paris, Le serpent à plumes, (Ed : 2001)

- Marchetti, Dominique (2000), Les révélations du "journalisme d'investigation", in *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 131-132, mars 2000, pp. 30-40
- Martin, Laurent, (2001), *Le Canard Enchaîné, Histoire d'un journal satirique 1915-2005*, Paris, Flammarion
- Muhlmann, Géraldine, (2004), *Du journalisme en démocratie*, Paris, Payot
- O'Reilly, Tim, (2005), what is web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, in *O'Reilly*,
<<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>
- Pélissier, Nicolas, (2003), « Un cyberjournalisme qui se cherche », in *Hermès*, No 35, p. 99-107
- Ramrajsingh, Athissingh, (2010), « Le Web 2.0 peut-il être considéré comme un MOTIF ? Approche critique du concept à partir d'une relecture du texte de T. O'Reilly », in *Etudes de communication* No 35, p. 167-184
- Rebillard, Franck, (2007), *Le Web 2.0 en perspective*, Paris, L'Harmattan
- Rebillard, Franck, (2006), *Du traitement de l'information à son retraitement. La publication de l'information journalistique sur Internet*, in *Réseaux* n°137, p. 29-68
- Rheingold Howard, (1995), *Les communautés virtuelles*, Paris, Addison-Wesley France
- Tarde, Gabriel (1901), *L'Opinion et la foule*, Paris, Editions du Sandre, (Ed : 2006)

Sites web des journaux cités

Mediapart - <http://www.mediapart.fr/>

Rue89 - <http://www.rue89.com/>

Bakchich Info - <http://www.bakchich.info/>

