

Les Enjeux de l'information et de la communication

Varia 2013

Volume n° 14/1

Mise en page par Marc Bertier – Mai 2014



<http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/>

Sommaire n° 14/1, 2013

Pierre Minkala-Ntadi	5
<i>L'appropriation professionnelle d'Internet dans la presse congolaise</i>	
Patrick-Yves Badillo	19
<i>Les théories de l'innovation revisitées : une lecture communicationnelle et interdisciplinaire de l'innovation ? Du modèle « émetteur » au modèle communicationnel</i>	
Olivier Galibert	35
<i>L'injonction participative au débat environne-mental en ligne : imaginaires d'Internet, démocratie environnementale et communication engageante</i>	
Catherine Ghosn	51
<i>Minorités ethniques et télévision : quel constat en France et à l'étranger ? Comparaison sélective</i>	
Corinne Abensour	63
<i>L'autoproduction en édition scolaire. Ou comment le geste de survie de quelques micro structures modifie la culture de l'édition scolaire</i>	
Mohamed Elhajji	73
<i>Les radios communautaires à l'ère des nouvelles technologies : de l'impératif de se réinventer pour perdurer</i>	
Angeliki Koukoutsaki-Monnier	85
<i>Du réseautage professionnel à la communauté virtuelle ? À propos de l'usage d'un réseau social en ligne</i>	
Alain François Loukou	103
<i>Les techniques d'information et de communication (Tic) et l'évolution de l'économique africaine : vers une hybridation des activités</i>	
Marie Gabrielle Suraud	117
<i>La contestation des « nanos » : redéfinir la notion de « politisation de la science »</i>	
Yves Jeanneret, Camille Rondot	131
<i>Médiation de la médiation au musée du Louvre Des logiques de recherche au sein d'un projet politique</i>	

L'appropriation professionnelle d'Internet dans la presse congolaise

Article inédit. Mis en ligne le 9 avril 2013

Pierre MINKALA-NTADI

Docteur en Sciences de l'Information et de la Communication, ses recherches portent sur la presse écrite face à l'émergence des technologies de l'information et de la communication (TIC). Dans sa thèse doctorale, soutenue en décembre 2012, il traite particulièrement la question du développement des entreprises de presse congolaises sous la double contrainte de la dépendance politique et de la critique sociale soutenue par Internet.

RESUME

Partant de l'hypothèse que l'évolution des pratiques journalistiques à l'« ère du numérique » est liée autant à l'usage des technologies de l'information et de la communication (TIC) qu'à des logiques professionnelles inhérentes à chaque environnement social, cet article analyse l'appropriation d'Internet dans les entreprises de presse écrite congolaises. Il met en lumière les réalités économiques et sociopolitiques congolaises autour desquelles se construisent des logiques d'appropriation professionnelle d'Internet dans ces entreprises, où l'Internet apparaît comme un simple moyen de diffusion d'un contenu traditionnellement centré sur l'écrit et l'image fixe, avec un rejet volontaire du participatif..

ABSTRACT

Assuming that the evolution of journalistic practices in the "digital age" is as much related to the use of information and communication technologies (ICTs) to business logic inherent in each social environment, this paper analyzes the appropriation of the Internet in press Congolese companies. It highlights the Congolese economic and sociopolitical realities around which build professional logics of Internet appropriation in these companies, where the Internet appears as a simple means of diffusion of content traditionally focused on writing and the still image, with a wilful reject of participation devices.

RESUMEN

Suponiendo que la evolución de las prácticas periodísticas en la "era digital" es lo más relacionado con el uso de tecnología de la información y la comunicación (TIC) a la lógica empresarial inherente a cada entorno oficina, este trabajo se analiza la adopción de Internet en las empresas de prensa congoleña. En él se destacan las realidades económicas y sociopolíticas en torno al cual los congoleños de construcción lógica de negocio de la apropiación de la Internet en estas empresas, en la que Internet aparece como un simple medio de distribución de un escrito centrado en los contenidos y la imagen, con un rechazo voluntaria participativo.

MOTS CLES

presse congolaise, société de l'information, TIC, journalisme, Congo, presse africaine.

KEYWORDS

Congolese press, Information Society, ICT, journalism, Congo, African press

PALABRA CLAVE

prensa congoleña, Sociedad de la Información, TIC, periodismo, Congo, prensa africano

INTRODUCTION

En tant que manière d'écrire l'actualité, le traitement de l'information apparaît comme un des lieux d'observation des mutations survenues dans la pratique du journalisme à « l'ère d'Internet ». Au niveau de la presse occidentale, par exemple, l'on assiste à un traitement multi médiatique de l'information. Ce traitement consiste en la réalisation des écrits d'écran, « combinant texte, image et son, souvent non linéaire, dans lequel le passage d'une page-écran à une autre se fait en activant des zones d'écran (liens) » (Ollivier, 2007, p. 263). Internet est en effet un concentré de techniques diverses « relevant de disciplines différentes » (Miège, 1997, p. 168). Aussi l'information traitée avec ce « concentré de techniques » devient-elle une « information en réseaux » car concentrant en elle plusieurs autres techniques d'écriture, du texte au son, en passant par l'image fixe et/ou animée, la graphique, la vidéo, etc. Ce mode de traitement de l'information s'accompagne souvent de la segmentation des publics, l'interactivité de la relation entre les journalistes et les publics, la diversification de l'offre informationnelle et des supports de diffusion, etc. (Damian, Ringoot, Ruellan, Thierry, (dir.), 2002). Fort de ce constat, nous nous sommes posé la question de savoir si l'appropriation d'Internet par les professionnels de la presse induit partout la même reconfiguration des pratiques. L'appropriation s'entend ici comme un ensemble de pratiques liées à un processus d'adoption, d'adaptation et/ou de transformation du dispositif technologique, en l'intégrant dans des pratiques professionnelles en cours (Jouët, 2000). Nous étudions ici le cas des entreprises de presse écrite congolaises du secteur privé. L'usage d'Internet dans ces entreprises de presse renvoie-t-il aux pratiques observables dans la presse occidentale, par exemple ? Notre hypothèse est que, au niveau de la presse, l'évolution des pratiques professionnelles est liée autant à l'usage des TIC (Technologies de l'information et de la communication) qu'à des logiques professionnelles inhérentes à chaque environnement sociopolitique. L'objectif de notre analyse est de mettre en lumière les logiques de traitement de l'information qui sont en cours dans les entreprises de presse écrite congolaises, pour voir en quoi l'usage d'Internet les reconfigure ou pas. De ce fait, nous nous inscrivons dans une approche info-communicationnelle, en mobilisant notamment la notion d'ancrage social des techniques, que Bernard Miège définit comme l'articulation entre « les déterminations techniques » et les « modèles d'organisation et des logiques sociales de la communication qui concourent à leur avancée » (Miège, 2007, p. 14). Cette approche nous permet d'appréhender les différentes logiques sociales et les stratégies d'acteurs qui structurent l'appropriation professionnelle du dispositif technologique, qu'est Internet, dans les entreprises de presse congolaises. L'analyse des données du terrain révèle une appropriation des TIC cristallisée autour de la monopolisation de la relation « presse-publics » par le champ de l'action politique. Ce qui se traduit par un traitement de l'information toujours centré sur l'écrit et l'image fixe, et par le rejet du participatif.

APPROCHE DU TERRAIN

Cet article est construit sur la base des entretiens semi directifs que nous avons réalisés auprès des professionnels de la presse congolaise, en juillet et août 2011, à Brazzaville. Nous avons interrogé onze titres de presse, dont un quotidien (Les Dépêches de Brazzaville, l'unique quotidien de la place), deux bihebdomadaires (La Semaine Africaine, Talassa), quatre hebdomadaires (Les Echos du Congo, L'Agenda, Epanza Makita, Le Patriote), un mensuel (Le Chemin), deux irréguliers (Le Nouvel Observateur d'Afrique, La Rue Meurt, paraissant au gré des circonstances financières et/ou événementielles), et un disparu (Le Miroir, absent des kiosques après un an de parution). Il s'agit d'un échantillon basé moins sur la représentativité des journalistes que sur celle de l'orientation éditoriale et de la propriété des titres de presse congolais. Notre préoccupation ne porte pas en effet sur les pratiques individuelles ; elle porte plutôt sur les logiques professionnelles et les stratégies internes aux entreprises de presse, et qui sont susceptibles d'orienter les pratiques journalistiques. Dans les onze titres abordés, nous retrouvons les différents types d'orientation éditoriale qui caractérisent la presse congolaise, à savoir les journaux d'informations générales, d'action sociale et d'opinions sociopolitiques, appartenant soit aux acteurs politiques ou économiques, soit aux fonctionnaires d'État ou aux hommes d'Églises. Le repérage des titres étudiés s'est fait autant par une lecture des journaux que par la consultation des personnes-ressources. Au sein de chaque titre, nous avons interrogé le directeur de publication, le rédacteur en chef, le secrétaire de rédaction, et les responsables de rubriques. Au total, nous avons réalisé trente entretiens, auxquels s'ajoute l'entretien avec le coordinateur de l'organe d'autorégulation des médias congolais, l'Observatoire congolais des médias (OCM).

INTERNET : UN SUPPORT DE DIFFUSION PLUTOT QU'UN MODE D'ÉCRITURE DE L'ACTUALITÉ

Si l'usage d'Internet dans les activités de production et de diffusion de l'actualité s'est traduit, entre autres, par l'hyper textualité, la multi modalité et l'interactivité de l'information de presse (Deuze, 2003), ce constat est encore loin d'être une réalité au niveau de la presse congolaise. Les Dépêches de Brazzaville ne diffuse encore qu'une information basée sur le texte et l'image fixe, alors que son site Internet annonce toujours l'ouverture imminente d'un accès libre aux séquences sonores et vidéo. En fait, ce journal est une publication d'une agence d'information, l'Agence d'Information d'Afrique Centrale (ADIAC). Le contenu de son édition papier n'est qu'une sélection de différents articles, préalablement mis en ligne la veille sur le site Internet d'ADIAC et dont l'accès est réservé aux abonnés, comme l'affirme un responsable de l'équipe de rédaction : « Quand ils [les journalistes] envoient [les articles] chez le webmaster, chez lui, c'est instantané : dès qu'il reçoit, il la [l'information] balance et la met déjà en ligne. Or, la même information, dans l'édition papier, va sortir demain ». Le traitement de l'information reste ainsi le même sur les deux supports papier et numérique, puisque la même information mise en ligne sera reprise pour le journal papier sans modification aucune, tout comme on a pu le constater au début des pratiques d'écriture en ligne dans la presse quotidienne française à la fin du 20ème siècle (Thierry, 1998 ; 2000). À son tour, l'édition papier, qui est vendue à 100 francs CFA (soit environ 0,15 €) l'exemplaire, sera intégralement mise en ligne sur le site Internet d'ADIAC et offerte gratuitement aux publics, sous le format PDF.

Au niveau de La Semaine Africaine, on observe le même fonctionnement : le contenu mis en ligne sur son site Internet ne diffère point de celui de l'édition papier, et il n'existe aucune mise à jour, sinon l'exposition à la page d'accueil de certains articles phares de l'édition papier en cours. Tout comme on le constate au niveau des Dépêches de Brazzaville, l'édition papier de La Semaine Africaine est intégralement mise en ligne et

proposée gratuitement aux publics sous le format PDF, alors que l'exemplaire imprimé est actuellement vendu à 350 francs CFA (soit environ 0,53 €). Le contenu y est aussi uniquement centré sur le texte et l'image fixe : « Pour l'instant, on s'est limité au fait que le site doit reprendre le même contenu du journal [...] », affirme un membre de la direction. Avec l'introduction de la gratuité, notamment à travers l'offre informationnelle mise en ligne, « l'économie réelle et l'économie symbolique de la presse » (Estienne, 2008, p. 87) se côtoient au sein des entreprises de presse. Il s'agit là d'un aspect majeur que l'on a pu observer un peu partout, particulièrement avec l'émergence des sites Web d'information (Estienne, 2008).

Tous les autres journaux que nous avons abordés et qui diffusent actuellement en ligne, connaissent presque le même fonctionnement, tout au moins en ce qui concerne l'écriture de l'actualité mise en ligne et le mode d'accès : uniquement centré sur le texte et l'image fixe, le contenu est partout offert gratuitement aux publics. La seule différence que nous avons pu observer se situe au niveau des modalités de mise en ligne : si Les Dépêches de Brazzaville et La Semaine Africaine ont opté pour une transposition intégrale sur le Web du fichier PDF de l'édition papier, les autres journaux, tels que Le Patriote et Talassa, se limitent simplement à la transposition des rubriques papier sur le Web. Ainsi, au niveau du Patriote, par exemple, on ne trouvera pas en ligne toute la maquette du journal tel qu'il se présente en imprimé, mais plutôt toutes les rubriques du journal correspondant à l'ensemble des rubriques de l'édition papier en cours, avec le même contenu. En ce qui concerne Talassa, l'information mise en ligne ne semble pas suivre la même périodicité que l'édition papier, qui se présente tantôt comme un hebdomadaire, tantôt comme un bihebdomadaire ; on n'y retrouve pas non plus d'illustration, contrairement à l'édition papier qui associe le texte à l'image.

Comme on peut le constater, cette description met simplement en relief quelques caractéristiques langagières de l'information en ligne diffusée par certains journaux congolais. En tant que telle, si elle ne peut nous renseigner sur les logiques d'entreprise qui sous-tendent ce mode de traitement de l'information, elle constitue néanmoins une porte d'entrée dans l'appréhension des usages d'Internet au sein des entreprises de presse congolaises. En effet, tout mode de traitement de l'information de presse obéit à des « règles secrètes » (De la Haye, 1985, p. 3) qui représentent autant de logiques socioprofessionnelles en cours dans les entreprises de presse. Et les sites Internet, de quelque manière qu'ils se présentent, sont à leur tour traversés par ces logiques (Rouquette, 2009). Ce qui revient à dire que la matérialité langagière, c'est-à-dire le mode de traitement de l'information de presse décrit ci-dessus n'est pas du tout neutre, elle est porteuse de stratégies et de logiques d'entreprise auxquelles elle obéit. Notre enquête révèle bien cette inscription du traitement de l'information en ligne dans des logiques internes aux entreprises de presse congolaises. Au niveau de La Semaine Africaine, par exemple, on justifie ce mode de traitement de l'information par une stratégie d'entreprise liée au manque de ressources financières et humaines : « Oui, par choix, mais aussi dicté par le manque de moyens. Parce que, quand on ouvre un site, il faut carrément une double rédaction pour s'occuper vraiment du site », affirme un membre de la direction. Ces propos confirment à la fois la nécessité de la réorganisation des ressources, notamment l'acquisition de nouvelles compétences professionnelles et la restructuration des services rédactionnels. La diffusion en ligne s'accompagne en effet d'une restructuration des services rédactionnels, dans le cadre d'un traitement multi médiatique de l'information (Matthien, 2007). Cela implique la nécessité d'une réorganisation du structurel rédactionnel, qui passe ici par l'affectation de nouvelles ressources humaines (acquisition de nouvelles compétences professionnelles), matérielles mais aussi financières.

Une technologie financièrement discriminatoire pour la presse congolaise

Le traitement de l'information généré par l'usage d'Internet pose donc un problème de compétences au niveau des professionnels de la presse. Car, pour produire une information multi médiatique, il faut acquérir d'autres compétences techniques, c'est-à-dire d'autres savoir-faire, d'autres manières de faire, mais aussi d'autres supports de diffusion, puisqu'il s'agit de passer du papier à l'écran (Ollivier, 2007). Le changement d'écriture implique ainsi un changement de compétences professionnelles. Cette réorganisation exige alors des moyens tant humains que matériels conséquents. Et l'acquisition de ces moyens passe par une mobilisation de ressources financières. Or, l'un des problèmes majeurs auxquels sont confrontées les entreprises de presse congolaises privées, c'est celui de la précarité financière. En effet, la situation actuelle de la presse congolaise relevant du secteur privé, c'est celle de « jeunes entreprises de presse indépendantes qui n'ont souvent pas de budgets de fonctionnement adéquats » (Mbanza, 2004, p. 8). En dehors des journaux comme Les Dépêches de Brazzaville, La Semaine Africaine, Le Patriote et Le Chemin, qui ont une assise financière plus ou moins stable, tous les autres journaux que nous avons interrogés fonctionnent sans budget et vivent au jour le jour : « Si nous avions renforcé la base de notre budget, je pense que les choses seraient peut-être mieux faites. Mais, malheureusement, comme nous vivons au quotidien, nous n'avons pas un budget », affirme le directeur de publication de l'hebdomadaire Les Echos du Congo. Pour certains journaux, la périodicité est liée au rythme d'acquisition d'un hypothétique financement de la part d'une quelconque personnalité physique ou morale. C'est ce qui explique le phénomène des parutions irrégulières, voire la disparition complète sur le marché, pour des titres de presse qui se définissent dans leur grande majorité comme des hebdomadaires : « [...] beaucoup de titres ont disparu, ou bien même [dont] la périodicité est devenue dérégulée : il y a des journaux qu'on respecte bien, qui paraissent toutes les semaines mais qui paraissent trois semaines après ; c'est dû à ça », nous a confié le directeur de publication du journal Le Miroir, un titre qui a déjà disparu des kiosques après une petite année de parution.

Cette situation pose donc le problème du financement des entreprises de presse congolaises, dont la principale source financière demeure la publicité. Or, le marché publicitaire congolais est très faible ; il est principalement tenu par les sociétés de téléphonie mobile. Les quelques journaux qui tiennent le cap de leur périodicité sont souvent ceux bénéficiant de contrats publicitaires avec ces sociétés de téléphonie mobile : « Quand vous n'êtes pas abonnés à une société de téléphonie mobile, il n'y a rien ! Même moi, quand j'étais au Choc, les salaires étaient payés grâce aux contrats avec les sociétés de téléphonie mobile », affirme le directeur de publication du Miroir. L'on peut également noter le fait que l'activité commerciale y est très dominée par le secteur informel qui, généralement, brille par le manque de transparence dans les transactions et par la corruption. Des produits qui, par exemple, entrent frauduleusement sur le marché congolais, sans déclarations douanières ni paiement de taxes, ne peuvent faire l'objet d'annonces publicitaires dans les médias, au risque de se faire rattraper par le fisc. La faiblesse du marché publicitaire est un fait qui a été reconnu par tous les journalistes que nous avons interrogés. Par ailleurs, il n'existe encore aucun financement public conventionnel pour les entreprises de la presse privée, malgré cette possibilité de bénéficier d'une assistance de l'État mentionnée dans la loi n°8-2001 du 12 novembre 2001 sur la liberté de l'information et de la communication. A ce sujet, le texte d'application devant fixer les modalités de cette « assistance » n'a jamais vu le jour.

Cette précarité financière peut aussi se justifier par le fait que, dans certains pays d'Afrique francophone (dont fait partie le Congo), « la presse n'attire pas les capitaux des hommes d'affaires africains, soit qu'elle n'apparaît pas rentable, soit que la pression des gouvernants ou seulement la crainte de leur déplaire les éloignent d'investir dans la presse indépendante, soit parce que la classe commerçante, peu instruite, attache peu d'intérêt à la presse » (Tudesq, 1995, p. 123). Bref, la presse congolaise privée, tant écrite qu'audiovisuelle, évolue actuellement dans un environnement assez contraignant, marqué par l'étroitesse du marché publicitaire et par l'absence des aides publiques. L'absence de moyens financiers oblige donc les entreprises de presse à une appropriation contextualisée d'Internet qui sert de simple support de diffusion du contenu « traditionnel ». Ses autres fonctionnalités sont exclues, notamment celles liées au mode d'écriture de l'actualité, dont la mise en œuvre paraît ici financièrement discriminatoire.

QUAND LA DOMINANCE DU CHAMP POLITIQUE INDUIT LE REJET DU PARTICIPATIF

Dans la presse occidentale, l'évolution de la diffusion en ligne s'est également traduite par la mise en œuvre des dispositifs sociotechniques d'interactivité, tels que les commentaires, les blogs, les forums, les chats, le partage sur les réseaux socio numériques (Facebook, Twitter, etc.). Ces dispositifs, qui sont favorisés autant par les mutations du numérique que par la demande sociale (Aubert, 2011), connaissent une réception assez mitigée au niveau des entreprises de presse congolaises que nous avons étudiées. Deux attitudes principales se dégagent à ce sujet. La première consiste dans une semi-intégration de ces dispositifs sur les sites Internet des journaux, où ils jouent une fonction d'alertes sur les réactions des publics par rapport à l'information publiée par le titre. C'est le cas du journal *Le Patriote*, qui a intégré le « commentaire » sur son site, sans pourtant publier les réactions d'internautes : « Non, on ne les publie pas, mais, en conférence de rédaction, on dit : " Voilà ce qui s'est dit [...] Il y a tant de réactions pour tel article, tant de réactions pour tels articles... " Puis, nous analysons », affirme un journaliste évoluant au sein de cet organe de presse. Les réactions d'internautes servent simplement à alimenter les débats de l'équipe de rédaction dont elles peuvent nourrir les sujets d'analyse – l'analyse étant la spécialité de ce journal. La seconde attitude consiste dans le rejet pur et simple de ces dispositifs d'interactivité. Pour le directeur de publication de *La Semaine Africaine*, par exemple, il n'est pas question d'introduire le discours des « profanes » dans un espace réservé à l'expression des professionnels, « tout simplement parce que, malheureusement, les gens ne respectent pas une certaine déontologie ». La position de ce professionnel de la presse se veut on ne peut plus radicale sur la question, lorsqu'il affirme que, au niveau de la société congolaise, il y a plus du négatif que du positif dans les réactions d'internautes : « [...] il y a un côté positif, qui est le plus important. Mais, il y a un peu de débordements. Mais chez nous, il n'y a que des débordements. Chez nous, il y a 80% de débordements, et 10% de positif ».

Ces « débordements » invitent donc à une prudence qui se traduit, au niveau de *La Semaine Africaine*, par l'exclusion de son site Internet des dispositifs d'interactivité. Et le directeur de publication justifie sa prudence par la crainte de voir son journal servir d'espace de diffusion des « joutes politiques ». Ces dernières sont en effet supposées être à l'origine des affrontements armés ayant embrasé la société congolaise dans les décennies 1990 et 2000. Cette posture prudentielle apparaît ici comme la révélation d'un profond traumatisme psychosocial lié à l'histoire politique locale. En fait, *La Semaine Africaine* porte en elle les stigmates de l'autoritarisme et de la brutalité du monopartisme, notamment avec la torture et les emprisonnements dont ont été victimes ses anciens directeurs de publication, tels que l'Abbé Louis Badila. Ce dernier, prêtre et journaliste de

son état, s'illustra par des prises de position frontales à l'égard des idéologues communistes du régime du président Alphonse Massamba-Débat, et par la dénonciation des exactions commises par les milices officielles de ce régime, à savoir la Défense civile et la JMNR (Jeunesse du Mouvement national de la révolution, le parti unique), dans les années 1963-1968, ce qui lui valut la prison et la torture. Cet arrière-plan historique traumatisant, encore présent dans la mémoire collective de l'entreprise, peut donc justifier le positionnement éditorial actuel de La Semaine Africaine, d'autant plus que le cadre sociopolitique actuel n'exclut pas (dans les faits) l'existence d'une conflictualité liée à un quasi « monopartisme » entre les acteurs du champ politique et ceux du champ médiatique, comme en témoignent ces propos du directeur de publication d'un journal : « Je ne peux pas te parler plus correctement pour la simple raison que j'ai eu un AVC (accident vasculo-cérébral) ; on dit ça, mais moi-même je sais que ce n'est pas un AVC. Simplement, parce que nous étions sept à faire [le journal], dont cinq sont aujourd'hui sous terre ; nous sommes restés deux ».

En clair, « le cadre sociopolitique marqué à la fois par des luttes politiques, se transformant par moments en affrontements armés, et par des discours politiques d'apaisement » (Minkala-Ntadi, 2012, p. 113) a induit, au niveau de La Semaine Africaine, l'adoption d'un registre prudentiel dans le traitement de l'information. Le registre prudentiel consiste ici dans le refus volontaire (autocensure) de toute prise de position critique vis-à-vis des acteurs du champ politique, particulièrement ceux de l'action gouvernementale ; il s'agit d'éviter la publicisation des discours susceptibles de déranger les tenants du pouvoir politique. Certains journalistes évoluant dans cette entreprise sont bien conscients de ce nouveau tournant éditorial, comme en témoigne notre entretien avec le responsable de la rubrique « Société » : « La Semaine Africaine a fait aussi un certain virage, parce que c'est [sic] plus La Semaine Africaine d'hier. Aujourd'hui beaucoup de gens nous reprochent que c'est le tout politique. C'est parce que la rubrique "Courrier des lecteurs" n'existe plus sinon on aurait pu faire ce constat ». Cette prudence a entraîné pas mal de changements au sein du journal. Même la rubrique « Nos lecteurs écrivent » ou « Courrier des lecteurs », un espace dédié aux réactions des lecteurs vis-à-vis de l'actualité, n'existe plus dans l'édition papier.

Le rejet des dispositifs d'interactivité est donc lié au fait que, dans la société congolaise, le traitement de l'actualité semble être fondé sur la dominance du champ de l'action gouvernementale. C'est ce que le chercheur bolivien Luis Ramiro Beltrán S. appelle « l'élitisme », c'est-à-dire « la croyance en un ordre social naturel commandant la prédominance des uns et l'obéissance des autres » (Beltrán, 1978, p. 75). Il s'agit ici de la prédominance du champ de l'action gouvernementale, dont le discours se présenterait comme l'unique cadre social (Goffman, 1991) d'appréhension de toute la réalité congolaise. Dans ce cadre précis, l'information diffusée par la presse se confondrait avec le discours officiel des gouvernants ou de l'ensemble des acteurs de la classe politique au pouvoir. La presse ne serait alors qu'une simple caisse de résonance des institutions gouvernementales. Tout brouillage apporté à ce discours officiel, notamment par le « colportage » des informations incontrôlées circulant sur les blogs ou autres réseaux socionumériques, serait considéré comme une atteinte à l'image non seulement des organes de presse eux-mêmes, mais aussi et surtout des institutions gouvernementales dont ils sont censés relayer le discours. Cette posture trouve sa justification dans l'institution du monolithisme politique dans la société congolaise qui, à un moment donné de l'histoire politique de ce pays, s'est traduite par la mise en œuvre du Nouvel ordre national de l'information (Kouvibidila, 2008), concevant les médias comme de simples supports de

transmission des visées idéologiques du parti politique au pouvoir. C'est une conception des médias qui semble perdurer dans la mentalité des acteurs politiques actuels.

Les acteurs politiques congolais auraient en effet compris que la presse constitue un lieu de valorisation de leurs actions : « ils ont compris les médias et ont assimilé la nécessité de faire parler de soi, de se mettre en valeur, de vendre son image, de faire passer le message » (Gakosso, 1997, p. 26). D'où cette tendance d'occupation quasi exclusive de l'espace médiatique par les acteurs du champ de l'action politique, qui sont « en concurrence pour le monopole de la manipulation légitime des biens politiques », une concurrence dont l'enjeu consiste dans la conquête du pouvoir sur l'État afin d'imposer leur propre « principe légitime de vision et de division du monde social » (Bourdieu, 2000, p. 63-64). Pour ce faire, les acteurs de l'action gouvernementale, qui ont déjà conquis ce pouvoir sur l'État, supportent mal l'intrusion des adversaires politiques et des « publics profanes » dans l'espace médiatique qu'ils veulent bien contrôler pour n'y faire circuler que leurs propres « idées-forces », c'est-à-dire « des idées qui donnent de la force en fonctionnant comme force de mobilisation » (Bourdieu, 2000, p. 63). Aussi les acteurs de l'action gouvernementale n'hésitent-ils pas à rappeler les journalistes à l'ordre, dès lors qu'ils se plaisent à publiciser les « ragots de la rue » ou tout autre discours oppositionnel/contestataire vis-à-vis de la classe politique au pouvoir. Ce qui conduit à une forte tendance à la monopolisation de la relation « presse-publics » par les acteurs du champ de l'action gouvernementale. D'où cette prudence remarquée vis-à-vis des dispositifs sociotechniques d'interactivité. Autant dire que les logiques sociales de la communication mises en œuvre dans les entreprises de presse congolaises sont bien fonction du cadre sociopolitique dans lequel elles évoluent.

Il s'agit là, d'ailleurs, d'un aspect lié à la caractéristique même des industries de la culture, de l'information et de la communication (ICIC), qui sont partout ancrées dans un cadre sociopolitique où « elles concourent à la vie politique, à la construction des territoires et des identités » (Bouquillion, Combès, 2007, p. 13). Ainsi, suivant l'évolution sociopolitique, chaque société crée ses propres logiques sociales de la communication, qui sont effectivement liées à cet ancrage sociopolitique des ICIC (dont font partie les entreprises de presse), et ce malgré d'éventuelles « injonctions technologiques » venant d'ailleurs et qui sont, elles-mêmes, porteuses de valeurs sociopolitiques propres aux sociétés qui les ont produites. Cet aspect renvoie donc à la perspective d'ancrage social des techniques, consistant à « replacer les objets et produits [techniques] nouveaux dans l'évolution des structures de médiation et des pratiques informationnelles et culturelles » (Miège, 1997, p. 162). En effet, dans la majorité des milieux sociaux et professionnels où elles s'insèrent, les techniques « accompagnent des mouvements en cours, contribuant progressivement à les renforcer ou à les accélérer, mais plus exceptionnellement à les amplifier brutalement dans des directions imprévues » (Miège, 1997, p. 169). C'est ce processus « d'accompagnement des mouvements en cours » que Bernard Miège (1997) appelle ancrage social des techniques. Et la presse écrite figure au nombre de ces champs professionnels de la communication où l'usage des TIC accompagne des modèles d'organisation et des logiques communicationnelles déjà en cours, d'autant plus que les TIC ne créent pas des pratiques professionnelles « différentes de celles impulsées par les médias en place » (Miège, 2010, p. 134). Toutefois, en évacuant « l'impératif technologique » dans la relation entre TIC et organisations, il ne s'agit pas non plus de tomber dans un déterminisme sociologique ou organisationnel qui prônerait le primat du social sur la technique. Nous nous inscrivons plutôt dans une perspective d'émergence où « technologie et organisation entretiennent une relation d'influence mutuelle et coévoluent en fonction de processus particuliers »

(Vaast, 2000, p. 163). Ce qui revient à dire que « l'appropriation d'un dispositif technique dépend d'abord "des significations d'usage projetées et construites par les usagers sur le dispositif technique qui leur est présenté" » (Granjon, 2001, p. 11). D'où ce constat d'un usage sélectif des potentialités d'Internet, un usage répondant à des besoins de chaque entreprise de presse, et ce suivant le cadre sociopolitique de son évolution.

Un rejet de la cacophonie discursive liée aux dispositifs d'interactivité

Si la tendance à la monopolisation de la relation « presse-publics » par les acteurs de l'action gouvernementale influe fortement sur l'appropriation professionnelle des dispositifs d'interactivité au niveau des journaux congolais, c'est parce que ces dispositifs sont porteurs d'un contrat de conversation (Granier, 2011). Ce contrat de conversation s'appuie sur « une idéologie, une vision des rapports humains et sociaux, en affinité avec les mythes fondateurs d'Internet tels que l'horizontalité, la réciprocité, la liberté » (Pynson, 2011, p. 64). L'horizontalité de la relation est bel et bien une caractéristique des interactions sociales promues par le mythe de la « société de l'information », en s'appuyant sur le type de relation ayant caractérisé « les pionniers de l'internet qui se considéraient comme "une communauté d'égaux où le statut de chacun repose sur le mérite évalué par les pairs" » (Granjon, 2001, p. 11). La mise en œuvre d'une horizontalité de la relation dans les interactions sociales induit donc une remise en cause du mode de fonctionnement « traditionnel » de la société, qui est plutôt fondé sur la verticalité de la relation qu'implique la hiérarchisation des statuts, rôles et fonctions dans les différentes organisations sociales. Et c'est sous ce mode d'organisation sociétale fondée sur la verticalité de la relation dans les interactions sociales que s'inscrit le fonctionnement « traditionnel » de la presse. Aussi la relation « presse-publics » était-elle une relation verticale, voire surplombante, les professionnels de la presse se présentant comme des experts (pédagogues) d'un savoir à transmettre à un public supposé être en situation d'apprentissage (Mehl, 1996). Ce qui plaçait les professionnels de la presse dans une position dominante hégémonique (Hall, 1994) qui, du reste, renvoyait à la supposée omniscience des médias.

Or, cette position dominante hégémonique se trouve aujourd'hui contestée par les publics. En effet, saisissant les opportunités technologiques offertes par Internet, les publics vont eux-mêmes réagir à l'actualité diffusée par les organes de presse, en se plaçant soit dans une position dominante hégémonique, soit dans une position négociée, soit dans une position oppositionnelle. C'est ce que révèle, par exemple, l'étude réalisée par Laura Pynson (2011) pour la presse française. Dans sa typologie d'internautes participant aux forums mis en place sur les sites Internet de certains journaux français, Laura Pynson évoque quatre différents types de profils, réagissant par rapport à l'information publiée par le journal : du « correcteur » (qui veut rétablir la « vérité ») au « provocateur » (qui veut produire de la réaction et de l'action), en passant par l'« éditorialiste » (qui veut exprimer son opinion et son sentiment) et le « commentateur » (qui veut approfondir la réflexion) (Pynson, 2011). Ces profils d'internautes renvoient à des positionnements concurrentiels à l'égard des professionnels de la presse, chaque profil adoptant un registre et un ton particuliers vis-à-vis de l'actualité diffusée par le journal. Cela conduit à une polyphonie énonciative, voire une cacophonie discursive au sein d'un même titre de presse, et dont le risque est de brouiller la ligne éditoriale du titre de presse d'où le souci de contrôle, c'est-à-dire d'un encadrement de la liberté d'expression par le journal lui-même, « pour éviter une perturbation qui pourrait s'avérer gênante pour l'éditeur comme pour les usagers » (Pynson, 2011, p. 63). A ce niveau, le problème n'est plus tellement celui de l'ouverture ou non de l'espace rédactionnel aux internautes, mais plutôt « comment utiliser et canaliser ces productions disparates » (Aubert, 2011, p. 42). Cette dernière préoccupation participe

du mode de gestion de toute entreprise, ce mode de gestion reposant effectivement sur le « souci d'uniformiser l'image externe de l'organisation sur tous les supports » (Rouquette, 2009, p. 7). Il s'agit donc de veiller à l'homogénéité du traitement de l'information au sein du titre de presse, afin de garantir la lisibilité de son identité discursive (Esquenazi, 2002).

C'est ce souci de contrôle de la ligne éditoriale qui explique, au niveau des entreprises de presse congolaises, ces deux attitudes vis-à-vis du participatif, c'est-à-dire des dispositifs sociotechniques d'interactivité (Aubert, 2011). Ce rejet est d'autant plus justifié que l'on assiste, au niveau de certains sites Internet, forums, blogs ou portails congolais, à l'émergence d'un profil-type d'internaute réagissant à l'actualité. Ce profil-type est celui du dénonciateur des travers de l'action des gouvernants. La dénonciation de l'action des gouvernants renvoie ici à la critique sociale, qui consiste en la remise en cause de la « croyance en la légitimité de la domination rationnelle légale de l'État » (Granjon, 2001, p. 9). Comme telle, elle ne peut donc honorer les acteurs du champ politique dont le discours s'inscrit plutôt dans l'imposition des idées mobilisatrices pour l'ensemble de la société. Le rejet du participatif participerait ainsi de cette logique d'« exclusion des profanes dans le cercle sacré des politiques » (Bourdieu, 2000, p. 55), contribuant « fortement au maintien de la frontière, de la censure qui tend à exclure les manières non-conformes à l'orthodoxie, à la doxa du champ politique » (Bourdieu, 2000, p. 76). Dès lors, la presse se met au service des tenants du pouvoir politique, et ce au détriment des « publics ordinaires » pour lesquels elle apparaîtrait comme une simple caisse de résonance de l'action gouvernementale.

DEUX LOGIQUES SOCIALES DE LA COMMUNICATION

L'attitude des journalistes vis-à-vis du participatif révèle deux logiques sociales de la communication en cours dans la presse congolaise. Il s'agit des logiques communicationnelles, que nous appelons la communication révérencieuse et la communication irrévérencieuse. La première consiste en une dépendance assez prononcée de l'information de presse, vis-à-vis des institutions publiques (politiques/administratives) ; elle s'exprime à travers la mobilisation des sources dites « officielles » ou institutionnelles. Dans cette logique, l'information est soit « valorisante » et « promotionnelle », soit « distanciée » (elle souligne les problèmes et les conflits, elle donne la parole aux protagonistes mais sans prendre parti), soit « engagée » (elle juge et prend parti) (Ruellan, 2003). La seconde logique communicationnelle consiste plutôt en une posture de démarcation de l'information de presse vis-à-vis des « sources officielles » ; elle s'exprime par une attitude oppositionnelle/protestataire à l'endroit des institutions établies et mobilise les « sources officieuses » (information licencieuse, rumeur), qu'elle confronte parfois aux « sources officielles ». Dans cette deuxième logique, l'information est généralement « engagée », ou « critique » (enquête sur les sujets sensibles et dénonciation des dysfonctionnements institutionnels) (Ruellan, 2003). Ces deux logiques orientent les pratiques journalistiques (en matière de collecte et de traitement de l'information) et structurent l'appropriation professionnelle des TIC, particulièrement d'Internet, dans les entreprises de presse congolaises.

La communication révérencieuse

Comme nous venons de le préciser, cette logique de communication est mise en œuvre par la publicisation de l'information officielle, encore appelée information institutionnelle. Dans leur grande majorité, les titres interrogés se reconnaissent dans cette logique communicationnelle, que les journalistes justifient à la fois par des « injonctions politiques

» à l'égard de la presse et par la précarité financière des entreprises de presse. En fait, par manque de moyens financiers, les journalistes sont obligés d'être en connivence avec les organisateurs d'événements à médiatiser, que sont majoritairement les acteurs du champ de l'action gouvernementale. Et l'information qu'ils produisent est essentiellement centrée sur la publicisation des activités gouvernementales et des partis politiques influents, notamment ceux de la majorité présidentielle : comptes rendus d'audiences et de déplacements du chef de l'État et des autres membres du gouvernement, de réunions des partis politiques au pouvoir et autres associations proches du pouvoir, de séminaires, etc. L'information servie aux publics est un discours laudatif vis-à-vis de ces acteurs politiques et associatifs ; c'est l'information institutionnelle, c'est-à-dire celle qui relate (en encensant) la vie et le fonctionnement des institutions publiques/politiques nationales et internationales. La critique et les opinions contradictoires sont en effet considérées comme des facteurs ayant entraîné la société congolaise dans des affrontements armés ; le discours est donc à l'apaisement. Le discours médiatique épouse les visées des idéologies unitaire et pacificatrice. Les journaux s'inscrivant dans cette logique ont une attitude à la fois réservée et prudente, vis-à-vis du participatif ; ils disent ne pas vouloir s'en servir par prudence, à cause de son caractère contestataire vis-à-vis des institutions établies.

La communication irrévérencieuse

À côté de cette logique de communication médiatique évoquée ci-dessus, on retrouve des journaux dont les pratiques professionnelles renvoient plutôt à une posture d'irrévérence vis-à-vis des institutions établies. Certains d'entre eux se définissent même comme une presse d'opposition. C'est le cas de La Rue Meurt que ses animateurs définissent comme « un journal d'opposition à tout ce qui n'est pas normal, que ça soit de la société, que ça soit du pouvoir ». La plupart de ces journaux s'illustrent par la publicisation d'une information licencieuse, c'est-à-dire non officielle, à travers la mobilisation aussi bien de l'enquête que de la rumeur, l'objectif étant de briser la rétention de l'information au niveau des institutions publiques et de diversifier les opinions dans la presse congolaise. Aussi sont-ils prêts à ratisser large sur le Web, pour recueillir des informations croustillantes. Ce qui les place dans un registre polémiste, voire conflictuel vis-à-vis des « sources officielles » dont ils cherchent à briser coûte que coûte le discours (de La Haye, 1985). Ce sont généralement des journaux se référant au mouvement de démocratisation du pays, intervenue dans les années 1990, avec la fin du monopartisme et la libéralisation des opinions. Cette période correspond à ce que le journaliste Thierry Perret appelle le « Printemps de la presse » en Afrique francophone (Perret, 2005), qui a accompagné le vaste mouvement de libéralisation des opinions ayant abouti à la fin des régimes de parti unique.

En effet, l'ouverture au pluralisme politique a donné naissance à un régime de « presse libérale », qui n'a pas du tout ménagé les autorités politiques, tant de l'opposition que de la mouvance présidentielle. Ce fut une période de liberté euphorique, où « les lecteurs préféraient les nouveaux journaux, plus mordants, attaquant sans ménagement le pouvoir et les hommes politiques », et où la caricature « tint une bonne place et remporta d'énormes succès auprès du public » (Mbanza, 2003, p. 68). Ces joutes oratoires traduisaient un registre politique polémique, dans lequel la presse a paru pleinement jouer son rôle en vue de la constitution d'un espace public, fait de circulation d'opinions contradictoires. C'était la fin de la pensée unique et du règne de la censure. Du coup, la presse avait fait « office de rouage essentiel de la démocratie, en faisant circuler librement les informations et les opinions qui permettent aux citoyens de se déterminer dans leurs choix politiques », pour reprendre les termes de Daniel Cornu (2003, p. 15).

Dans ce cadre, on retrouve une information critique, à la fois expliquée, analysée et commentée, et ce dans un registre polémique. L'information sort de son cadre primaire pour se fondre dans le moule médiatique, qui lui confère son vrai statut de discours médiatique. Un vieux journal comme La Semaine Africaine enregistra une reconfiguration éditoriale très significative : du registre prudentiel que lui assignait le monopartisme, le journal passa au registre polémique lié à l'émergence du pluralisme politique dans la société congolaise. En reprenant sa liberté de ton à la faveur du pluralisme politique, La Semaine Africaine ne fit là que revenir sur sa ligne éditoriale originelle (Minkala-Ntadi, 2012). Ainsi, ce journal avait retrouvé sa fonction sociale qui présida à sa création en 1952, celle de la formation de l'opinion citoyenne, dont l'objectif fut la préparation d'une élite africaine à prendre les responsabilités historiques qui l'attendaient, dans la perspective de l'indépendance qui pointait à l'horizon (Mbanza, 2003). La liberté d'expression et la diversité d'opinions trouvèrent dans la presse congolaise un nouveau terrain d'expérimentation. Les journaux s'inscrivant dans cette logique se réfèrent donc à l'idéal démocratique (Mathien, 2007). D'où le constat d'un rapport de force (parfois très violent) entre ces journaux et des autorités politiques frileuses de toute diffusion d'opinions contradictoires, supposées être à l'origine des violences armées que le pays a connues au lendemain de ce même mouvement de démocratisation de la vie politique nationale.

Les journaux s'inscrivant dans cette logique sociale de la communication n'hésitent pas à agiter des problématiques considérées comme des sujets tabous dans le milieu politique congolais. C'est le cas, par exemple, des sujets tels que l'enrichissement illicite des membres de la tribu politique au pouvoir, la gestion des deniers publics, les emprisonnements ou les assassinats à caractère politique, le fonctionnement de la justice, etc., des sujets qui circulent abondamment, autant dans les « rues » des villes congolaises que sur la toile. Mais c'est cette catégorie de journaux que l'on retrouve dans la plus grande précarité financière. Ils n'ont, de ce fait, pas de moyens financiers conséquents pour acquérir les équipements et la formation liés à l'usage d'Internet dans leurs activités de production et de diffusion de l'information de presse.

CONCLUSION

Notre analyse vient de révéler des logiques d'appropriation professionnelle d'Internet structurées par des réalités sociopolitiques et économiques locales. Se cristallisant autour de la monopolisation de la relation « presse - publics » par le champ de l'action politique, ces logiques montrent une appropriation des TIC où Internet apparaît comme un simple support de diffusion d'un contenu traditionnellement centré sur l'écrit et l'image fixe, plutôt qu'un nouveau mode d'écriture de l'actualité et de dialogue avec les publics. Cela se traduit par une semi intégration des dispositifs sociotechniques d'interactivité sur les sites Internet de certains journaux, ou par un rejet pur et simple de ces mêmes dispositifs par d'autres. La semi intégration consiste ici dans l'insertion des dispositifs, tels que le « commentaire », mais sans pourtant publier les réactions d'internautes, celles-ci jouant simplement un rôle d'alertes pouvant nourrir les débats des journalistes entre eux. Si l'absence d'un traitement multi médiatique de l'information peut être justifiée par la précarité financière dont souffrent les entreprises de presse congolaises, la double attitude de rejet et de semi intégration est, quant à elle, liée au contexte sociopolitique dans lequel évoluent ces entreprises. Dès lors, l'appropriation d'Internet par les professionnels de la presse congolaise illustre bien la problématique de la socialisation et de la domestication de la technique, dans la mesure où son appropriation est toujours sujette à la culture locale.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Aubert, Aurélie (2011), « Le participatif perçu par les professionnels du journalisme : état des lieux », *Les Cahiers du journalisme*, n°22/23, p. 42-54.
- Beltràn, Luis Ramiro (1978), «TV Etchings in the Minds of Latin Americans: Conservatism, Materialism, and Conformism», *Gazette*, n°1, vol.24, p. 61-85.
- Bouquillion, Philippe ; Combès, Yolande (2007), « Les mutations des ICIC, entre mutations des filières, des contenus et des sociétés » (p. 11-30), in Bouquillion, Philippe ; Combès, Yolande (dir.), *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, Paris : L'Harmattan.
- Bourdieu, Pierre (2000), *Propos sur le champ politique*, Lyon : Presses Universitaires de Lyon.
- Cornu, Daniel (2003), « Trois chantiers. Pour une éthique de l'information (en Europe) », *Médiatiques*, n°30-31, 2003, pp.12-18.
- Damian, Béatrice ; Ringoot, Roselyne ; Ruellan, Denis ; Thierry, Daniel (dir.) (2002), *inform@tion.local. Le paysage médiatique régional à l'ère électronique*, Paris : L'Harmattan.
- Esquenazi, Jean-Pierre (2002), *L'écriture de l'actualité. Pour une sociologie du discours médiatique*, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
- De La Haye, Yves (1985), *Journalisme, mode d'emploi. Des manières d'écriture l'actualité*, Grenoble : ELLUG-Pensée Sauvage.
- Deuze, Mark (2003), «The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online», *New media & society*, vol.5 (2), pp. 203-230.
- Gakosso, Jean-Claude (1997), *La nouvelle presse congolaise. Du goulag à l'agora*, Paris : L'Harmattan.
- Estienne, Yannick (2008), *Le journalisme après Internet*, Paris : L'Harmattan
- Goffman, Erving (1991), *Les cadres de l'expérience*, Paris : Minuit.
- Granier, Jean-Maxence (2011), « Du Contrat de Lecture au Contrat de Conversation », *Communication & Langages*, n°169, p. 51-62.
- Granjon, Fabien (2001), *L'Internet militant. Mouvement social et usage des réseaux télématiques*, Rennes : Apogée.
- Hall, Stuart (1994), « Codage-décodage », *Réseaux*, n°68, p. 27-39.
- Jouët, Josiane (2000), « Retour critique sur la sociologie des usages », *Réseaux*, n°100, p. 487-521.
- Kiyindou, Alain (2010), *TIC et développement socio-économique : enjeux et pratiques*, Paris : Lavoisier.
- Kouvibidila, Gaston-Jonas (2008), « La presse au service du développement » (p. 259-286), in Kiyindou, Alain (dir.), *Communication pour le développement. Analyse critique des dispositifs et pratiques professionnels au Congo*, Fernelmont : E.M.E. & InterCommunications,.
- Mathien, Michel (2007), *Les journalistes. Histoires, pratiques et enjeux*, Paris : Ellipses Marketing.
- Mbanza, Joachim (2003), « Un journal dans la tempête de la guerre civile », in Institut Panos Paris/COTA, *Paroles d'Afrique centrale : Briser les silences* (pp.67-71), Paris : Karthala.
- Mbanza, Joachim (2004), « Préface » (p. 5-9), in Institut Panos Paris & Cordaid, *République du Congo. Les lois sur la presse au Congo*, Paris : Institut Panos Paris.
- Mehl, Dominique (1996), *La télévision de l'intimité*, Paris : Seuil.

- Miège, Bernard (2010), *L'espace public contemporain*, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
- Miège, Bernard (2007), *La société conquise par la communication. Les Tic entre innovation technique et ancrage social*, tome 3, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
- Miège, Bernard (1997), *La société conquise par la communication. La communication entre l'industrie et l'espace public*, tome 2, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
- Minkala-Ntadi, Pierre (2012), « La presse congolaise dans la tourmente politique : l'illustration d'une tension entre liberté d'expression et responsabilité sociale », *Quaderni*, n°77, p. 113-120.
- Ollivier, Bruno (2007), *Les sciences de la communication. Théories et acquis*, Paris : Armand Colin.
- Perret, Thierry (2005), *Le temps des journalistes. L'invention de la presse en Afrique francophone*, Paris : Karthala.
- Pynson, Laura (2011), « La presse à l'épreuve du web collaboratif : quand la conversation ne va pas de soi », *Communication & Langages*, n°169, p. 63-75.
- Rouquette, Sébastien (2009), *L'analyse des sites internet. Une radiographie du cybersp@ce*, Bruxelles : de Boeck.
- Rebillard, Franck (2000), « La presse multimédia. Une première expérience de diversification de la presse écrite sur cédérom et sur le web », *Réseaux*, Hermès Science publications, n° 101, pp. 141-171.
- Rouquette, Sébastien (2009), *L'analyse des sites internet. Une radiographie du cybersp@ce*, Bruxelles : de Boeck.
- Ruellan, Denis (2003), « Les transformations du paysage médiatique régional français à l'ère électronique », *Médiatiques*, n°30-31, 2003, pp.55-59.
- Thierry, Daniel (textes réunis par) (1998), *Nouvelles technologies de communication. Impact sur les métiers*, Paris : L'Harmattan.
- Thierry, Daniel (textes réunis par) (2000), *Nouvelles technologies de communication. Nouveaux usages ? Nouveaux métiers ?*, Paris : L'Harmattan.
- Tudesq, André-Jean (1995), *Feuilles d'Afrique. Etude de la presse de l'Afrique subsaharienne*, Bordeaux : Maison des Sciences de l'homme d'Aquitaine.
- Vaast, Emmanuelle (2000), « Intranet et aléas organisationnels », *Réseaux*, n°104, p.159-184.

Les théories de l'innovation revisitées : une lecture communicationnelle et interdisciplinaire de l'innovation – Du modèle « émetteur » au modèle communicationnel

Article inédit. Mis en ligne le 17 juin 2013

Patrick-Yves BADILLO

Patrick-Yves Badillo est professeur en poste à l'université Stendhal Grenoble 3 (UFR des Sciences de la communication), directeur de l'axe Industrialisation de la culture, de l'information et de la communication, GRESEC, actuellement en détachement et professeur ordinaire à l'Université de Genève, directeur de l'Institut de la Communication, des Médias et du Journalisme, Medi@LAB-Genève.

RESUME

L'innovation est considérée comme le facteur clé de la dynamique de nos sociétés. L'approche présentée dans cet article est interdisciplinaire. Nous montrons d'abord que des modèles mécaniques et linéaires ont été développés dans différentes disciplines (économie, sociologie, SIC...). Puis sont présentés d'autres modèles qui relèvent davantage d'une approche systémique et communicationnelle de l'innovation. Face à un modèle que nous appelons « émetteur de l'innovation » se profile un modèle « communicationnel de l'innovation ». Bien évidemment, les qualificatifs « émetteur » et « communicationnel » sont introduits pour souligner l'importance du contexte de l'essor de l'Internet et mettre l'accent sur la communication comme nouvelle route de l'innovation. Route dans laquelle les usagers ont un rôle qui peut devenir crucial, à travers les possibilités de ré-innovations numériques dans le cadre d'une approche communicationnelle et sociale.

ABSTRACT

Innovation is considered as the key factor of the dynamics in our societies. Thanks to an interdisciplinary approach, firstly we show that mechanical and linear models have been developed in various disciplines (economics, sociology, information and communication sciences...). Then we analyze other models based on systemic and "communicational" approaches of innovation. Faced to what we call the "transmitter model of innovation" we highlight a "communicational model of innovation". These terms are introduced to underline the importance of the context of the Internet and to emphasize communication as a new way for innovation. Way in which users have a role which could become crucial, through digital "re-innovations". We define digital "re-innovation" as an important element of the "communicational" and social approach of innovation we develop in this paper.

RESUMEN

La innovación es considerada como el factor clave de la dinámica de nuestras sociedades. Nuestro enfoque es interdisciplinario. En primer lugar, mostramos que modelos mecánicos y lineales han sido desarrollados en diferentes disciplinas (economía, sociología, SIC). Después presentamos otros modelos que siguen una visión sistémica y comunicativa de la innovación. Frente a un modelo que llamamos "emisor de la innovación" se perfila un modelo "comunicativo de la innovación". Desde luego, los calificativos "emisor" y "comunicativo" son introducidos para subrayar la importancia del contexto del desarrollo de Internet y poner énfasis en la comunicación como nuevo camino de la innovación. Camino en el cual los usuarios tienen un papel que puede llegar a ser crucial, a través de las

posibilidades de re-innovaciones numériques en el marco de un enfoque comunicativo y social.

Mots clés

Innovation, communication, usagers, ré-innovation numérique

L'auteur remercie les évaluateurs pour leurs commentaires qui ont permis de préciser et d'enrichir le texte.

INTRODUCTION

Depuis plus de deux décennies l'innovation est considérée comme le facteur clé de la dynamique de nos sociétés, susceptible d'impulser une nouvelle croissance économique. Récemment encore, la Commission européenne a lancé, en octobre 2010, l'initiative « Innovation Union » pour répondre à une situation d' « urgence » (http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index_en.cfm). En effet, pour la Commission Européenne, une telle initiative est cruciale pour relancer l'économie et la croissance. Cette « approche stratégique de l'innovation (est) soutenue au plus haut niveau politique » (http://europa.eu/rapid/press-release_IP-10-1288_fr.htm) et a encore été affirmée comme une priorité au sommet européen de février 2013. Compte tenu de ce rôle essentiel de l'innovation, toujours affirmé avec plus de force, il nous est apparu pertinent de revisiter les théories de l'innovation. Notre approche est d'abord interdisciplinaire et fait référence aux contributions des sciences économiques, du management, de la sociologie et des sciences de l'information et la communication. De ce point de vue, notre corpus s'appuie sur les travaux qui nous sont apparus parmi les plus importants dans ces différentes disciplines depuis plusieurs décennies. Le corpus, non exhaustif (par exemple nous n'avons pas intégré une approche qui situerait l'innovation en liaison avec l'agir communicationnel, qui aurait pu être analysée en termes d'agir « innovatif ») correspond à la bibliographie du présent article qui consiste en une sélection de recherches retraçant l'évolution des approches de l'innovation dans une perspective interdisciplinaire. Notre démarche part d'abord de la définition de l'innovation de Schumpeter qui est l'auteur de référence sur ce sujet. Puis nous élargissons l'approche en nous appuyant sur différentes disciplines, en montrant la progression parallèle des différents champs disciplinaires. Nous mettons en lumière le caractère mécanique et linéaire, durant la plus grande partie du XXème, des approches dans les différentes disciplines. Nous synthétisons ces approches à travers ce que nous appelons le modèle « émetteur » de l'innovation (première partie). Dans une deuxième partie, nous présentons différents courants de pensée qui relèvent davantage d'une approche systémique de l'innovation. Dans une troisième partie, nous mettons en évidence une nouvelle approche de l'innovation, le modèle « communicationnel de l'innovation ». Bien évidemment, les qualificatifs « émetteur » et « communicationnel » ont été introduits pour souligner que, dans le contexte de l'essor de l'Internet, mettre l'accent sur une perspective communicationnelle et sociale de l'innovation est, selon nous, particulièrement pertinent.

UNE APPROCHE « MECANIQUE », MAIS INTERDISCIPLINAIRE DE L'INNOVATION : LE MODELE « EMETTEUR » DE L'INNOVATION

Différentes approches en sciences économiques, management et sciences de l'information et la communication (au sens large, en incluant des éléments issus, par exemple, de la sociologie ou d'autres disciplines) sont présentées. Ces approches sont mécaniques et

linéaires, elles conçoivent l'entreprise, le management, l'innovation de façon *top-down* comme dans le modèle communicationnel « E-C-R » (émission, communication, réception) inspiré des travaux de Shannon. Nous retiendrons l'idée d'un modèle « émetteur » de l'innovation. D'une part pour évoquer le fait que l'innovation se situe dans une logique schumpéterienne, celle de l'entrepreneur innovateur (l'émetteur) et d'autre part pour introduire la logique communicationnelle de l'innovation. Ainsi, le modèle « émetteur » est utilisé pour caractériser ces approches selon lesquelles les consommateurs et usagers sont considérés comme des récepteurs passifs. Ils peuvent accepter ou refuser l'innovation, mais ils ne participent aucunement au processus d'innovation. Nous allons montrer que l'on retrouve ces schémas linéaires et mécaniques dans différents champs disciplinaires.

Les approches linéaires et mécaniques dans le champ de l'économie

Le modèle du *technology push* a été le modèle dominant de l'innovation pendant la plus grande partie du XXe siècle et reste prégnant. Ce modèle considère l'innovation comme dépendante des politiques industrielles et scientifiques. Ce modèle inspire encore les politiques à la base de technologies clés, comme par exemple les nanotechnologies. C'est un modèle linéaire car il considère que l'innovation est avant tout le résultat de la science et de la technologie. Joseph A. Schumpeter est l'auteur clé à l'origine d'une telle approche. Il définit l'innovation comme de nouvelles combinaisons : introduction d'un produit nouveau ou ayant une qualité distincte, d'une nouvelle méthode de production, conquête de nouveaux marchés géographiques, approvisionnement à travers de nouvelles sources de matières premières ou de biens semi-manufacturés, mise en place d'un nouveau management dans l'industrie. Tout au long du XXe siècle l'approche Schumpeterienne de l'innovation s'est imposée, ou tout au moins une approche simplifiée de l'analyse de Schumpeter mettant l'accent sur les aspects technologiques des innovations. Ce modèle du *technology push* a été défini par Joseph A. Schumpeter à travers deux versions. Dans la première version (Schumpeter, 1912), les entrepreneurs, agissant au niveau d'entreprises plus ou moins « familiales » sont les acteurs de l'innovation, tandis que dans la seconde version du *technology push* (Schumpeter, 1942), les acteurs de l'innovation sont principalement les ingénieurs des départements recherche-développement de grandes entreprises.

Dans le cadre de ce modèle, les nouveaux produits ou nouveaux services sont conçus et développés dans les départements de recherche-développement, avec la distinction classique entre la recherche de base, la recherche appliquée et le développement expérimental, comme le définit le manuel de Frascati (OCDE). Après la phase de recherche-développement, les biens sont produits tandis que la promotion et la vente sont assurées par les services du marketing et finalement le consommateur achète les nouveaux produits ou services. Dans les années 1980, le modèle du *technology push* évolue. Différentes versions néo-schumpeteriennes ou issues de la théorie de l'évolution sont apparues. L'évolution selon une logique de trajectoire naturelle de la technologie a été introduite (Nelson et Winter, 1977). L'idée de paradigme technologique a été proposée par Giovanni Dosi (1982), tandis que Christopher Freeman, John Clark et Luc Soete (1982) développent la notion de paradigme techno-économique. Freeman et Perez (1988) définissent et distinguent plusieurs catégories d'innovations. Les innovations incrémentales, les innovations radicales, les changements de technologies et les changements de paradigmes techno-économique. Les innovations incrémentales sont des innovations permanentes, de petite ampleur. Notons qu'elles doivent être distinguées des innovations de rupture (*disruptive*). Cette catégorie d'innovation (*disruptive*) est introduite, dans une approche managériale, par Clayton Christensen (1997) qui montre que les leaders sont en difficulté non pas en raison d'avancées majeures de leurs concurrents, mais parce que des nouveaux

venus sur le marché se positionnent en proposant des solutions de qualité inférieure. Ces nouveaux venus ne sont pas considérés comme dangereux; ils profitent de l'inadvertance des leaders, puis grignotent des parts de marché et mettent en péril les leaders. Si l'on reprend maintenant la typologie de Freeman et Perez, les innovations radicales sont bien distinctes : elles sont des événements de grande ampleur, intervenant de façon discontinue, comme par exemple l'apparition du nylon, les changements de technologies, comme par exemple l'essor de la pétrochimie, ont encore un impact plus ample. Enfin les changements de paradigmes technologiques affectent la totalité de la vie économique et sociale. En particulier, ils modifient en profondeur la façon dont le travail est organisé. Selon Carlota Perez (2009, p. 12), nous serions entrés dans le paradigme technico-économique des télécommunications et de l'information depuis 1971. De telles approches conduisent aussi à l'idée d'un nouveau paradigme de l'information. Ces grandes thématiques remontent au rapport Nora-Minc (1978), sont reprises et amplifiées avec les programmes américains et européens des autoroutes de l'information (Al Gore, 1993 ; Bangemann, 1994), renouvelées avec l'idée d'une société de l'information et de la connaissance (Lisbonne, 2000) et actualisées aujourd'hui avec l'initiative « Innovative Union », déjà citée. Si les différentes approches théoriques se ramifient, et sont plus ou moins sophistiquées, elles conduisent, en partant du modèle du *technology push* à définir l'innovation, et les politiques qui l'accompagnent, comme une logique linéaire où les découvertes scientifiques, en particulier dans le domaine des technologies de l'information et la communication, sont diffusées de façon mécanique et sont supposées changer ainsi l'ensemble de la société. Les éléments communicationnels qui en découlent correspondent à une logique *top down*, comme cela est envisagé en management à travers les travaux de Frederick W. Taylor.

Le management et le rôle mécanique de l'information

Les approches managériales de l'innovation ont aussi été largement influencées par une vision mécanique. En effet, à partir des travaux de Frederick W. Taylor (1911), il a été considéré que la science et la technologie pouvaient être utilisées de façon mécanique pour améliorer l'efficacité des organisations. Pendant longtemps, cette idée a été corrélée à un modèle de management dominant basé sur une structure organisationnelle hiérarchique avec des flux d'information *top-down* et une forte division du travail. « Dans l'imagination de Taylor, orientée de façon mécanique, le travailleur commun n'est pas une source potentielle d'idées et d'améliorations de process mais plutôt une partie spécifique du problème des machines » (Andrea Gabor, p. 19, notre traduction). Notons que si la mise en œuvre des théories de Taylor a conduit à des approches mécaniques, Taylor, en ce qui le concerne, était conscient de la nécessité d'une certaine forme de communication-relation dans l'entreprise : « Chaque homme devrait recevoir au quotidien des enseignements et l'aide la plus amicale de ceux qui sont ses supérieurs, au lieu d'être, soit, de façon extrême, sous la conduite et la coercition de ses chefs, soit, à une autre extrémité, laissé à l'abandon. Cette coopération proche, intime, personnelle entre le management et les hommes fait partie de l'essence du management scientifique moderne » (Taylor, 1911, Chapitre 1, notre traduction, consulté en ligne, <http://www.eldritchpress.org/fwt/t1.html>). Mais, avec le développement des systèmes d'information, et en particulier des ERP (*Entreprise Resource Planning*) ou PGI (Progiciels de Gestion Intégrés) durant la dernière décennie, la vision hiérarchique et mécanique s'affirme, dominante et unidirectionnelle (voir sur ce point Badillo et Bourgeois, 2013).

La théorie « mécanique » de la communication

Le concept de l'information se situant dans une perspective mécanique de la communication est initialement développé à partir des travaux de l'ingénieur Claude E. Shannon (1948). Dans le modèle de Claude E. Shannon, un émetteur envoie l'information, qui est ensuite acheminée vers un récepteur à travers un canal d'information. Bien entendu, l'information peut être distordue à cause du bruit, comme, par exemple, en raison d'une mauvaise transmission à travers le câble ou le satellite. Dans cette approche, la communication est une communication mécanique, unidirectionnelle, sans aucune interaction avec les récepteurs. On peut évoquer cette logique « mécanique » dans des champs disciplinaires connexes, comme, par exemple, celui de l'étude de l'impact des médias. Dans ce champ, la théorie de la seringue hypodermique illustre également un schéma linéaire et mécanique.

Plus récemment, le modèle d'Everett Rogers a introduit la communication au cœur de l'innovation (la première édition de son célèbre ouvrage remonte à 1962 ; nous citerons par la suite l'édition de 1995). Il montre que la diffusion est un processus à travers lequel une innovation est communiquée, diffusée à travers différents canaux vers les membres d'un système social. Cette théorie est célèbre à travers cette distinction des différentes catégories de personnes adoptant l'innovation (les innovateurs, les « adopteurs précoces », la majorité, la majorité en retard et les retardataires). Nous reviendrons infra sur cette approche très intéressante de l'innovation, mais nous noterons ici que la démarche d'Everett Rogers est aussi souvent appréhendée comme diffusionniste (voir Bernard Miège, 1997, pp. 146 et sq. ou Boullier, 1989), marquée par une mécanique de l'innovation. Par exemple, selon Dominique Boullier (1989), le modèle d'Everett Rogers présente une vision selon laquelle l'innovation est d'abord achevée et ensuite, les usagers, purement passifs, vont accepter ou non innovation. En effet, il apparaît qu'à partir d'une innovation, une épidémie se propage plus ou moins mécaniquement à l'ensemble (ou à un sous-ensemble) de la population.

Le modèle « émetteur » de l'innovation

La présentation des différentes approches linéaires de l'innovation et des théories mécaniques de la communication (Shannon ou Rogers) conduit à notre proposition en termes de modèle « émetteur de l'innovation » : l'innovation est conçue, puis « émise » en direction de la société d'une façon relativement linéaire et mécanique. Un tel modèle est implicite, mais il est répandu à la fois en économie, en management, dans les sciences de l'information et la communication (nous aurions pu étendre une telle approche aux sciences sociales, comme la sociologie ou l'histoire où différentes études sont basées sur un tel déterminisme technologique). Du point de vue économique, c'est la logique du *technology push* qui illustre ce modèle émetteur. Du point de vue managérial, ce sont les approches de Frederick W. Taylor et aujourd'hui celles en termes de système d'information ou d'ERP qui sont caractéristiques. Enfin, pour la communication, les modèles de Claude E. Shannon ou d'Everett Rogers illustrent la logique d'un modèle émetteur, mécanique. Le modèle mécanique et linéaire de la communication, est appelé aussi modèle ECR (émission, communication, réception). Selon Jean Lohisse (2000, p. 29), « Le schéma des ingénieurs, dit modèle E-C-R, présente la communication comme une mécanique. Le cadre technologique E-C-R envisage la communication comme la transmission d'un message, d'un émetteur à un récepteur, à travers un canal. Émetteur et récepteur ont, par hypothèse, un répertoire commun de signaux utilisables, le code ».

Bien entendu, le caractère mécanique et linéaire issu des travaux de Frederick W. Taylor, Joseph A. Schumpeter, Claude E. Shannon ou Everett Rogers serait à nuancer. Ainsi, la richesse de l'approche de Joseph A. Schumpeter est incontestable, Frederick W. Taylor lui-

même relativise certaines de ses analyses, Claude E. Shannon est avant tout un ingénieur des télécommunications et nous expliciterons infra certains apports très féconds d'Everett Rogers. Au-delà de ces remarques, ce qui nous intéresse, c'est que ce modèle linéaire, mécanique, imprégné de déterminisme technologique reste dominant dans l'appréhension de l'innovation. Ainsi, les départements de recherche-développement des grandes entreprises notamment, mais aussi les agences telles que l'Agence Nationale de la Recherche (ANR) en France sont dans la logique du modèle émetteur de l'innovation avec le développement de recherches comme, par exemple, dans les domaines des télécommunications, du calcul intensif, des nanotechnologies, de l'intelligence artificielle ou de la robotique ; ces recherches, une fois mises au point dans les laboratoires, sont destinées à être diffusées dans l'ensemble de la société. Il en est de même pour la ligne générale définie par la Commission Européenne à propos de l'innovation. Dans certains cas, de telles approches constituent des succès indéniables. Pour développer de nouvelles molécules, de nouveaux moteurs de fusées, par exemple, le modèle issu du *technology push* reste fondamental et porteur d'innovations importantes. Une double question existe cependant. D'une part, celle de l'acceptabilité sociale de certaines innovations. Il est, bien sûr, louable et utile de réfléchir au fait qu'une technologie puisse être « acceptable » (voir Mallein et Toussaint : <http://readip.blogspot.fr/2012/05/les-tice-et-les-innovations-16.html>), mais, dans le même temps, cela traduit bien l'idée d'un processus *top-down* dans la logique mécanique et linéaire que nous avons évoquée. D'autre part, nous sommes très loin des processus de co-construction du technique et du social que nous allons maintenant présenter. Ces processus prennent une nouvelle place, croissante, dans l'innovation.

VERS UNE APPROCHE SYSTEMIQUE ET COMMUNICATIONNELLE DE L'INNOVATION

Les approches interactives, puis systémiques de l'innovation ont émergé dans différentes disciplines depuis plusieurs décennies. Les dimensions communication-relation et sociale de l'innovation ont aussi progressivement un rôle de plus en plus important.

Les modèles interactifs de l'innovation

Vers la fin des années 1970 et 1980 l'émergence d'approches non mécaniques de l'innovation a été le résultat de deux courants.

Le premier courant remonte à Jacob Schmookler (1966) qui développa un modèle de l'innovation « *demand pull* » ou « *market pull* ». Cette théorie affirme la souveraineté du consommateur. Elle est en quelque sorte symétrique à la théorie schumpeterienne, en étant toujours mécanique et linéaire. Mais elle a ouvert la voie, notamment, au modèle interactif de l'innovation. Ce modèle, introduit par Roy Rothwell et Walter Zegveld (1982) combine les modèles du *technology push* et du *demand pull*. Dans le cadre de ce modèle, il y a donc des effets de feed-back entre la logique de l'offre, déterminée par la technologie, et la logique de la demande, impulsée par les consommateurs. « Le processus d'innovation peut être pensé comme un ensemble de chemins de communication à travers lesquelles la connaissance est transférée » (Trott, 2008, p. 24). Ce modèle annonce les modèles plus récents comme les modèles de réseaux ou les modèles ouverts de l'innovation qui, implicitement, reposent sur une approche systémique de l'innovation.

Les approches communicationnelles : feed-back, interactions et logique systémique

En parallèle, dans le domaine de la communication, l'approche de Norbert Wiener (voir notamment son livre de 1954) permet de prendre en compte les effets de *feed-back* dans tout processus communicationnel. Paul Lazarsfeld, dès les années 1940, met en lumière l'importance du contexte : il montre que les votes des individus lors des élections sont

beaucoup plus influencés par leur contexte social que par l'impact des médias. Par la suite, des auteurs comme Tamar Liebes et Elihu Katz (1990) montrent comment les contenus des médias sont « réceptionnés » et interprétés par les récepteurs. Le même message est reçu de façon différente selon les « caractéristiques » du récepteur. Comme pour le schéma interactif de l'innovation, les mécanismes sont interactifs. L'approche de l'école de Palo Alto va encore plus loin avec la prise en compte d'une logique systémique, en rupture avec l'approche mécanique de Claude E. Shannon. Il apparaît clairement que ce courant réfute le modèle mécanique et linéaire ECR que nous avons exposé précédemment. En effet, dans la mesure où les hommes communiquent en permanence, Paul Watzlawick, l'un des principaux représentants de l'école de Palo Alto, propose une approche systémique insistant sur les relations humaines. Il introduit au cœur de son analyse la communication-relation. Selon Paul Watzlawick (1978), la communication est principalement une question de relations humaines et non pas une question d'outils techniques ou de canaux. Le contexte est essentiel dans le processus de communication. La communication n'est pas un processus unidirectionnel. Le récepteur réagit et envoie en retour d'autres informations, et partage ces informations avec d'autres personnes. Avec l'approche systémique nous sommes déjà au-delà des modèles interactifs. Les modèles de réseaux vont prolonger cette approche.

Les modèles de réseaux : les approches économiques, managériales et sociologiques

Partage d'information, connaissance et modèle de réseau apparaissent avec les approches de la littérature économique et managériale (Aoki, 1986 ; Nonaka et Takeuchi, 1991 ; Shapiro et Varian, 1999) et de la sociologie (Callon, 1989, Castells, 1996). Luc Boltanski et Ève Chiapello proposent une analyse de ce « nouvel esprit du capitalisme » dont le réseau fait partie (1999). Pour le courant du Centre de Sociologie de l'Innovation (Callon et Latour), il s'agit d'examiner la nature des interactions sociales dont les technologies font l'objet. Les systèmes socio-techniques se stabilisent après un processus à travers les acteurs qui entrent en relation : « Le travail du sociologue consiste alors à décrire les opérations par lesquelles le scénario de départ, qui se présente essentiellement sous une forme discursive, va progressivement, par une série d'opérations de traduction qui le transforme lui-même, être approprié, porté par un nombre toujours croissant d'entités, acteurs humains ou dispositifs techniques » (Akrich, 1993, p. 92). Comme le précise Norbert Alter (2005, p. 18), « il existe des formes de sociabilité plus ou moins influentes sur la diffusion d'innovations : elles sont liées au degré d'appartenance à des réseaux sociaux (...) Dans tous les cas les réseaux représentent en quelque sorte l'architecture sociale informelle sur laquelle repose le développement d'une innovation. » Corrélativement à l'idée de réseau se développent les concepts de « *cluster* » (Michael Porter), de systèmes d'innovation à l'échelle nationale ou régionale (Freeman) ou d'écosystème de l'innovation, par référence à la Silicon Valley. Dès les années 1990 et de plus en plus dans la dernière décennie, les approches se sont de plus en plus éloignées des modèles linéaires et mécaniques de l'innovation, avec des perspectives interdisciplinaires. Par exemple, Patrice Flichy (2003) analyse les théories de l'innovation à partir de différentes sciences sociales (économie, sociologie, histoire, anthropologie) et propose une approche socio-technique qui insiste sur le rôle des acteurs (designers aussi bien que les usagers). Patrice Flichy montre que les approches de l'innovation se sont souvent développées dans une logique établissant une coupure entre la technique et la société. Dans le domaine du management et de l'économie, le paradigme de l'« *Open Innovation* » met l'accent sur les liens et les relations des firmes qui contribuent à l'innovation. Ce paradigme est l'antithèse du modèle du *technology push* qui est un modèle d'intégration verticale dans lequel les activités liées à

l'innovation sont internes à l'entreprise. En fait, ce paradigme intègre les principales bases du modèle interactif de l'innovation, mais aussi celles de la logique des réseaux, puisque les idées viennent à la fois de l'extérieur et de l'intérieur de la firme (Chesbrough, 2003 et 2006).

Les dimensions communication-relation et sociale au cœur de l'innovation

Everett Rogers est un auteur qui illustre l'évolution de l'analyse de la logique de l'innovation : on passe du diffusionnisme à un processus où l'utilisateur prend un rôle important. En effet, à partir de la troisième édition de son ouvrage, Everett Rogers introduit le terme de « réinvention » qui est définie comme le degré auquel « une innovation est changée ou modifiée par l'utilisateur au cours du processus d'adoption et de mise en place » (Rogers, 1995, p. 174, notre traduction). Everett Rogers précise : « la plupart des études de diffusion passées ont été basées sur le modèle linéaire de la communication, le processus par lequel les messages sont transférés d'une source vers un récepteur. Une telle vision unidirectionnelle (*one-way*) de la communication humaine décrit précisément certains types de communication (...) (mais) la communication est un procès dans lequel les participants créent et partagent de l'information avec les autres pour atteindre une compréhension mutuelle » (Rogers, 1995, p. xvi). Ce qui est intéressant, c'est que la communication est maintenant au cœur de l'innovation. Bernard Miège (1997, pp. 162 et sq.) insiste sur la dimension informationnelle et communicationnelle des techniques : « il conviendrait de souligner à la fois l'accent fort mis sur les stratégies (dans l'interaction entre technique et social), l'inscription de l'innovation technique dans le temps long, ainsi que les spécificités proprement informationnelles et communicationnelles des objets techniques envisagés. » (Miège, 1997, p. 168). Dans un ouvrage récent, Bernard Miège et Dominique Vinck (2012) approfondissent ces questions de la dynamique technologique et de la construction sociale des techniques. Nous renvoyons à Dominique Vinck (pp. 125 et sq.) et aux commentaires de Bernard Miège (pp. 149-151) : « l'aspect essentiel (de l'approche de Vinck) est (...) la co-construction du technique et du social ». Une telle approche rejoint ce que Bernard Miège appelle l'enracinement social des technologies de l'information et la communication (Miège, 2007) les deux sphères du technique et du social sont profondément intriquées.

LE MODELE COMMUNICATIONNEL DE L'INNOVATION

La communication, l'utilisateur et l'innovation

En définitive, nous avons mis en lumière la dynamique des théories de l'innovation en nous appuyant sur le modèle mécanique de la communication et ses remises en cause. Les approches mécaniques et linéaires ont été observées dans différents champs disciplinaires. Dès lors, l'idée que le modèle émetteur de l'innovation avait d'abord prédominé a été proposée. Elle illustre le caractère mécanique de la séquence émission-communication-réception, mais elle montre aussi que l'innovation est fondamentalement un problème de communication. Everett Rogers avait déjà exploré cette piste. Nous avons étendu la réflexion à l'approche systémique qui montre les interactions apparaissant au cœur des processus d'innovation. Ici nous avons retrouvé différentes recherches contemporaines. Nous pouvons maintenant approfondir notre démarche en introduisant l'idée d'un modèle « communicationnel de l'innovation ». Les technologies de l'information, en particulier avec le Web 2.0, favorisent la circulation libre de l'information, l'interaction les échanges entre usagers d'Internet. C'est Eric Von Hippel (1988) qui a été l'un des premiers à montrer l'importance des usagers qui vont créer des innovations adaptées à leurs propres besoins. Cependant, cette approche intègre des objectifs marketing. Le rôle des usagers est

également étudié, mais dans une perspective bien différente, dans les travaux de l'école française de la sociologie des usages (nous renvoyons à Josiane Jouët, 2000, et, pour des approches plus récentes, à Julie Denouël et Fabien Granjon, 2011). Ces approches très fécondes et présentées notamment par François Jauréguiberry et Serge Proulx (2011) ont évidemment une place importante. Elles se situent dans une perspective communicationnelle, loin de toute approche info-communicationnelle. Nous souhaitons reprendre cette logique de l'usage, mais en la prenant en compte dans l'environnement radicalement nouveau de l'Internet. La logique des usages, à l'origine, s'est développée dans le contexte du *technology push* : si l'usager est reconnu et pris en compte sur la scène de l'innovation, il apparaît comme un acteur qui s'approprie la technologie. Il la détourne et en fait un usage nouveau ou en tout cas imprévu. Internet change le contexte. Les internautes peuvent devenir des acteurs premiers de l'innovation. C'est dans cette perspective que nous introduisons le modèle communicationnel de l'innovation. Dans un contexte numérique, l'innovation passe par la communication et met au premier plan les internautes, au sens large, en particulier, dans une perspective Web 2.0, les usagers profitent des nouveaux espaces de communication pour échanger, communiquer et porter des innovations. Le modèle émetteur évoquait l'innovation *top down* impulsée par l'entrepreneur schumpétérien (ou les laboratoires de recherche développement des grandes entreprises). En effet l'entrepreneur impulse seul l'innovation, et sa logique est proche du modèle ECR, bien distincte de la logique « 2.0 » que nous allons maintenant expliciter.

Cette nouvelle logique du lien entre les internautes et les entreprises peut être notamment illustrée à travers un exemple qui est donné par le journaliste Jeff Jarvis (2009). À l'origine, il achète un ordinateur Dell ; cet ordinateur tombe en panne et le service de relation client ne lui donne aucune solution. Jeff Jarvis en parle dans son blog. Cela devient un *buzz* mondial, négatif pour l'image de Dell. Quelques mois après, l'entreprise Dell prend la mesure du problème. Non seulement Jeff Jarvis est consulté, mais Dell crée en juillet 2006 un blog *direct2dell* pour échanger avec ses consommateurs et en février 2007 le site *Ideastorm* est créé pour tenir compte des suggestions des usagers. Ces suggestions non seulement ont aidé à prendre des décisions au niveau opérationnel, mais aussi ont été prises en compte dans le champ de l'innovation, qui est donc alors impulsée à travers le Web.

La communication, nouvelle route pour l'innovation

Une nouvelle route de l'innovation est donc liée à la communication. « L'innovation est l'adoption d'une nouvelle pratique par une communauté (...) Le succès dans l'innovation est à l'intersection entre les domaines d'expertise de l'innovateur, ses compétences en matière d'interactions sociales et sa capacité à reconnaître et à saisir les opportunités » (Denning et Dunham, 2010, pp. 6 et 23, notre traduction). Ces auteurs soulignent ainsi le rôle de Google qui est un nouvel écosystème de l'information et qui interagit et travaille avec quatre groupes d'acteurs:

- « les fournisseurs de contenu constitué par les médias et les individus qui créent l'information (...),
- les publicitaires (...),
- les consommateurs : il s'agit des centaines de millions de gens qui visitent Google chaque jour. Leurs recherches révèlent leurs intérêts (...), ils fournissent des idées pour des améliorations (...)
- les innovateurs » : à travers la plate-forme Google, ils constituent un réseau de développement qui attire de nombreux usagers qui veulent essayer les nouveaux

produits. Ils contribuent à générer du revenu et à accroître la valeur des outils et de la technologie de Google. (Denning et Dunham, 2010, p. 300)

Dans la même perspective, des auteurs tels que Galibert et alii (2012, pp. 211 et sq.) décrivent comment le Web devient un nouvel espace de démocratisation de l'innovation. Deux dimensions sont identifiées : celle d'une infrastructure collaborative ouverte permettant une conception distribuée, dans le prolongement de modèle d'innovation ascendante (Cardon, 2005) avec des processus de partage de connaissances et d'intelligence collaborative, et d'autre part la sous-traitance de projet, avec l'appel à des compétences externes dans une logique d'*open innovation*, décrite comme une conception assistée par l'usage. Galibert et alii (p. 214) décrivent les tensions existantes entre les processus d'activité des entreprises et ceux des communautés. Les tensions « entre bazar et cathédrale » sont fortes : d'un côté « on observe une forte prescription hiérarchique de l'entreprise, une coordination verticale de son organisation. Cette verticalité est caractérisée par des process rigides, formalisés et hiérarchisés. En face, les communautés web revendiquent une organisation plus libre, moins ordonnée, sans hiérarchie formelle ; une organisation plus horizontale laissant l'activité des internautes libres ».

À l'issue de cette présentation, nous voudrions souligner que ce ne sont pas les modèles originels d'innovation qui étaient inadaptés. Le modèle du *technology push* de Joseph A. Schumpeter a été hégémonique durant une grande partie du XXe siècle. Ce modèle était alors pertinent. Nous avons montré comment l'innovation est devenue de plus en plus complexe, alimentée à la fois par les ingénieurs, mais aussi de plus en plus par les usagers. Si, indéniablement, l'innovation a pu d'abord être considérée comme poussée par la technologie et la science, il est clair qu'aujourd'hui l'innovation est de plus en plus une question d'information et de communication, incluant la communication-relation. Son succès dépend aussi des médias et des nouveaux médias, en particulier d'Internet. Le modèle communicationnel de l'innovation doit aujourd'hui prendre en compte les apports des usagers. « Des innovations remarquables viennent de réseaux sociaux spontanés de gens qui utilisent Internet pour communiquer et se coordonner. En faisant cela, ils défient la sagesse conventionnelle selon laquelle l'innovation doit être managée » (Denning et Dunham, 2010, p. 343, notre traduction). Il est clair que les « *social technology* » bouleversent non seulement les usages sociaux, mais aussi les dimensions économiques et managériales, y compris dans le champ de l'innovation. « Aujourd'hui, plus de 1,5 milliards de gens ont, au niveau mondial, un compte sur un site de réseau social, et presque une heure sur cinq heures passées en ligne est passée sur les réseaux sociaux, avec une tendance croissante à travers les mobiles. En 2011, 72 % des entreprises enquêtées ont indiqué qu'elles utilisaient des technologies sociales pour leurs affaires et 90 % de ces entreprises déclaraient qu'elles voyaient des avantages à cela » (Mc Kinsey, 2012, p. 1, notre traduction).

CONCLUSION : POUR UNE APPROCHE COMMUNICATIONNELLE ET SOCIALE DES PROCESSUS DE RE-INNOVATIONS NUMERIQUES

En un peu plus d'une décennie les bouleversements ont été majeurs et sont en cours, en liaison avec le Web et Internet. Le modèle communicationnel de l'innovation se situe dans le contexte suivant :

- du point de vue technologique, nous assistons à une éclosion d'innovations, avec, outre les technologies numériques et le Web 2.0, les avatars, les mobiles, les identités numériques, l'essor des nanotechnologies etc.,

- dans le même temps, les approches de l'innovation doivent être interdisciplinaires et mobiliser l'économie, le management, la sociologie, les sciences de l'information et de la communication...

Cette conclusion s'appuiera de façon synthétique sur le bilan théorique interdisciplinaire que nous avons proposé et mettra en lumière trois apports principaux :

1 - Un nouveau modèle d'innovation est à l'œuvre, fondé sur les processus de ré-innovations numériques, que nous définissons comme des combinaisons nouvelles de facteurs d'information.

Schumpeter définit l'innovation comme combinaisons de facteurs. Implicitement il s'agit évidemment principalement des facteurs de production. Comme l'indique Eric von Hippel, le modèle d'innovation de Schumpeter est un modèle de « producteur » (Eric von Hippel, 2013, p. 117).

Nous proposons une nouvelle définition, adaptée à la société contemporaine. Dans cette société, l'activité d'innovation devient, de façon croissante, le fruit de combinaisons non pas de facteurs de production mais de facteurs d'information (par la suite, de façon simplifiée, on parlera de combinaisons d'informations). Si l'on combine de façon nouvelle des informations pour la santé, pour l'éducation... il est possible d'introduire des innovations très importantes. Les caractéristiques de l'économie numérique montre que les coûts de ces nouvelles combinaisons peuvent être extrêmement limités. Or, pour mettre en place de nouvelles combinaisons d'information, la communication-relation est essentielle.

Une connaissance des technologies est, bien sûr, une base fondamentale pour appréhender nombre d'innovations, mais il faut aussi aujourd'hui décrypter les nouveaux processus informationnels et communicationnels liés à Internet qui façonnent nos sociétés. Internet, les réseaux sociaux... ont en effet un impact sur certains processus d'innovation. Il ne faudrait pas tirer de cette présentation l'idée que les anciens modèles de l'innovation, comme celui du *technology push*, sont totalement dépassés. Les différents modèles coexistent, mais la logique communicationnelle de l'innovation prend une nouvelle place. Il nous semble qu'une distinction majeure doit être faite entre les innovations à base technologique importante (qui impliquent des investissements lourds et planifiés sur une longue période) et les innovations à base numérique qui peuvent se faire simplement à travers des nouvelles idées, des nouvelles combinaisons d'acteurs, des innovations incrémentales portant sur des logiciels ou de nouvelles relations humaines. Cette dernière catégorie d'innovation ne mobilise pas des investissements importants et peut se faire dans un délai relativement bref. Si Everett Rogers a introduit l'idée de réinvention, nous voudrions introduire à partir du modèle communicationnel de l'innovation l'idée de ré-innovation numérique. La ré-innovation numérique indique que, pour différentes catégories d'innovation, nous ne sommes plus dans cette perspective du *technology push*, dans laquelle les innovations sont liées à de grands paradigmes technologiques et à des trajectoires technologiques irréversibles. Le chemin de l'innovation, dans un certain nombre de cas, est flexible, adaptatif, spontané, voire marqué par la sérendipité. Ikujiro Nonaka (1991, p. 164) souligne la caractéristique de sérendipité de l'innovation. Créer une nouvelle connaissance ne revient pas à mettre en œuvre une procédure objective pour traiter l'information. Cela dépend plutôt des relations tacites et des points de vue subjectifs et des intuitions des individus. Selon Ikujiro Nonaka, la clé de tout cela est l'engagement individuel des employés. Le rôle des individus est d'autant plus important que le capital mobilisé pour une innovation peut être limité dans le contexte numérique. Précisons notre analyse : nous reprenons la logique de Carl Shapiro et Hal Varian (notons que ce dernier est aujourd'hui l'économiste en chef de Google). Ces auteurs montrent que, dans

l'économie numérique, ce qui coûte cher c'est la fabrication du premier prototype, et qu'ensuite les nouveaux biens peuvent être produits pour un prix quasiment nul. Notre analyse consiste à considérer que cette logique est particulièrement pertinente pour différentes catégories d'innovation se situant dans le domaine numérique. Par exemple, lorsque des bases de données sont produites, les internautes peuvent se les approprier et proposer des innovations sociales pour un coût marginal quasi-nul. Dès lors, et dans la logique d'Ikujiro Nonaka, la dimension communicationnelle et sociale de l'innovation devient cruciale. La communication-relation doit être mise au premier plan pour favoriser l'innovation. L'idée de modèle communicationnel montre le renversement d'analyse pour certaines catégories d'innovation. Alors que les théories de l'usage montrent comment les usagers détournent, bricolent, rusent en s'adaptant à l'innovation imposée dans une logique *technology push*, nous mettons en exergue le rôle nouveau des acteurs : ils peuvent toujours adapter certaines innovations à leurs besoins, mais, surtout, ils sont susceptibles de devenir des acteurs impulsant l'innovation. Cependant, pour le moment, l'opposition entre le bazar et la cathédrale met en lumière la difficulté de la mise en œuvre de ce modèle communicationnel. La cathédrale implique des règles issues de la logique du *technology push*. Alors que le bazar, au contraire, reste sans hiérarchie et règles formelles ! De notre point de vue, le modèle communicationnel de l'innovation se développe, par exemple, autour de données numériques (cela peut être des « data », mais aussi des photos, des images, des dessins, etc.), mais aussi à l'intersection d'une communication-relation entre les individus et de l'exploitation de nouvelles combinaisons de facteurs d'information. La communication-relation est au cœur du système dans le sens indiqué par Ikujiro Nonaka, à savoir l'engagement positif des individus, et dans le sens de Dominique Cardon, à savoir des logiques ascendantes. Dès lors, émerge non plus seulement l'idée d'usagers qui s'approprient des technologies et qui réinventent des usages, mais d'acteurs qui sont susceptibles de faire de véritables ré-innovations numériques. À partir d'une base de données des ré-innovations numériques peuvent, par exemple, être faites sur la base de mises en relation de certaines données. Alors que les données sont aujourd'hui, souvent, propriétés des entreprises (dans la logique du *technology push* et du modèle émetteur de l'innovation), elles pourraient être appropriées par les usagers susceptibles de réinventer de nouvelles combinaisons de données, afin de produire de nouvelles innovations pour des coûts incrémentaux très faibles. Prenons un exemple où des panels d'usagers sont mis en place. Si les usagers prennent connaissance des informations accumulées sur des questions de santé, ou sur leurs habitudes de consommation, ils sont en mesure de proposer des ré-innovations autant et probablement plus que les managers ou informaticiens en charge de la gestion des bases de données. Il est d'ailleurs à noter que nous avons évoqué la rupture avec le modèle de *technology push* attribué à Joseph A. Schumpeter ; mais il ne faudrait pas oublier que cet auteur considère l'innovation dans une acception large et féconde. De nouvelles organisations, favorisant de nouvelles relations entre les individus, dans le sens de la ré-innovation numérique que nous avons introduite, entre dans la définition générique de l'innovation donnée par Joseph A. Schumpeter.

2 - Les modèles d'*open innovation* ou d'*users* sont dominés par le *technology push* et impulsés en fonction des objectifs des entreprises.

Les modèles d'*open innovation* et d'*users* (nous gardons le terme anglais *users* pour bien signaler qu'il s'agit d'usagers au sens de von Hippel et non pas des usagers, au sens de l'école de la sociologie des usages) mettent au premier plan les entreprises et les *users*. Les auteurs de référence de ces deux modèles sont Henry Chesbrough (2006) et Eric von Hippel (1998, 2005, 2013). Il est utile de définir précisément ces deux modèles pour expliciter comment notre approche s'en distingue.

D'une part, la définition, fondatrice, de Henry Chesbrough et alii (2006, p.1, notre traduction) est la suivante : « l'open innovation est l'utilisation de flux de connaissances entrants et sortants (de l'entreprise) pour accélérer l'innovation interne et élargir les marchés pour l'utilisation externe de l'innovation. L'open innovation est un paradigme qui suppose que les firmes peuvent et doivent utiliser des idées externes aussi bien que des idées internes, des chemins internes et externes vers le marché, tandis qu'elle cherche à faire avancer leurs technologies ». D'autre part, récemment, Eric von Hippel (2013, p. 117) a introduit le modèle d'*open user innovation* : « dans ce second modèle, des innovations importantes d'un point de vue économique sont développées par les *users* et autres agents qui divisent leurs tâches et leurs coûts de développement de l'innovation et ensuite révèlent librement leurs résultats. Les *users* obtiennent des bénéfices directs de leur effort collaboratif. Les autres participants obtiennent divers bénéfices tels que du plaisir, de l'apprentissage, de la réputation et une demande accrue pour des biens et des services complémentaires ». Ces travaux récents de l'innovation parlent donc notamment du modèle d'*open innovation* qui est principalement situé au sein des entreprises avec des modalités de création, de nouvelles coopérations avec le client ou encore de concours pour favoriser le crowdsourcing. Ainsi, aujourd'hui, de grandes entreprises organisent des concours à travers lesquels les internautes vont réaliser, par exemple, leur campagne publicitaire gratuitement.

En réalité, cette catégorie d'*users* est celle des *techno-users* : il s'agit d'*users* qui « baignent » dans les technologies. Nous faisons référence ici aux développeurs, aux spécialistes de l'*open source* et autres internautes qui ont une activité tout à fait importante dans le cadre du « bazar » ou en liaison avec les entreprises. Ainsi, après avoir connu l'ère du *technology push*, nous connaissons celle des *techno-users*. Contrairement aux apparences, le modèle actuel de l'innovation (fondé sur l'*open innovation* et sur la logique de l'*user*) est en réalité toujours dominé par le *technology push*. Bien évidemment nous ne contestons ni la réalité, ni la réussite et l'importance de nombre d'innovations remarquables mises en œuvre dans un tel cadre. Mais, le potentiel des processus de ré-innovations numériques doit pouvoir prendre de nouvelles directions.

3 - Le modèle communicationnel et social, référence pour définir de nouveaux processus de ré-innovations numériques?

L'innovation doit pouvoir répondre à des gammes de besoins différents, comme ceux de la personne âgée, de l'élève en difficulté, du malade, du handicapé... Dans ce cadre, les usagers doivent être sollicités de façon intense, et selon de nouvelles modalités qui restent à définir. Les nouvelles combinaisons d'informations sont susceptibles d'émerger grâce à une nouvelle communication-relation. La communication-relation et les usagers (au sens de la sociologie des usages) sont en effet au cœur d'une logique susceptible de redéfinir de la façon la plus efficace possible des combinaisons d'informations, notamment en dehors des entreprises.

Alors que le modèle du *technology push* domine tout le XXe siècle et reste encore prégnant, alors que les modèles d'*open innovation* et de l'*user* ont une importance croissante incontestable, les possibilités des ré-innovations numériques n'ont pas encore été exploitées pour inclure et s'appuyer sur la plus large partie possible d'usagers, celle qui n'est pas incluse dans les *techno-users*. Il s'agit d'aller très au-delà de programmes considérés comme démocratiques car impulsés par les usagers (en fait, ce sont des *techno-users*, de façon majoritaire). Citons, par exemple, le programme Midata, initié par le gouvernement Cameron en 2011 (pour convaincre les entreprises de partager leurs données avec leurs clients) et du mouvement lancé par la Fing « rendez-moi mes données » (sur ces points voir Frédéric Kaplan, 2013, p. 60; et, pour une réflexion sur l'innovation, les problèmes de vie

privée et les données, voir Patrick Badillo, Sami Coll et Virginie Zimmerli, 2013). Si ce programme et ce mouvement mettent l'accent sur les usagers, ils sont impulsés par des *techno-users*, alors que l'enjeu beaucoup plus large est d'introduire une approche communicationnelle et sociale des innovations

En effet, selon notre approche, la mer des ré-innovations numériques est presque sans limite (nous adaptons à notre propos une image suggérée par Joseph Schumpeter « Les possibilités technologiques peuvent être comparées à une mer dont la carte n'a pas été dressée » (1942, p. 118 ; trad. française, p. 167). Pour naviguer dans cette mer en direction de nouvelles catégories d'usagers, et limiter les fractures (qui s'approfondissent si les innovations sont uniquement impulsées par les *techno-users*), il faut prendre en compte l'intérêt d'une théorie de l'innovation communicationnelle, fondée sur la communication-relation, qui est alors essentielle. Bien évidemment une telle théorie conduirait à définir des programmes d'innovation sensiblement différents de ceux qui sont actuellement impulsés, par exemple à travers l'« innovation union ».

La communication-relation est liée à la qualité, à la convivialité des relations entre les individus. « Finalement, la pensée fondamentale derrière le monde de l'Internet est ce que Illich a appelé la convivialité (Illich, 1973). La participation individuelle et la propriété commune de nouveaux concepts et de nouvelles idées sont très importantes dans le nouvel âge global de l'information. Sur la base de cette philosophie, à la fois les pays avancés et les pays en développement ont à créer leur société pour le XXI^e siècle » (Kagami, 2003, p. 37, notre traduction). Les modèles de l'innovation impliquent des communications-relations de qualité pour fonder des innovations sociales dont les combinaisons, dans le contexte digital, sont variées, peu coûteuses et susceptibles de grands progrès. Encore faut-il être en mesure d'en décrypter les mécanismes afin de stimuler les horizons de créativité permise par les modèles communicationnels de l'innovation.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Alter, Norbert (2010), *L'innovation ordinaire*, Paris : PUF.
- Akrich, Madeleine (1993), « Les formes de la médiation technique », *Réseaux*, 60, p. 87-98.
- Badillo, Patrick-Yves (coord.) (2008), *Écologie des médias*, Bruxelles : Éditions Bruylant.
- Badillo, Patrick-Yves; Proulx, Serge (2009), « Mondialisation de la Communication : à la recherche du sens perdu », in *Les essentiels d'Hermès "Sociétés de la Connaissance - Fractures et évolutions"*, Paris : CNRS Éditions.
- Badillo, Patrick-Yves; Tarrier, Franck (2009), *Mobilité et ubiquité dans le futur : vers un nouveau nomadisme*, Paris : Cahiers de l'Agence Nationale de la Recherche.
- Badillo, Patrick-Yves; Coll, Sami (2013), « User-generated Innovation » : La fabrique au quotidien de l'innovation numérique », projet déposé pour le Fonds National Suisse de la Recherche, recherche en cours.
- Badillo, Patrick-Yves; Bourgeois Dominique (2013), « Management de l'information et évanescence de la communication-relation dans les organisations ? » in Alemanno Sylvie P. ; Parent Bertrand (2013), *Les communications organisationnelles, des concepts aux pratiques*, Paris: L'Harmattan
- Badillo, Patrick-Yves; Coll, Sami; Zimmerli, Virginie (2013, en cours de soumission, titre provisoire), « Innovation, usagers et propriété des données ».
- Boltanski, Luc; Chiapello, Ève (1999), *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris : Gallimard.
- Boullier, Dominique (1989), « Du bon usage d'une critique du modèle diffusionniste : discussion-prétexte des concepts de Everett M. Rogers », *Réseaux*, 36, p. 31-51.

- Breton, Philippe ; Proulx, Serge (2005), *L'explosion de la communication introduction aux théories et aux pratiques de la communication*, Paris : la Découverte.
- Callon, Michel (1993), *Ces réseaux que la raison ignore*, Paris : L'Harmattan.
- Cardon, Dominique (2005), « La trajectoire des innovations ascendantes : inventivité, coproduction et collectifs sur Internet », Actes du Colloque *Innovations, Usages, Réseaux*, [en ligne] http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/13/49/04/PDF/Cardon_IUR2006.pdf
- Castells, Manuel (2001), *La société en réseaux*, Paris : Fayard.
- Certeau (de), Michel (1980), *L'invention du quotidien*, Paris : UGE.
- Chesbrough, Henry (2003), *Open innovation: the new imperative for creating and profiting from technology*. Boston, Mass : Harvard Business School Press.
- Chesbrough, Henry; Vanhaverbeke, Wim; West, Joel (coord.) (2006), *Open innovation: researching a new paradigm*. Oxford-New York : Oxford University Press.
- Christensen, Clayton M. (1997), *The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail*, Boston, Mass: Harvard Business School Press.
- Deming, Peter; Dunham, Robert (2010), *The innovator's way: essential practices for successful innovation*, Cambridge, Mass : MIT Press.
- Denouël, Julie; Granjon Fabien (2011), « Penser les usages sociaux des technologies numériques d'information et de communication » p. 7-43, in : *Communiquer à l'ère numérique : regards croisés sur la sociologie des usages*.
- Dosi, Giovanni (1982), « Technological Paradigms and Technological Trajectories: A Suggested Interpretation of the Determinant and Direction of Technological Change », *Research Policy*, 11(3), p. 147-162.
- Evans, Dave; McKee, Jake; Bratton Susan (2011), *Social media marketing: the next generation of business engagement*, Hoboken, N.J : Wiley Technology.
- Flichy, Patrice (2003), *L'innovation technique récents développements en sciences sociales, vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Paris : La Découverte.
- Freeman, Christopher; Clark, John; Soete, Luc (1982), *Unemployment and technical innovation : a study of long waves and economic development*, Westport, Conn : Greenwood Press.
- Freeman, Christopher, Perez, Carlota (1988). *Structural crises of adjustment, business cycles and investment behaviour*. London: Pinter.
- Gabor, Andrea. (2000), *The capitalist philosophers: The geniuses of modern business—their lives, times, and ideas*, New York: Times Business
- Galibert, Olivier; Lepine, Valérie; Pelissier, Cédric (2012), « Convergences des logiques sociales de collaboration et des communautés en ligne » (p.197-222), in Miège, Bernard; Vinck, Dominique, (coord.) (2012), *Les masques de la convergence, Enquêtes sur sciences, industries, aménagements*, Paris : Editions des archives contemporaines.
- Hippel, Eric von (1988), *The sources of innovation*, New York-Oxford: Oxford University Press.
- Hippel, Eric von (2005), *Democratizing innovation*, Cambridge, Mass.-London: MIT Press.
- Hippel, Eric von (2013), « User innovation » (p. 117-133), in Huff, Anne S., Möslein, Kathrin M., Reichwald, Ralf (2013), *Leading open innovation*, Cambridge, Mass: MIT Press.
- Huff, Anne S., Möslein, Kathrin M., Reichwald, Ralf (2013), *Leading open innovation*, Cambridge, Mass: MIT Press.
- Jarvis, Jeff (2009), *La méthode Google que ferait Google à votre place ?*, Paris: SW-Télémaque.
- Jauréguiberry, François ; Proulx Serge (2011), *Usages et enjeux des technologies de communication*, Toulouse : Erès.

- Jouët, Josiane (2000), « Retour critique sur la sociologie des usages », *Réseaux*, vol. 18, n°100, p. 487-521.
- Kagami, Mitsuhiro (2003), « The IT revolution and its meaning for society », Chapitre 2 (p 21-38), in Giovannetti, Emanuele; Kagami, Mitsuhiro; Masatsugu, Tsuji (2003), *The Internet revolution : a global perspective*, Cambridge : Cambridge University Press.
- Kaplan, Frédéric (2013, seconde édition). *La métamorphose des objets*. Limoges: FYP.
- Katz, Elihu; Lazarsfeld, Paul (1955), *Personal influence: the part played by people in the flow of mass communication*, New York : Free Press.
- Liebes, Tamar; Katz, Elihu (1990), *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of Dallas*, Oxford : Oxford University Press.
- Miège, Bernard (1997), *La société conquise par la communication II La communication entre l'industrie et l'espace public*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Miège, Bernard (2007), *La société conquise par la communication Tome III Les TIC entre innovation technique et ancrage social*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Miège, Bernard; Vinck, Dominique (coord.) (2012), *Les masques de la convergence, Enquêtes sur sciences, industries, aménagements*, Paris : Editions des archives contemporaines.
- Mc Kinsey (2012), *The social economy : Unlocking value and productivity through social technologies*, Mc Kinsey.
- Mustar Philippe; Penan Hervé (dir) (2003), *Encyclopédie de l'innovation*, Paris: Economica
- Nonaka, Ikujiro, Hirotaka Takeuchi (1991, cité dans l'édition française de 1997), *La connaissance créatrice la dynamique de l'entreprise apprenante*, Bruxelles : De Boeck.
- Nonaka, Ikujiro (1991, cité dans une réédition de 2007), « The Knowledge-Creating Company », *Harvard Business Review*.
- Perez Carlota (2009), « Technological revolutions and techno economic paradigms », *Cambridge Journal of Economics*, Vol. 34, No.1, pp. 185-202, January 2009
- Rogers, Everett (1995), *Diffusion of innovations*, New York : Free Press.
- Rothwell, Roy; Zegveld, Walter (1982), *Innovation and the small and medium sized firm : their role in employment and in economic change*, London : Frances Pinter.
- Schmookler, Jacob (1966), *Invention and economic growth*, Cambridge, Mass. : Harvard University Press.
- Schumpeter, Joseph A. (1983), *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Paris : Payot.
- Shannon, Claude E. (1948), « A Mathematical Theory of Communication », *The Bell System Technical Journal*, Vol. 27, p. 379-423, 623-656, July, October, 1948.
- Shapiro, Carl; Varian, Hal (1999), *Information rules: a strategic guide to the network economy*. Boston, Mass. : Harvard Business School Press.
- Taylor, Frederick W., (1911), *Principles of Scientific Management*, New York and London, Harper & Brothers.
- Trott, Paul (2008), *Innovation management and new product development*, Harlow, England ; New York: Financial Times/Prentice Hall.
- Wiener, Norbert (1954), *Cybernétique et société (The Human Use of Human Beings)*, Paris : éditions UGE 10/18.
- Watzlawick, Paul (1978), *La Réalité de la réalité confusion, désinformation, communication*, Paris : Éditions du Seuil.

L'injonction participative au débat environnemental en ligne : imaginaires d'Internet, démocratie environnementale et communication engageante

Article inédit. Mis en ligne le 15 septembre 2013.

Olivier GALIBERT

Olivier Galibert est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication au laboratoire CIMEOS (EA 4177) de l'université de Bourgogne. Ses recherches portent sur l'instrumentalisation du lien communautaire en ligne. Initialement orientées sur le marketing et le management, elles s'ouvrent aujourd'hui sur les secteurs du développement durable, de la formation à distance et de la santé.

Plan

Introduction

Contexte de la recherche et éléments méthodologiques

Injonction participative et modèle de la communauté virtuelle

La démocratie environnementale en ligne : l'injonction participative renforcée

La participation communicationnelle prise dans l'agir stratégique ?

Questionner le rôle du *community management* dans la participation et l'engagement : l'expérimentation « fet »

Conclusion

Références bibliographiques

Résumé

Quels dispositifs de communication pourraient permettre de mobiliser et d'accompagner les citoyens dans des consommations éco-responsables ? Comment les citoyens usagers vont-ils s'approprier ces dispositifs et donc participer au débat public ? En partant de ces questions de nature fonctionnaliste qui sont au cœur d'une recherche-action que nous menons, nous proposons une critique de l'injonction participative à l'œuvre à la fois dans l'imaginaire d'Internet et dans les principes du développement durable, les implications éthiques qu'elle ne manque pas de susciter.

Mots clefs

Participation, démocratie environnementale, écologie, Web 2.0, *community management*.

Abstract

What communication devices could be used to mobilize and assist citizens in eco-friendly consumption? How users will appropriate these devices and thus will participate to public discussions? Based on these functionalist issues, which are the core of an action research that we're leading, we propose a critic study of participatory injunction. This injunction deals with Internet imaginary and sustainable development precepts

Key words

Public participation, environmental democracy, ecology, Web 2.0, community management.

Resumen

¿Qué equipos de comunicación podrían utilizarse para movilizar y asistir a los ciudadanos en el consumo ecológico? Como los ciudadanos-usuarios se pueden apropiarse de estos dispositivos y, así, participar en el debate público en línea ? basándonos en la investigación-acción que realizamos, ofrecemos una crítica al orden participativo que se inspira tanto en la imaginación de la Internet y tanto en los principios del desarrollo sostenible.

Palabras clave:

Participacion, ecologia, Web 2.0, *community management*.

INTRODUCTION

En mai 2011, a été publié sur le site du Ministère de l'Environnement, du Développement Durable, des Transports et de la Logistique (MEDDTL), un appel à financement de projets de recherche, dans le cadre du programme MOVIDA visant à mieux comprendre les leviers de la consommation éco-responsable. Notre projet interdisciplinaire, finalement retenu par le MEDDTL, questionne notamment le rôle des outils de communication 2.0 dans la mobilisation et l'accompagnement des habitants du quartier de la Fontaine d'Ouche à Dijon vers des pratiques de consommation durable.

Notre démarche vise à impliquer toutes les parties prenantes pouvant avoir un rôle dans la diffusion des pratiques éco-citoyennes dans le quartier, ainsi éventuellement que dans l'accompagnement de la mise en place concrète d'initiatives dites de transition socio-écologiques. Pour Rob Hopkins, « [...] les initiatives de transition constituent une nouvelle approche évolutive de la durabilité à l'échelon de la communauté [...] » (Hopkins, 2007, p.133). Et Hopkins de poursuivre en affirmant que « bien que le pic pétrolier et les changements climatiques soient sans conteste des défis énormes, ils portent en eux la possibilité d'une renaissance économique, culturelle et sociale sans précédent. Nous assisterons à une éclosion d'entreprises locales, de solutions et d'habiletés locales et à une explosion d'astuce et de créativité » (*op cit*, p.187). Bien évidemment, on ne peut présager de l'éclosion de ces micro initiatives à l'échelle d'un territoire. Les solutions préconisées par Hopkins, affichant la prédominance d'un micro niveau, sont discutables. Si pour Hopkins, c'est de l'accumulation de petites expériences disséminées et plus ou moins auto-spontanées que naîtra l'innovation sociale à généraliser, le rôle des collectivités territoriales, des mairies voire des agences de moyen comme l'ADEME est non négligeable. Mais la perspective d'Hopkins témoigne d'une tendance forte, issue principalement du monde associatif militant et souvent relayée par les pouvoirs publics, de vouloir rompre avec une vision « top-down » de gouvernement pour enclencher une approche « bottom-up » de la gouvernance.

Au-delà des spécificités du modèle de la transition, nous identifions deux questions cruciales quant à l'engagement des acteurs de terrain et des habitants dans ces dispositifs de gouvernances participatifs et d'innovation sociale collaborative : 1) quels dispositifs de

communication permettraient de mobiliser et d'accompagner les futurs éco-citoyens dans une logique d'action ? 2) Comment les citoyens usagers vont-ils s'approprier ces dispositifs et donc participer au débat public ? En nous appuyant sur les premiers éléments empiriques de notre recherche, nous proposons dans cet article d'aborder la problématique de la participation en ligne dans le cadre de la démocratie environnementale. Ce travail est l'occasion de mettre à jour une injonction participative provenant tout à la fois de l'imaginaire d'Internet que des principes du développement durable.

Nous reviendrons tout d'abord sur les formes que revêt la participation citoyenne et numérique des habitants du quartier. Nous envisagerons ensuite la conjonction de deux injonctions participatives, l'une de nature technique et l'autre de nature environnementale. Puis, nous questionnerons la nature stratégique des dispositifs de communication participatifs ayant pour thème le développement durable et/ou l'éco-citoyenneté. Enfin, nous décrirons la mise en place d'un dispositif sociotechnique expérimental que nous avons mis en place dans le cadre d'une méthodologie propre à la recherche-action, et dont la structuration interroge les modalités d'engagement des citoyens en ligne.

CONTEXTE DE LA RECHERCHE ET ELEMENTS METHODOLOGIQUES

Si l'objet de notre recherche dépasse la problématique de cet article, nous souhaitons exposer ses éléments méthodologiques sous l'angle de la participation. Les investigations menées au sein du projet « Ville en Transition MOVIDA » interrogent le rôle des services communautaires du Web social dans l'éducation et la communication environnementale auprès des habitants du quartier de la Fontaine d'Ouche à Dijon. Ce territoire possède des caractéristiques originales : un quartier interculturel mixant une zone d'habitat collectif dense avec une zone pavillonnaire ; la présence d'espaces verts en abondance et la proximité de l'espace rural ; une forte activité associative. De nombreuses initiatives à la Fontaine d'Ouche s'inscrivent dans une dynamique environnementale (Jardins partagés, animation d'éducation environnementale dans les écoles, présence d'une éco-classe dans le collège du quartier, opération de maîtrise de la consommation énergétique, etc.). Les inégalités écologiques et urbaines (Villalba et Zaccai, 2007) que pourraient subir les habitants des quartiers dits « sensibles » comme la Fontaine d'Ouche sont prises en compte dans la recherche menée mais notre perspective s'inscrit davantage dans une « estimation » des capacités de résilience des habitants. Est-ce que les habitants des quartiers dits « sensibles » constituent des populations pouvant développer des capacités d'adaptation ? Hopkins parlerait de « résilience » (Hopkins, *ibid.*), face aux conséquences consuméristes de la transition socio écologique ? L'objet de recherche construit et le terrain choisi interrogent le rôle de la communication environnementale dans sa dimension stratégique : quels outils mobilisent et accompagnent les habitants vers des comportements de consommation éco-responsables ? Tout en étudiant l'environnement informationnel et médiatique des habitants et acteurs du quartier, le projet de recherche « VeT MOVIDA » est l'occasion pour nous de questionner l'instrumentalisation de la socialisation électronique dans le cadre de l'action rationnelle en valeur (engagement éco-citoyen) alors que nous l'avons seulement observé jusqu'à présent dans le cadre de l'action rationnelle en finalité (instrumentalisation marketing et managériale des communautés virtuelles).

La méthodologie employée articule l'étude de la présence en ligne des parties prenantes (association, services municipaux, maison de quartier, etc.), l'identification et l'analyse des usages et pratiques TIC des habitants, l'analyse des représentations des acteurs et habitants du quartier sur l'éducation et la communication environnementale 2.0 et l'étude ethnographique des interactions en ligne des habitants sur les actions et les enjeux locaux liés à la transition socio écologique.

Au-delà de l'engagement éco-citoyen, la participation des habitants et des acteurs du quartier à des DISTIC (DISpositifs Sociaux Techniques d'Information et de Communication) est liée, entre autres, aux contenus et services disponibles, mais aussi à leur culture numérique définie ici comme l'ensemble des habiletés, connaissances et représentations liées à l'usage des TIC. A la suite d'une enquête quantitative effectuée auprès d'un échantillon représentatif de la population cible interrogeant les pratiques TIC et citoyennes des habitants du quartier et réalisée en mars 2012, nous avons constaté que le taux d'équipement TIC et la nature des usages étaient conformes à la moyenne nationale française. Les grandes tendances sociodémographiques stigmatisantes (taux de chômage fort, nationalités multiples, etc.) de notre population cible n'apparaissent pas comme discriminantes quant à l'accès aux nouvelles technologies, et ne semblent pas être un frein aux usages avancés du Web social, même si la maîtrise de la langue et de l'écriture du français, pour les habitants issus des vagues d'immigration récentes, pourraient être un frein à la participation aux échanges écrits en ligne. Au regard de notre enquête, l'engagement citoyen présumé dans la forte présence associative dans le quartier doit être nuancée par le vieillissement des membres et par la difficulté d'évaluer l'impact de leurs actions sur la population. Les premiers entretiens semi directifs menés auprès des responsables associatifs confirment également une difficulté à mobiliser les habitants au détriment d'une poignée de citoyens militants très mobilisés et visibles. Quant à la situation géographique du quartier, implanté dans un écrin de verdure, elle permet la mise en place d'ateliers découvertes (promenades didactiques sur la faune et la flore du quartier, mise en place de jardins partagés et accessibles pour les publics empêchés, etc.) animés par les associations, mais nous ne pouvons évaluer à ce stade l'impact positif de ces animations territoriales sur l'engagement citoyen.

A la suite de l'enquête par questionnaires, une série d'entretiens semi directifs auprès de responsables associatifs et d'habitants « community managers » est en cours afin de mieux appréhender la culture numérique participative des interviewés. Ainsi qu'il était à prévoir, les premières analyses, partielles à ce stade, montrent que les *webmasters* et les *community builders* du quartier peinent à créer une dynamique interactionnelle dans les DISTIC autour de la vie locale. L'observation « netnographique » (Kozinets, 2010) envisagée dans notre méthodologie s'avérait donc impossible¹. Après avoir constaté qu'aucun espace en ligne localement centré sur le territoire du quartier et consacré aux thématiques de l'éco-citoyenneté n'existait, nous avons décidé de créer de toutes pièces les conditions d'émergence d'un tel espace. Nous avons choisi de mettre en place à titre expérimental

.....

1La recherche est menée en collaboration avec Cyril Masselot (CIMEOS EA4177), avec l'aide de deux ingénieurs de recherche Franck Dubois et Philippe Patrice Mougél (MSH DIJON UMS CNRS-uB)

une page Facebook animée et modérée par un *community manager* travaillant sous la direction des chercheurs² du projet. Dès lors, nous avons nous aussi été confrontés aux mêmes interrogations que les pouvoirs publics : 1) Est-ce qu'un dispositif communicationnel est efficace pour développer l'engagement citoyen vers des pratiques consuméristes éco-responsables ? 2) Est-ce que l'appropriation du dispositif par les habitants du quartier sera propice à une participation citoyenne ? Le choix de la création d'un DISTIC nous ouvre les portes de la recherche-action alors que nous nous situons dans une démarche compréhensive d'observation (participante dans le cadre de la netnographie). La construction même de la page et de sa politique de *community management* nous encourage à mettre en œuvre des actions visant la mobilisation et donc la participation de notre public cible. Si nos actions doivent être traçables et transparentes en vue de constituer des données de terrains originales et exploitables, elles se doivent également d'être efficaces. Les premiers résultats empiriques obtenus montrent que la participation en ligne des habitants n'est encore qu'embryonnaire.

Nous nous intéressons davantage dans cet article à la dernière interrogation. Nous souhaitons plus particulièrement revenir, dans les parties suivantes, sur l'existence d'un imaginaire du « bottom-up » dont le potentiel normatif nous apparaît lié à une forme d'injonction participative.

INJONCTION PARTICIPATIVE ET MODELE DE LA COMMUNAUTE VIRTUELLE

Les DISTIC sont souvent présentés comme participatifs. En travaillant précédemment sur l'instrumentalisation des communautés virtuelles par le marketing puis par le management au sein des intranets dits 2.0 (Galibert, 2005 ; Carmes et Galibert, 2010), nous avons observé que la nature de cette injonction participative tenait tout autant de l'idéologie d'Internet que de l'idéologie managériale de la gestion par projet. Dans le cadre du modèle discursif idéal de la communauté virtuelle, impliquant notamment une éthique de la discussion, la participation sous-entend l'engagement du salarié membre, du consommateur membre, du citoyen membre dans l'action collective délibérative. La plupart du temps, cette injonction participative est liée à l'inscription du discours dans une vision idéalisée de la prise de décision de type « bottom-up ». Ainsi, le récepteur doit-il adhérer aux principes d'une action collective délibérative, et donc, à cause ou en raison de l'opportunité qui lui est proposée d'intégrer l'action collective, de s'impliquer dans les discussions qui précéderont l'action. Mais comment faire pour que le récepteur devienne un « discutant » ? Comment faire pour que le récepteur participe au dispositif de communication censé l'engager ? Comment faire en sorte que le récepteur s'engage en respectant une certaine éthique de la discussion ? Comment le spectateur devient-il acteur ?

Les réseaux sociaux numériques constituent aujourd'hui des dispositifs massivement utilisés sur Internet. Si l'on peut y voir l'avènement d'un Web 2.0 (en attendant le 3.0 ou le 4.0), il faut davantage envisager ces usages comme un prolongement d'une tendance qui a toujours été présente. En effet, le Web a-t-il été un jour 1.0 ? L'histoire d'Internet montre le

.....

2 La recherche est menée en collaboration avec Cyril Masselot (CIMEOS EA4177), avec l'aide de l'ingénieur de recherche Franck Dubois (MSH DIJON UMS CNRS-uB)

contraire : le Web, interface multimédia et hypertextuelle d'Internet, créée au CERN à la fin des années 80, propose un vernis d'interface « user-friendly » sur des applications communicationnelles telles que les forums de discussion, les *mailing lists* et les IRC (Internet Relay Chat), qui existaient bien avant cette période. Pour ne prendre que l'exemple des forums de discussion, leur création date de 1979³. Par ailleurs, dès 1969⁴, les *Requests For Comment*, à la base de la normalisation technologique et sociale du réseau mondial, sont des exemples frappants d'intelligence collective.

Néanmoins, il paraîtrait surprenant de ne pas prendre acte de la massification des usages coopératifs, collaboratifs voire communautaires sur Internet due à l'apparition et au développement de plateformes sociotechniques de mise en relation d'un nouveau genre. Ces dernières, de plus en plus simples d'utilisation, intégrant toutes les possibilités multimédias dans une logique de convergence, mettent à disposition des usagers, dès le milieu des années 2000, des outils de communication synchrones et asynchrones, et rassemblent des internautes de manière plus ou moins pérennes autour d'intérêts communs. Dans ce contexte, le design communautaire, s'il a pu engager des questionnements de nature ergonomique, se résume de plus en plus au choix des contenus, à la rédaction de chartes d'utilisation et à leurs modalités d'application. Les grands réseaux sociaux numériques, et tout particulièrement Facebook, ont fixé la norme de manière telle que le design communautaire, autrefois créatif, se borne aujourd'hui à définir une politique de *community management*. Si cette normalisation interroge sur le quasi monopole d'un acteur des industries du contenu sur une part écrasante de ce qu'on a pu présenter, à la suite de Bernard Miège, comme un *espace public morcelé*, elle fait tomber les barrières technologiques et multiplie de fait les espaces d'échanges en ligne et leur fréquentation. Ainsi, les interactions sociales dans les RSN (Réseaux Sociaux Numériques) de type Facebook « [...] rencontrent, quand elles ne les provoquent pas malgré elles, les réactions des citoyens/usagers/consommateurs » (Miège, p.111. 1997).

Qu'elles se situent sur le plan des communautés virtuelles « grand public » portées par un RSN de type Facebook ou des communautés managériales dans des Intranets 2.0, force est de constater que pour les experts et les professionnels du *community management*, l'un des enjeux majeur réside dans la participation des usagers. Les nouveaux terrains que nous exploitons aujourd'hui pour observer l'instrumentalisation du processus de socialisation électronique (le *e-learning*, la santé et, ce qui nous intéresse particulièrement ici, le développement durable⁵) confirment cet état de fait. Sur le plan opérationnel, les

.....

3 Créé par des étudiants de L'Université de Caroline du Nord, les valeurs prônées par les administrateurs de ce réseau sont encore aujourd'hui proches de l'idéal libertaire et collégial des pionniers d'Internet. (<http://www.usenet-fr.net/usenet.html>)

4 La première RFC a été publiée par Steve Crocker, l'inventeur de cette forme d'innovation collaborative à l'origine de la création d'Internet, en 1969, sous le nom de RFC 1 : « Host Software » (<http://tools.ietf.org/html/rfc1>)

5 Il s'agit ici tout d'abord d'un partenariat avec la société *Crossknowledge* sur les enjeux du *e-learning 2.0* incluant une recherche doctorale en convention CIFRE, d'une travail de recherche sur les enjeux communicationnels des SACI de patients et d'accompagnants touchés par le cancer ou les maladie inflammatoire (LABEX LIPSTIC), du projet de recherche « Villes en Transition le cas du quartier de la Fontaine d'Ouche à Dijon », financé par le programme MOVIDA du Ministère de l'Ecologie, du Développement

« community builders » se demandent comment faire en sorte que les usagers s'engagent dans l'interaction en ligne. De l'activité communicationnelle que ces interactions produiront, découle le succès de la stratégie de communication à l'origine de l'instrumentalisation du dispositif sociotechnique. Si tous les acteurs s'accordent sur la nécessité participative, les méthodes visant à provoquer cette participation sont encore à construire.

La participation à un dispositif communicationnel revêt différentes formes. On peut mentionner tout d'abord l'inscription au site ou à la page communautaire pour accéder aux débats. Ensuite, la participation se manifeste dans l'intervention discursive sous forme d'une proposition écrite, d'une question ou d'une réponse à une question. Nous pouvons ajouter à cette dernière le partage de fichiers multimédias. Elle peut également se traduire simplement par une activité de lecture passive des propositions, même si cette forme est souvent considérée comme une « non-participation » nuisible à la construction du processus de socialisation électronique. C'est particulièrement le cas lorsqu'il est question de démocratie participative où la figure du « lecteur passif » est souvent dépréciée au profit d'émission de commentaires du « contributeur ». Si la généralisation de la participation « active » traduit une parole plus partagée et collégiale, la lecture passive du contenu conversationnel d'un SACI (Service et Application Communautaire sur Internet) nous apparaît comme une forme de participation à part entière. En ceci, nous suivons Michel Marcoccia lorsqu'il écrit qu'« [...] une personne qui se contente de lire les interventions sans jamais participer au forum (un *lurker*) appartient quand même au groupe de conversation dans la mesure où le cadre participatif spécifique d'un forum prévoit la lecture "à l'insu" comme forme de participation » (Marcoccia, 2003, p. 9-55).

Il y a donc plusieurs niveaux de participation qu'il conviendrait de catégoriser plus précisément car ils déterminent un niveau d'engagement différent. La constitution du lien communautaire en ligne est au cœur de la problématique de la participation, dans la mesure où ce dernier est à la fois la cause et la conséquence de cette participation en ligne. Sans participation, le lien est impossible puisque les non-usagers ne peuvent éprouver ce que les psycho-sociologues nomment le sentiment d'appartenance. Et sans la perspective d'une quelconque appartenance à un collectif, l'utilisateur ne s'engagera pas dans l'interaction.

LA DEMOCRATIE ENVIRONNEMENTALE EN LIGNE : L'INJONCTION PARTICIPATIVE RENFORCEE

Le développement durable est très souvent affaire de ce qu'Isabelle Pailliant nomme la « communication territoriale ». L'étude de la communication territoriale comprend l'identification, l'analyse et la compréhension des discours produits par les élus, les services des collectivités, la société civile du territoire (ex : les associations de quartier) et les habitants. Les TIC sont des vecteurs incontournables de la stratégie de communication d'une collectivité territoriale et l'étude de leur insertion sociale entre dans le champ de la communication territoriale. Les possibilités interactives d'Internet sont mises à profit pour la publicité vers les habitants mais également pour mobiliser ces derniers dans des débats

[suite de la note]

Durable, de la Logistique et des Transports, et qui vise à comprendre le rôle des SACI dans la transmission de l'information, des connaissances et des bonnes pratiques liées à la consommation éco-responsable.

en ligne, préalables aux actions des pouvoirs publics. Comme le dit Isabelle Pailliant, « [...] l'intégration des TIC dans des dispositifs de concertation se présente comme une tentative de réponse du corps politique aux mutations sociales en cours » (Pailliant, 2006, p. 126). Et dans ces mutations sociales, il nous faut prendre en compte l'appropriation généralisée des réseaux sociaux. Ainsi, les qualités discursives des outils 2.0 apparaissent, aux yeux des politiques, comme des dispositifs communicationnels à même de mobiliser les acteurs du territoire, ravivant par là même la vieille utopie d'une démocratie directe électronique et locale. Les représentations d'usages participatifs des TIC que portent notamment les élus s'insèrent dans une forme idéalisée qui articule, de notre point de vue, imaginaire « bottom up » d'Internet et de la démocratie participative. Le débat environnemental est traditionnellement une thématique au cœur des échanges délibératifs en ligne institués par les pouvoirs publics, et notamment via le Ministère de l'écologie en France (Maccoccia, *ibid.*, p. 14). Cette présence en ligne est la conséquence du lien fort entre « environnement » et « démocratie locale », actualisé dans le principe de « démocratie environnementale », traduisant le fait que « la participation des parties prenantes, ou des personnes et groupes concernés, est devenue une norme de l'action publique environnementale » (Barbier & Larrue, 2011, p.67). Ce consensus autour de la démocratie environnementale est très présent dans les politiques de rénovation urbaine, où les problèmes environnementaux s'ajoutent aux enjeux traditionnels de l'urbanisme, telles que l'insécurité, les inégalités ou l'augmentation de la consommation. Ainsi, il semble plus « [...] aisé de gérer les pressions qui pèsent sur les villes qui tendent vers un développement durable quand les institutions locales, en particulier les autorités gouvernementales, se montrent transparentes, participatives et responsables » (Assadourian & Renner, 2012, p.477). La démocratie environnementale fait sienne les attendus de la participation de tous au processus délibératif. A savoir que la délibération garantit, comme le rappelle Loïc Blondiaux, que « [...] l'avis de tous ceux qui peuvent être touchés par une décision aient une occasion de s'exprimer face à l'autorité compétente, [qu'elle (NDR)] améliore l'information des acteurs et favorise l'émergence de solutions nouvelles. La délibération supplée en particulier aux carences de la décision politico-administrative traditionnelle lorsqu'elle se fonde sur des critères exclusifs de rationalité technique ou économique. Elle démontre l'existence de véritables ressources d'expertise profane qui peuvent concurrencer celles des experts municipaux. Elle amène enfin des acteurs en conflit et aux intérêts divergents à prendre en compte, ne serait-ce que formellement, l'opinion et les croyances de l'autre » (Blondiaux, 2001 ; p. 47).

Au-delà et en-deçà de la démocratie environnementale, « [...] la communication est une nécessité du développement durable et le sera de plus en plus » (Libaert, 2010, p.26). La dimension communicationnelle du développement durable est également envisagée dans sa dimension discursive et participative. Il s'agit par exemple, dans le cadre de l'article 40.25 de l'Agenda 21, de « mettre à profit diverses initiatives de création de liaisons électroniques pour appuyer le partage de l'information, donner accès aux bases de données et aux autres sources d'information, faciliter la communication afin de réaliser des objectifs plus larges [...] » (Rapport de la conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement, 1992). Si la communication est un pilier du développement durable, c'est principalement dans sa capacité à mobiliser tous les acteurs de la société dans une résolution des problèmes socio écologiques à venir. Et ce dans une vision idéalisée de « transparence » et de « participation » de tous. Ce que confirme le sociologue Salvador Juan en proposant les grandes lignes du plan d'action communicationnel accompagnant le développement durable : [...] information préalable,

débat-médiation, concertation à valeur décisive, changement des positions relevant de la participation » (Juan, 2011, p.251).

LA PARTICIPATION COMMUNICATIONNELLE PRISE DANS L'AGIR STRATEGIQUE ?

La participation de tous dans les actions et les décisions liées aux actions éco-citoyennes vient s'adosser à l'imaginaire des TIC, et en particulier de l'imaginaire d'Internet. Il nous semble que les deux formes d'imaginaires communicationnels s'inspirent du même modèle : l'Espace Public habermassien. Si l'Espace Public, dans sa dimension politique universaliste, est hors d'atteinte pour Jürgen Habermas, il n'en n'est pas de même de l'espoir de construction d'un espace public fragmenté, se composant au détour d'espaces de débats ou d'expressions mobilisant à une échelle réduite, locale, nationale ou transnationale, en ligne, la société civile autour de questions cruciales pour notre vivre-ensemble.

Les services et Applications Communautaires sur Internet (SACI) (Galibert, 2003) tels que les réseaux sociaux, les forums de discussions, les blogs, les *chatrooms* ou les vidéoconférences partagées, véhiculent de manière normalisées des représentations et des attitudes. Ces dispositifs communicationnels sont très souvent considérés comme participatifs par nature. Construits sur la base de l'éthique hacker (Himanen, 2001) et de l'éthique scientifique (Flichy, 2001) c'est-à-dire sur des valeurs de coopération instituant le partage d'information, la reconnaissance des pairs, et l'activité discursive comme source principale de connaissance, les échanges effectués sur Internet gommeraient la hiérarchie et les rapports de domination qui en découlent. Si les hackers et les scientifiques sont encouragés au débat par des logiques de reconnaissances à l'intérieur de leur champ respectif, qu'en est-il des citoyens *lambda*? Cette nature « engageante » reste largement à déconstruire. L'engagement, que ce soit dans un changement de représentations, d'attitudes ou de comportements, est idéalement envisagé, nous semble-t-il, aujourd'hui, comme nécessairement collectif et technologique : c'est par l'argumentation et l'interaction en ligne que les *community builders* et les *community managers* souhaitent « engager » les usagers, dans les actions ou les représentations voulues.

Mais malgré cet imaginaire technologique participatif, les théories de l'engagement peuvent difficilement s'extraire d'une pensée communicationnelle stratégique. La notion d'engagement *via* la communication est au cœur de nombreux discours de managers et de marketers. Il s'agit alors d'engager le client dans le « faire aimer » ou dans le « faire agir » ; c'est-à-dire l'engager dans une représentation positive envers un produit ou dans une prise d'information supplémentaire envers ce produit. Sur le plan de la communication interne, il faut engager le salarié (aujourd'hui le collaborateur) dans la culture d'entreprise, le partage des connaissances, une démarche qualité, etc. Un lien fort existe entre le principe d'engagement et le développement d'une ingénierie symbolique (Floris, 1995). Dans le cadre d'une politique de *knowledge management*, l'engagement sous-entend pour les salariés, sous couvert d'une injonction au partage de connaissances, une implication active visant la pérennisation de cette ingénierie symbolique. Il en va de même sur le plan de la communication externe où les marketers tentent d'associer les clients à la conception du produit ou du service qu'ils consomment. Ce travail du consommateur (Dujarier, 2008) est très visible sur les services 2.0 dans lesquels les internautes sont tout autant usagers que créateurs de contenus (O'reilly, 2005).

Comme l'a montré Bernard Miège dans les années 80 à la suite de Jürgen Habermas, la communication stratégique se propage à toutes les activités de la société, qu'elles soient marchandes ou non-marchandes. La construction d'une action collective efficace *via*

l'engagement participatif des cibles de communications stratégiques n'est que très rarement remise en question. L'on peut voir aujourd'hui, par exemple dans le champ de l'écologie et du développement durable, des collectivités territoriales s'interrogeant sur la meilleure façon d'« engager » leurs administrés dans des pratiques éco-responsables via l'application, en France, des agendas 21 ou des principes participatifs décrits par le rapport du Comité opérationnel n° 34 : « Sensibiliser, informer et former le public aux questions d'environnement et de développement durable » dans le cadre du Grenelle de l'environnement. Au plan national, le débat sur la transition énergétique et son espace. « contribuer » (<http://www.transition-energetique.gouv.fr/les-idees>) poursuit cet objectif.

La participation au débat est sollicitée par les pouvoirs publics. Cette consultation, si elle répond parfois à certaines exigences habermassiennes comme celle d'une discussion raisonnable et raisonnée, ne peut s'extraire de la prégnance du pouvoir politique qui la met en place. Le manque de lisibilité du rôle des débats publics dans les projets de loi ou les prises de décisions institutionnelles (Monnoyer-Smith, 2011) participe de la généralisation d'une représentation désabusée de « non-prise » en compte de la parole citoyenne. Cette difficile prise en compte risque à terme de ramener le contenu des interactions en ligne comme un élément parmi d'autres d'une stratégie de communication publique visant à donner un crédit participatif à des décisions prises « en haut » *donnent* par leurs interventions ou leur présence à des outils de communication dont la valorisation économique, managériale ou sociétale leur échappe. Cette forme de rationalisation perçue de la participation et de l'engagement apparaît comme une hypothèse pertinente quant aux raisons déjà identifiées de désaffection des individus pour la participation citoyenne démocratique.

QUESTIONNER LE ROLE DU COMMUNITY MANAGEMENT DANS LA PARTICIPATION ET L'ENGAGEMENT : L'EXPERIMENTATION « FET »

La demande sociale n'a de cesse de solliciter les SHS, et en particulier les chercheurs en SIC, sur la compréhension des modalités d'implication des citoyens dans les dispositifs participatifs en ligne. La situation est complexe : les initiatives institutionnalisées semblent peiner à se mobiliser, tandis qu'une myriade d'espaces d'échanges et de discussions émergent de manière auto-spontanée sur la toile. Les politiques de développement durable sont, pour les raisons évoquées plus avant, un terrain d'observation privilégié de cette dynamique. La communication engageante et instituante, sollicitée spécifiquement sur la question environnementale (Bernard, 2007, 2010), se présente comme l'une des seules réponses structurées dans le champ des SIC pour questionner la participation tout en préconisant des procédures destinées à stimuler cette dernière et répondre ainsi à la demande sociale. Elle subsume en un sens l'ensemble des recherches-actions menées aujourd'hui en SIC. Ayant choisi une posture similaire via le projet de recherche Vet MOVIDA, nous sommes donc amenés à nous prendre position face aux perspectives ouvertes par cette théorie émergente.

Partant du constat d'une crise de la démocratie représentative et d'un affaiblissement des pratiques démocratiques citoyennes, Françoise Bernard propose une théorie qui, dans sa dimension normative, vise à répondre aux urgences écologiques, sanitaires et culturelles (les trois champs d'intervention des chercheurs en communication engageante et instituante) en persuadant les citoyens de s'engager dans des conduites répondant à ces urgences. L'engagement éco-citoyen que prévoit cette théorie dépasse l'injonction participative propre au développement durable et aux principes de la démocratie environnementale. Pour les théoriciens de la communication engageante et instituante,

L'injonction participative doit être articulée à une stratégie manipulative d'engagement du récepteur, pour être suivi des effets escomptés. La théorie de la communication engageante et instituante affirme qu'un acte préparatoire, peu coûteux, favorise la réception de discours de changement, et débouche à terme sur la mise en place d'actes traduisant l'attitude positive envers ce changement.

L'importance de la dimension publique de l'acte préparatoire pourrait nous permettre d'articuler la communication engageante à la dimension dramaturgique instituante d'un espace public restreint produit via les interactions dans un SACI. Mais cette condition ne suffit pas à articuler deux approches qui apparaissent difficilement conciliables. La procédure discursive d'énonciation essentielle à l'approche habermassienne s'oppose par principe selon nous à la communication engageante et instituante puisque cette dernière participe d'une vision diffusionniste de l'information : un émetteur formé à la communication engageante et instituante (chercheur, militant associatif, ou simple citoyen), qui cherche à « engager » un individu ou plusieurs à agir positivement et publiquement envers la cause (écologique en ce qui nous concerne) défendue, via un message soigneusement construit. Il existe une ambiguïté entre le déclenchement de l'acte préparatoire et l'orientation participative que revendiquent, dans un deuxième temps, les chercheurs de ce courant. La logique communicationnelle d'engagement, comme nous l'avons vu, affirme le primat de l'action. Le processus d'engagement est tributaire de l'acte préparatoire. Mais comment garantir que l'acte préparatoire est issu d'une logique participative et discursive ? En instaurant le primat de l'action, la théorie de la communication engageante et instituante opère une hiérarchisation temporelle entre 1) l'action, 2) l'interaction, 3) la signification et 4) l'institutionnalisation (Bernard, 2010, p. 81). Dans la perspective même des principes de co-construction de la recherche-action, il serait nécessaire de développer les conditions discursives et participatives de la production de l'acte préparatoire.

L'idéal « bottom up » de la communauté virtuelle, porté par l'injonction participative technicienne et environnementale, s'oppose aux logiques « top down » de persuasion ou de soumission (fussent-elles librement consenties) inhérentes au processus d'engagement dans l'acte préparatoire. La page Facebook expérimentale « FeT : Fontaine d'Ouche en Transition »⁶ que nous mettons en place actuellement ne s'inscrit pas dans l'approche prônée par la communication engageante et instituante. Sur le plan fonctionnel, cette page Facebook, accessible depuis la mi-avril 2013, a pour but de fournir aux habitants et aux acteurs du quartier (associations, services municipaux, collectivité, etc.) un espace d'informations, d'échange de connaissances et de bonnes pratiques liés à la consommation durable. Cette page souhaite davantage constituer une « communauté de pratiques » qu'un espace délibératif. Nous avons voulu éviter de susciter—des points de vues normatifs complexes pour nous rapprocher de l'expérience vécue des habitants, partant du postulat que les débats délibératifs, souvent techniques, peuvent être confisqués par un petit groupe de citoyens ou d'acteurs institutionnels (Monnoyer-Smith, 2011). Sur le plan méthodologique, la création de cette page a pour but de nous fournir matière à observation de type ethnographique (analyse des interactions entre usagers via les

.....

6 <http://www.facebook.com/foentransition>

commentaires, provenance des usagers, périodicité des interventions, etc.). La création de la page a également pour but de fournir un outil de recrutement d'habitants-contributeurs à interroger quant à la pertinence de notre outil numérique dans l'émergence ou l'accompagnement des comportements éco-responsables. Enfin, nous avons le souci de questionner le rôle du *community management* dans le déploiement d'une activité communicationnelle participative des habitants, à la fois dans sa capacité annoncée d'augmenter l'activité communicationnelle des usagers (renvoi d'informations, « like », commentaires, etc.) que dans son action de régulation de cette action communicationnelle (politique et actions de modération, procédure de « droit de réponses » de tiers interpellés dans des commentaires, etc.).

Le rôle du *community management* apparaît primordial quant aux enjeux de la participation et de la gestion symbolique du social dans le dispositif. Les leviers de l'animation, tout comme ceux de la modération, peuvent être activés à titre expérimental pour questionner leurs impacts et interroger leurs enjeux. Traditionnellement associé à la communication stratégique, le *community management* revendique une capacité à mobiliser l'activité communicationnelle en prenant acte d'une certaine incompressibilité du monde vécu. En effet, tous les principes opératoires du *community management* présents dans la littérature managériale actuelle (Ertzcheid, Faverial, Guegen, 2010 ; Meuleman, 2011 ; Mazier, 2012 ; Chauvin, 2011 ; Chéreau 2010) s'accordent sur un contrôle social hors de portée. Interroger le rôle réificateur ou émancipateur du *community management* dans les SACI positionne notre recherche-action et son dispositif expérimental dans la réflexion sur l'injonction technicienne et environnementale de la participation. Par ailleurs, nous avons souhaité intégrer l'injonction participative au sein même du *community management*. Dans le but d'impliquer en amont les parties prenantes les plus significatives de la transition socio-écologique du quartier de la Fontaine d'Ouche, nous avons souhaité constituer un comité de pilotage pour envisager collégialement le *community management* de la page. Cette approche collective a pour but, sur le plan fonctionnel, d'une part de faciliter les synergies avec les sites web des parties prenantes et de générer du contenu informationnel, d'autre part d'apporter une expertise « terrain » à nos contenus, et enfin de dégager la responsabilité des seuls chercheurs des contenus éditoriaux. Le COPIL « *community management* » de la page Facebook FeT vise à « démocratiser » la gestion du symbolique dans le SACI. En ce sens, cette mesure s'inscrit dans l'idéologie « bottom up » que nous avons tentée de circonscrire dans cet article. Il n'en demeure pas moins que l'expérimentation d'un *community management* collégial doit s'observer, sur un plan fonctionnel, dans sa capacité à générer la participation, l'adhésion aux principes de l'éco-citoyenneté et l'activité en ligne des habitants. Sur le plan scientifique, le *community management* collégial doit continuer d'être étudié dans sa potentialité à rationaliser le social et dans sa capacité à s'actualiser dans les discours d'accompagnement, tels que peuvent l'être ceux de l'injonction participative.

CONCLUSION

En partant d'une question que nous posent les acteurs d'un territoire afin de co-construire avec eux des dispositifs ouvrant la voie à des comportements de consommation responsables et durables, nous avons tenté de mettre en lumière la double origine de l'injonction participative sociotechnique et environnementale. Nous avons également souhaité souligner l'ambiguïté communicationnelle de tels dispositifs pris entre agir stratégique et agir communicationnel. La méthode expérimentale en SIC est une

alternative riche de potentialité compte tenu de nos objets de recherche. L'accompagnement du chercheur au design d'une plateforme collaborative citoyenne peut être, nous semble-t-il, une méthodologie crédible dans la mesure où elle s'accompagne d'un regard réflexif et transparent sur les délibérations entre chercheurs et parties prenantes quant au processus de constitution du SACI et de son animation. Les méthodes quantitatives de type « enquêtes par questionnaires », quant à elles, peuvent se révéler très utiles pour analyser des faits tels que les usages et pratiques des services Internet à l'échelle d'une population dans un territoire. Elles se combinent parfaitement avec des méthodologies plus qualitatives, plus familières en SIC, venant explorer les représentations.

Hormis la question méthodologique (expérimentation, méthodes quantitatives et qualitatives, observations), la revendication épistémologique de s'inscrire dans la recherche-action positionne notre recherche sous le feu d'une tradition sociologique critique très présente dans notre champ disciplinaire, insistant sur les risques d'une collusion entre les objectifs des commanditaires de telles recherches et les résultats produits par les chercheurs impliqués. Ce type de critique normative de la recherche-action peut se généraliser à l'ensemble des recherches contractuelles et présuppose que les commanditaires visent une caution scientifique à leurs actions ou à leurs représentations. Or, les organisations sollicitant l'expertise scientifique visent souvent le positionnement critique que ne peuvent leur offrir des consultants, non tenus à l'éthique scientifique, et notamment à la reconnaissance par les pairs, inhérente à la valorisation académique des travaux produits. Dans un article récent revisitant les théories de la participation politique en ligne, Laurence Monnoyer Smith affirme que « [...] certains auteurs proposent de relire les modèles de participation et se penchent sur les facteurs qui y contribuent en prenant en considération les vecteurs spécifiques de la participation. Il en ressort une appréhension plus fine du triptyque motivation, compétence (*capacity*) et mobilisation » (Monnoyer-Smith, 2011).

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Assadourian Erik & Renner Michael (coord.) (2012), *RIO + 20. Des idées pour changer le monde – Vers une prospérité durable*, Paris, Editions de la Martinière.
- Barbier Rémi et Larrue Corinne, « Démocratie environnementale et territoires : un bilan d'étape », *Participations*, 2011/1 N° 1, p. 67-104.
- Bernard, Françoise (2010), « Pratiques et problématiques de recherche et communication environnementale : explorer de nouvelles perspectives », *Communication et organisation* [En ligne], 37 | 2010, mis en ligne le 02 mai 2011. URL : <http://communicationorganisation.revues.org/pdf1275>
- Bernard, Françoise (2007), « Communication engageante, environnement et éco-citoyenneté : un exemple des « migrations conceptuelles » entre SIC et psychologie sociale », *Communication et organisation*, N°31, Migrations conceptuelles, Bordeaux, Presses Universitaires de Bordeaux. Bordeaux.
- Blondiaux, Loïc, (2001) « Démocratie locale et participation citoyenne : la promesse et le piège », *Mouvements*, 2001/5 no18, p. 44-51. DOI : 10.3917/mouv.018.0044
- Carmes, Maryse, Galibert, Olivier (2010), « L'enchevêtrement des territoires numériques inter-intranet : un questionnement des déterritorialisations / re-territorialisations des pratiques salariés », *Revue Communication des organisations*, – « Pour une approche de la communication au travail », n°36, p. 191-220, Bordeaux, Presses Universitaires de Bordeaux.

- Chauvin, Pascal (2011). *Le community management nouvelle approche de la communication*. Paris, Gualino-Lextenso éd.
- Chéreau, Matthieu, (2010). *Community management comment faire des communautés web les meilleures alliées des marques*. Paris, Dunod.
- Dujarier, Marie-Anne (2008). Le travail du consommateur de McDo à eBay : comment nous co-construisons ce que nous achetons. Editions La Découverte. Paris.
- Ertzscheid, Catherine, et al. (2010), *Le community management stratégies et bonnes pratiques pour interagir avec vos communautés*, préface de Lionel Fumado. [Paris], Diatein
- Flichy, Patrice (2001), *L'imaginaire d'Internet*, Paris, Editions La Découverte.
- Floris, Bernard (1996), *La communication managériale*, Grenoble, PUG.
- Galibert, Olivier (2005), « Vendre, donner, discuter » *Revue scientifique Les enjeux de la communication*, Grenoble : Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication (GRESEC), Université de Grenoble 3, 2005, Mis en ligne le 18 mars 2005. http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2004/Galibert/index.php
- Carmes, Maryse, Galibert, Olivier (2010), « L'enchevêtrement des territoires numériques inter-intranet : un questionnement des déterritorialisations / re-territorialisations des pratiques salariés », *Revue Communication des organisations* « Pour une approche de la communication au travail », n°36, p. 191-220, Bordeaux, Presses Universitaires de Bordeaux.
- Galibert, Olivier ; Lepine, Valérie ; Pelissier, Cédric (2011), « Convergence des logiques sociales de la collaboration et des communautés en ligne » (p.197-222), in Miège , Bernard ; Winck, Dominique (dir.), *Les masques de la convergence. Enquêtes sur Sciences, industries et aménagements*, Paris, Editions des Archives contemporaines.
- L'énigme du don*, Paris, Fayard.
- Habermas, Jurgen (1987), *Théorie de l'agir communicationnel. Tome1, Rationalité de l'agir et rationalisation de la société*, Paris, Fayard.
- Habermas, Jurgen (1993), *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Collection « Critique de la politique ». Payot.
- Himanen, Pekka (2001), *L'éthique hacker et l'esprit de l'ère de l'information*, Paris, Edition Exils.
- Hopkins, Rob (2007), *Manuel de transition. De la dépendance au pétrole à la résilience locale*, Montreal, Editions Ecosociété.
- Joule, Robert & Beauvois, Jean-Louis (2002), *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- Juan, Salvador (2011), *La transition écologique*, Toulouse, Editions ERES.
- Kozinets, Robert. V. (2009), *Netnography doing ethnographic research online*, London, Sage.
- Lépine, Valérie (2000) *Les enjeux communicationnels et socio-organisationnels du déploiement des dispositifs de groupware en entreprise (la médiatisation technique du travail collaboratif)*, thèse de Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, Grenoble. Université Stendhal Grenoble 3.
- Libaert, Thierry (2010), *Communication et environnement, le pacte impossible*, Paris, PUF.
- Marcoccia, Michel (2003), « Parler politique dans un forum de discussion », *Langage et société*. 2003/2 n° 104. p. 9-55.

Mazier, Didier (2012), *Community management votre stratégie marketing et communication sur les réseaux sociaux*, Saint-Herblain, Éd. ENI.

Meuleman, François (2011), *Community management écrire sur les réseaux sociaux*, Liège, Edipro.

Miège, Bernard (1989), *La société conquise par la communication*, Tome1, Grenoble, PUG.

Monnoyer-Smith, Laurence. (2011), *Communication et délibération enjeux technologiques et mutations citoyennes*, Paris, Hermès science publications-Lavoisier.

Monnoyer-Smith, Laurence (2011), « La participation en ligne, révélateur d'une évolution des pratiques politiques ? », *Participations*, 2011/1 N° 1, p. 156-185.

O'Reilly, (2005), « What Is Web 2.0 ? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software », <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

Pailliant, Isabelle (2006), « Territoires, Identités et communication », In Olivesi, Stéphane (dir.). *Sciences de l'Information et de la Communication. Objets, savoirs, disciplines*, Grenoble, PUG.

Villalba, Bruno ; Zaccā, Edwin (2007), « Inégalités écologiques, inégalités sociales : interfaces, interactions, discontinuités ? », *Développement durable et territoires* [En ligne], Dossier 9 | 2007, mis en ligne le 02 septembre 2007

Autre ressource

Rapport de la conférence des Nations Unis sur l'environnement et le développement, Rio de Janeiro, 3-14 juin 1992. http://www1.agora21.org/rio92/A21_html/A21fr/a21_40.html

Minorités ethniques et télévision : quel constat en France et à l'étranger ? Comparaison sélective

Article inédit. Mis en ligne le 15 septembre 2013.

Catherine Ghosn

Catherine Ghosn est Maître de Conférences en Sciences de l'information et de la communication à l'Université Paul Sabatier à Toulouse et mène sa recherche au LERASS (Laboratoire d'Etudes et de Recherches Appliquées en Sciences sociales). Ses recherches portent sur les médias, la question de la représentation, de la médiation et de l'innovation.

Plan

Introduction

Volet scientifique et méthodologique

Les freins institutionnels en France

Une comparaison internationale sélective

Conclusion

Références bibliographiques

Résumé

Les recherches menées sur la représentation de la diversité à la télévision se heurtent au double problème de leur apparition récente, datée des années 2000 en France, et des freins institutionnels rencontrés pour mener ces études à terme.

Certains pays sont cités comme des exemples intéressants pour le traitement de la représentation des minorités à la télévision, notamment le Royaume-Uni, les Etats-Unis, le Canada ou la Belgique. Les résultats de cette recherche permettent d'identifier les problématiques relatives à la représentation des minorités à la télévision française et de comparer la France à certains de ses voisins.

Mots clefs

Représentation, minorités, télévision, comparaison, international.

Abstract

Research about representation of ethnic minority on TV faces problems of their recent publication in France, and institutional issues.

Some countries are cited as good examples for the research about representation of ethnic minority on TV, including the United Kingdom, the United States, Canada or Belgium. The results of this research identify the problems relating to the representation of minorities on French television and compare France to some of its neighbours.

Key words

Representation, minority, television, comparison, international.

Resumen

La investigación sobre la representación de la diversidad en la televisión frente a los problemas gemelos de su reciente aparición, que data de la década de 2000 en Francia, y las barreras institucionales se encuentran en la realización de estos estudios hacia delante.

Algunos países son citados como buenos ejemplos para el tratamiento de la representación de las minorías en la televisión, incluyendo el Reino Unido, Estados Unidos, Canadá o Bélgica. Los resultados de esta investigación identifican los problemas relacionados con la representación de las minorías en la televisión francesa y comparan a Francia a algunos de sus vecinos.

Palabras clave:

Representación - las minorías - TV - Comparación - Internacionales.

INTRODUCTION

En France, les recherches menées sur la représentation de la diversité à la télévision sont récentes car elles datent des années 2000 et proviennent majoritairement de la sociologie, peu des sciences de l'information et de la communication (SIC), discipline où s'inscrit ma recherche. La « jeunesse » de ces travaux rencontre une autre difficulté méthodologique : l'article 1^{er} de la Constitution de la Cinquième République empêche toute statistique ethnique rendant ainsi difficile une analyse quantitative ou une approche comparative entre la réalité sociale et la représentation de la diversité à la télévision. L'objectif de mon étude vise ainsi à identifier les moyens mis en place à l'étranger et en France pour analyser la représentation des minorités ethniques à la télévision, de manière officielle et recevable par les différentes instances institutionnelles. Les résultats de cette recherche permettent d'identifier les problématiques relatives à la représentation des minorités à la télévision française et de situer la France par rapport à certains de ses voisins.

VOLET SCIENTIFIQUE ET METHODOLOGIQUE

Mener une recherche sur la représentation de la diversité à la télévision fait apparaître deux faits majeurs : dans le domaine de la recherche scientifique en France, les études menées sur la représentation de la diversité dans les médias ont pris de l'ampleur dans les années 2000 (Marie-France Malonga, 2000a ; Guy Lochard, 2006 ; Eric Macé 2006a, 2007b, 2008c, 2009d ; Magali Nayrac, 2011, etc.) et proviennent de différentes disciplines – sociologie, sciences de l'éducation, etc., plus rarement des sciences de l'information et de la communication. En SIC, il faut cependant relever quelques recherches sur le sujet (Guy Lochard 2006 ; Jacques Guyot 2007 ; Tristan Mattelart 2009 ; Christoph Vatter, 2009).

Les axes retenus pour traiter cette problématique diffèrent de manière importante chez les chercheurs : un des objectifs peut viser à identifier les réponses données par les médias et les diverses institutions pour améliorer la prise en compte de la diversité (Claire Frachon, Virginie Sassoon, 2008) ; un autre se focalise sur les « productions et les attitudes journalistiques » à l'égard du traitement médiatiques des minorités ethniques (Guy

Lochard, 2006, p. 25). Une étude qualitative peut conclure à l'effet caricatural et dévalorisant d'images montrant des représentants des minorités ethniques (Marie-France Malonga, 2008c). Enfin – mais la liste n'est pas exhaustive – l'objet d'une recherche peut s'intéresser aux médias produits par les minorités ethniques et destinés à ces mêmes minorités (Isabelle Rigoni, 2010). Sur le plan méthodologique, les approches varient un peu moins en raison des possibilités plus restreintes liées à ce type d'étude car on retrouve souvent l'utilisation d'une approche comparative (Lochard, 2006 ; Macé, 2007b ; Frachon, Sassoon, 2008), d'une enquête d'ordre quantitatif (Marie-France Malonga, 2000a ; Reynald Blion, 2007 ; Eric Macé 2008c) ou qualitatif (Marie-France Malonga, 2008c). Une approche chronologique ou historique permet aussi d'identifier l'essor pris par cette problématique (Anna Eriksen Terzian, 2007 ; Isabelle Rigoni, 2010 ; Magali Nayrac 2011).

Le projet de recherche collectif *Mediamigraterra*, dirigé par Tristan Mattelart et financé par l'Agence Nationale de la Recherche de 2008 à 2011 traduit de manière significative l'intérêt scientifique accordé à cette thématique. Il aborde la question des minorités et plus spécifiquement celle de l'association « Médias et migrations dans l'espace euro-méditerranéen ». Ce projet a donné lieu à un colloque international en 2011 et marque le prolongement d'une recherche que l'auteur menait déjà précédemment sur la question des diasporas et des nouvelles technologies (Tristan Mattelart, 2009). L'objectif de l'article publié en 2009 visait à « retracer de façon critique l'émergence progressive de ce champ [les TIC] » (*op. cit.*, 2009 : 13) en se basant sur une littérature conséquente publiée sur le sujet pour relever les « apports » et les « limites » de l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication par les diasporas. Une des idées maîtresses soulignée dans cette partie rejoint celle développée par R. Agi qui a travaillé sur les habitudes de consommation médiatique des immigrés en Allemagne : dans les deux cas, il en est conclu que les minorités ne se limitent pas aux programmes ou aux informations de leurs pays mais au contraire sont consommateurs de mêmes programmes que les autres téléspectateurs du pays.

La déclinaison du vocable « minorités », « diaspora », « immigrés » utilisé dans les médias peut déformer un sujet relatif aux minorités ethniques et jouer sur les perceptions du public (Hargreaves). Simone Bonnafous a procédé à une analyse de discours médiatique sur les immigrés en s'appuyant sur la méthode lexicométrique et sur celle de l'analyse linguistique (Bonnafous, 1990a, 1991b). Sa recherche visait à étudier le discours tenu sur les immigrés ainsi que sur l'immigration et se basait sur un corpus conséquent composé d'articles parus dans la presse nationale entre 1974 et 1984. Son étude est complémentaire à celle de A. G. Hargreaves dans la mesure où elle vérifie un postulat de départ supposant la banalisation des thèses extrêmes au sujet de populations immigrées, face à l'inconsistance des partis historiques. Ainsi, le discours des partis traditionnels s'avèrent-ils changeant, celui de l'extrême-droite racisant et ultra-patriote, celui du centre se révèle « humaniste » et celui de l'extrême-gauche plutôt isolé.

Certains professionnels des médias déplorent que l'ethnicisation des discours relatifs aux minorités ainsi que les catégorisations réductrices utilisées à leur égard aient un effet performatif. Ainsi, si les médias ont développé le thème de l'immigration ou de la préférence nationale dans les années 80, ils les ont davantage orientés vers celui de l'islam et des problèmes d'intégration des minorités, dans les années 90.

Bertrand Cabedoche propose une réflexion d'ordre théorique et méthodologique au sujet des représentations de l'altérité et de ce qu'il appelle « l'étrangéité » par les télévisions transnationales (Cabedoche, 2005a, 2007b). Il définit l'étrangéité comme :

« la rencontre entre les stratégies de présentation de l'Autre par un média transnational et les imaginaires d'événementialisation, d'espace, de temps que « l'instance cible » est censée r et que « l'instance médiatique » tente de reproduire par hypothèse, dans des versions socialement acceptables » (Cabedoche, 2005a : 271).

La création de France 24 en 2006 est particulièrement significative dans la mesure où elle pose justement la question de « comment représenter autrement » l'information et ses acteurs. La présentation d'une information internationale diffusée 24h sur 24 et 7 jours sur 7 rencontre cependant des limites dès qu'on l'aborde avec une analyse de contenu. En effet, d'après l'auteur, se pose le risque d'offrir une vision française de l'actualité et de continuer à pratiquer la « tradition jacobine » de lecture d'un événement (Cabedoche, 2007b : 344). Plusieurs critiques à l'encontre des médias transnationaux émaillent son étude et soulignent le poids des *majors* occidentaux impliquant une réduction qualitative dans la représentation des espaces non occidentaux et dans celle des étrangers :

« Certains territoires ne sont couverts par la presse transnationale que dans des circonstances exceptionnelles, ce qui prive l'envoyé spécial dans l'urgence des pré-requis nécessaires au difficile chemin de la connaissance. La construction de l'étranger se développe parfois par sa seule résonance vis-à-vis des enjeux nationaux intégrés par les reporters ; mobilisée par l'attention à la « communauté internationale » que forment les résidents occidentaux » (Cabedoche, 2007b : 349).

Par « circonstances exceptionnelles », l'auteur renvoie notamment aux événements qualifiés des plus « négatifs possibles » (Cabedoche, 2007b : *ibid*) et habituellement traités dans les médias lorsqu'ils permettent d'utiliser des ressorts dramatiques : les guerres, les coups d'Etat, etc. A l'instar d'autres chercheurs, l'auteur relève le principe réducteur des procédés stylistiques utilisés dans le traitement journalistique transnational. Il énumère ainsi les différentes techniques utilisées (généralisations, stéréotypes, « références romanesques », etc.) qui figent les représentations collectives, avec pour seul objectif de réussir un « effet de captation » (Cabedoche, 2007b : 350).

Les difficultés à mieux représenter les minorités ethniques ne proviennent pas toutes essentiellement de nombreux médias, elles sont aussi induites par la loi française.

LES FREINS INSTITUTIONNELS EN FRANCE

La mesure de la diversité rencontre deux obstacles majeurs. L'article 1^{er} de la Constitution de la Cinquième République française définit d'abord un principe fondamental :

« La France est une République indivisible, laïque, démocratique et sociale. Elle assure l'égalité devant la loi de tous les citoyens sans distinction d'origine, de race ou de religion. Elle respecte toutes les croyances. Son organisation est décentralisée » (Article 1^{er} de la Constitution).

Le Conseil Constitutionnel ne considère pas les projets d'études statistiques basées sur la race. Ensuite, Nicolas Sarkozy avait chargé la commission présidée par Simone Veil de rajouter un préambule à la Constitution sur le respect de la diversité, projet refusé par cette Commission au prétexte que les politiques de répartition fondées sur la race se sont surtout développées dans les pays connus pour leur pratique officielle de la ségrégation, ce qui n'est pas le cas de la France. Cette même commission craint aussi les conflits qui peuvent être suscités entre les diverses communautés. Les discussions sur les moyens de mesurer la diversité de la population française dans les médias restent vives car elles bousculent le principe universaliste républicain et ceux qui refusent l'emploi de statistiques

ethniques se réfèrent souvent au principe anti-constitutionnel d'un tel projet. Ces deux principaux arguments - l'article 1^{er} de la Constitution de la Cinquième République et la décision de la Commission présidée par Simone Veil - affichent la position de la France pour tout ce qui concerne la mesure et l'étude quantitative des minorités ethniques. Compte tenu de cette réalité juridique, j'oriente ma recherche vers d'autres pays pour identifier les moyens mis en place pour analyser la représentation des minorités ethniques à la télévision, de manière officielle et recevable par les différentes instances institutionnelles. Les résultats de cette recherche permettent d'identifier les problématiques relatives à la représentation des minorités à la télévision française et de comparer la France à certains de ses voisins.

UNE COMPARAISON INTERNATIONALE SELECTIVE

Trois pays sont généralement cités comme des exemples ou comme des références pour le traitement de la représentation des minorités à la télévision : le Royaume-Uni, les Etats-Unis et le Canada (Eric Macé, 2007b; Claire Frachon, Virginie Sassoon, 2008). Le modèle « multiculturaliste » de ces pays et les mesures politiques ou institutionnelles prises pour améliorer la représentation des minorités dans les médias en sont les principales raisons. D'autres pays, comme la Belgique, se distinguent par la richesse des travaux menés sur la représentation de la diversité dans les médias (Marco Martinello, 2006 ; Marc Lits, Joëlle Desterbecq, 2007).

Si le Royaume-Uni est souvent désigné comme un pays multiethnique, c'est principalement en raison de son histoire et de son passé colonial au cours duquel les mouvements de migration s'intensifient, surtout dans les années 1950 et 1960.

« Le Royaume-Uni est considéré aujourd'hui comme l'une des sociétés les plus multiculturelles d'Europe, et Londres comme la ville la plus cosmopolite du monde » (Claire Frachon, Virginie Sassoon, 2008, p. 27).

La particularité du Royaume-Uni réside aussi dans la reconnaissance et la promotion du multiculturalisme où s'expriment facilement les diverses communautés. Une telle conception de la représentation des diversités s'est prolongée très tôt dans la politique audiovisuelle du service public britannique, contrairement à la France. Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) s'y réfère pour évoquer les dispositions mises en place à l'étranger en citant notamment *L'Independent Television Commission (ITC)* qui a adopté des dispositions concernant l'emploi et l'égalité des chances au sein des chaînes entre personnes de différents groupes ethniques (Lettre du CSA n°172, avril 2004). Pour la programmation, l'ITC incite les différents responsables à faire en sorte que les personnes issues des minorités ethniques apparaissent dans la programmation générale. L'étude menée par Andrea Millwood Hargrave en 2002 sur la télédiffusion du multiculturalisme souligne que les différents opérateurs ont conscience de l'importance représentée par une programmation mettant en scène des minorités ethniques et conclut à une sensible amélioration.

« Television research which tracks the levels of representation of minority ethnic groups on-screen has shown slow progress over the years » (Andrea Millwood Hargrave, 2002, p. 9)

D'autres initiatives ont été impulsées pour améliorer la représentation des minorités dans les médias audiovisuels (la télévision mais aussi la radio), avec notamment la création de *Creative Diversity Network (CDN)*, en 2000. L'objectif de CDN vise à promouvoir la diversité sur les chaînes et à améliorer la visibilité des personnes issues des minorités ethniques. Elle

affiche clairement sa volonté de mettre l'accent sur l'appartenance ethnique et celle d'élargir les différentes figures de la diversité :

"The Creative Diversity Network will maintain a strong focus on ethnicity, but will have a broader remit than previously to include all aspects of diversity¹ ».

Au Canada, le gouvernement prône dès le début des années 1970 le principe de multiculturalisme en se basant sur une identification des particularités ethniques de la population dans son ensemble. Ce principe recouvre trois sens différents : il désigne aussi bien la politique gouvernementale, une certaine idéologie du pluralisme culturel qu'une référence à la réalité sociale composée de différentes ethnies. Les critères de recensement canadien ont changé à de nombreuses reprises depuis le XIX^{ème} siècle, en complétant les informations sur la nationalité et le lieu de naissance avec celles portant sur les groupes ethniques et sur l'origine raciale. Jean-Louis Rallu (*et alii*) le précise pour le recensement de 1991 :

« La taxinomie employée combine de fait des éléments raciaux et ethniques, comme White, Black-Caribbean ou Pakistani » (Jean-Louis Rallu, Victor Piché, Patrick Simon, 2004, p. 498).

L'étude menée par Multiculturalisme et Citoyenneté Canada à partir du recensement de 1986 précise que les « groupes définis comme minorités visibles par la loi sont les Noirs et/ou les Antillais, les Chinois, les Sud-Asiatiques, les Arabes et les Ouest-Asiatiques, les Asiatiques du Sud-Est, les Latino-Américains et les individus originaires des îles du Pacifique » (Multiculturalisme et Citoyenneté Canada, 1989). La mise en place d'une certaine politique a permis de contribuer à la reconnaissance et à la prise en compte des différentes minorités au Canada, même sur le plan médiatique :

« To achieve these goals, a broadcasting system in which there is "fair" representation of the population in terms of ethnicity, both within media institutional administrations and as the subjects of normalized media texts, is publicly espoused by government policymakers and ethnic lobbyists" (Lorna Roth, 1998).

Les travaux de Lorna Roth sur les minorités visibles et les médias constituent des références précieuses car elle a notamment travaillé sur la loi concernant le multiculturalisme canadien et la politique de radiodiffusion qui reflète la diversité canadienne. Elle étudie, par exemple, la manière dont le multiculturalisme et la radiodiffusion ethnique mettent en avant la diversité ethnoculturelle et raciale. Le Conseil de la Radiodiffusion et des Télécommunications Canadiennes (CRCT) a notamment pour mission de veiller à ce que les médias représentent effectivement les différentes ethnies. Le projet *Broadcasting Policy Reflecting Canada's Linguistic and Cultural Diversity* adopté en 1985 précise clairement les programmes ethniques divisés en plusieurs catégories à l'intention des radios :

- Type A : des programmes dans des langues autres que l'anglais et le français,
- Type B : de programmes en anglais ou en français destinés au groupe dont la première langue et l'Anglais ou le Français,
- Type C : des programmes en Anglais ou en Français destinés à n'importe quel groupe ethnique ne se trouvant pas dans le type B,

.....

¹ <http://www.creativediversitynetwork.org/>

- Type D : des programmes bilingues (Anglais et Français avec des programmes intégrés au type A) destinés à n'importe quel groupe ethnique (les Français et Arabes, les Anglais et Italiens, etc.).

Aux Etats-Unis, des facteurs politiques ont déterminé le cours de l'histoire sur la représentation des minorités ethniques. *L’Affirmative action*, ou « discrimination positive » pour sa traduction française, est mise en place lors de la lutte pour les droits civiques et pour l'abolition de la ségrégation raciale en 1961, sous le mandat de John F. Kennedy. Ce programme vise principalement à s'assurer que l'emploi n'est pas soumis à des discriminations raciales et à favoriser les minorités jugées alors en position de faiblesse (pour le taux de chômage, l'accès à l'enseignement supérieur, les postes à responsabilité...). Il est suivi en 1964 du *Civil Right Act* qui interdit toute discrimination et s'appuie sur une loi interdisant aux employeurs et aux établissements scolaires toute discrimination pour un emploi ou une admission sur la base de la race, l'origine nationale, la religion ou le sexe. Les émeutes raciales qui se sont déroulées dans les années 60, appelé aussi « Hot summers », ont contribué à mettre en place des décrets ou des textes de loi pour améliorer l'accès à l'emploi pour les membres des minorités ethniques. Cette expression désigne les émeutes nées dans les ghettos afro-américains de plusieurs villes des États-Unis durant le mouvement des droits civiques américains. Le président Johnson signe le décret *Equal Opportunity Employment* (Egalité des chances dans l'emploi) en 1965 qui oblige les entreprises de travaux publics à pratiquer des embauches basées sur *l’Affirmative Action*. En 1978, la Cour suprême confirme la constitutionnalité de l'utilisation du critère de « race » dans la détermination des admissions universitaires.

Le sociologue Herman Gray établit un parallèle sur le plan politique et médiatique pour étudier la représentation des Noirs sur les chaînes américaines (Herman Gray, 1995). Avec l'arrivée du câble et du satellite, les principaux networks connaissent une baisse d'audimat et recherchent de nouveaux marchés à conquérir. La population afro-américaine, considérée comme la communauté la plus consommatrice de programmes télévisuels que le reste de la population américaine, est au centre des préoccupations des opérateurs. Les programmes sont ainsi modifiés pour mettre en scène, selon l'analyse de Herman Gray, trois types de représentation de la population noire : ceux qui sont intégrés dans le monde des Blancs (*Julia, Room 222*), les Noirs aux prises avec les mêmes problèmes que les Blancs (*Family Matters, Fresh Prince of Bel Air, What's happenin', Sanford & Son*), et des programmes de transition sur le thème de la diversité en utilisant des « shows » où la culture afro-américaine pointe les différences (*The Cosby Show*). Aux Etats-Unis, les principes politiques ont déterminé dans une certaine mesure des changements effectifs pour la représentation Noirs à la télévision.

La recherche d'Andrea Millwood Hargrave publiée en 2002 a consisté en une étude de réception audiovisuelle des programmes multiculturels ainsi qu'à l'analyse du travail des professionnels de la radio et de la télévision. Un des principaux intérêts de son travail réside dans le choix de participants issus de groupes ethniques différents (et pas uniquement les asiatiques, les hispaniques, les africains, etc.). Ils partageaient tous l'avis selon lequel ils assistaient à une augmentation de la représentation des minorités ethniques au cours des dernières années mais insistaient néanmoins sur la nécessité d'une plus grande représentation non seulement de leurs propres communautés mais aussi d'autres groupes minoritaires, surtout dans les émissions télévisuelles « grand public ». Ils ont notamment évoqué les difficultés rencontrées lors de l'emploi des stéréotypes négatifs, des représentations simplistes de leur communauté, de l'absence d'images de leurs pays ou régions d'origine. L'utilisation de stéréotypes récurrents et caricaturaux est notamment relevée par les personnes originaires du sous-continent indien pour les scènes de mariage :

« For example, groups from the Indian sub-continent talked of the way in which arranged marriages were presented on television. They felt that the treatment of the issue was neither accurate nor did it reflect the way in which the system had changed over time. Many called for a fairer portrayal of such issues. Allied to this was the more universal concern about the way in which countries and populations were represented. This was a source of complaint for all the minority ethnic groups interviewed » (.Andrea Millwood Hargrave, 2002 : 2).

Les travaux menés en Belgique méritent d'être relevés en raison de leur richesse et de leur diversité. La politique belge dépend de deux organismes publics communautaires, la RTBF destinée au public francophone, et la VRT pour le public flamand. L'étude menée en 2007 par l'Etude du Centre pour l'Egalité des Chances et la Lutte contre le Racisme (CECLR) a mis en place une analyse réalisée par Marc Lits et Joëlle Desterbecq, intitulée *La représentation des minorités ethniques dans les médias belges*. Elle succède à une première étude effectuée en 1993 et reprend la même méthodologie pour se baser sur une étude comparative cohérente. L'objectif vise à répondre à la question suivante :

« Quelle est, aujourd'hui, la couverture journalistique des événements mettant en scène des personnes d'origine étrangère et les questions de société liée à l'immigration, à l'intégration des populations d'origine étrangère, aux discriminations et au racisme ? » (CLCR, 2007, p. 5)

Un autre objectif vise à évaluer les évolutions par rapport aux recommandations énoncées dans l'étude de 1993. Les deux équipes chargées de mener cette recherche ont travaillé sur des journaux datés des mois de septembre et d'octobre 2006, avec un corpus destiné à l'équipe flamande et un autre à l'équipe francophone. Elles ont pris en compte les articles traitant des personnes d'origine étrangère, ceux qui dénoncent le racisme ou qui en parlent, ou encore ceux qui sont reliés aux conditions de vie des étrangers, en limitant leurs études à un périmètre géographique précis, celui de la Belgique. Une analyse de contenu a permis aux deux équipes d'évaluer dans quelle mesure les informations étaient pertinentes, contenaient des amalgames, ou encore enfermaient les minorités ethniques dans des stéréotypes figés. Cette étude présente des résultats quantitatifs de la recherche complétés par une analyse qualitative qui consiste à considérer :

- la présence des journalistes allochtones (« allochtone » désigne les personnes originaires de pays qui n'appartiennent à l'Union européenne),
- si les points de vue racistes des personnes interviewées ou citées entrent en ligne de compte, sans aucun commentaire ou mise en garde du journaliste,
- quelle religion intervient, et dans quel contexte,
- la mention de la race ou de l'arrière-fond culturel,
- la diversité des termes employés pour désigner les allochtones,

Si les éléments cités pour cette analyse qualitative ne sont pas exhaustifs, ils permettent cependant de considérer une position différente adoptée par des chercheurs étrangers, voulant donner un sens, une explication au chiffre, d'une part, développer et prolonger les idées contenues dans les chiffres, d'autre part. Si les deux publics (francophones et flamands) se connaissent finalement peu à travers la télévision (Marc Lits, 2006a, 2008b), des études à grande échelle menées auprès des deux communautés cherchent néanmoins à mesurer la perception des minorités ethniques selon une axiologie discursive et interactionniste.

J'ai convoqué des exemples provenant d'autres pays pour relever les tendances observées et les applications politiques, institutionnelles sur la représentation de la diversité. Je pourrais prolonger ce travail mais le limite volontairement car les références signalent régulièrement que la question de la représentation des minorités se pose dans de nombreux pays. Elle est considérée de manière différente : les réponses apportées pour améliorer cette situation sont inscrites dans la Constitution ou dans les textes de loi (Etats-Unis, Canada), ou encore traitées par des recherches scientifiques basées sur des analyses qualitatives et quantitatives (Belgique, Etats-Unis, Canada). La France peut difficilement échapper à la question de la représentation de la diversité à la télévision ou à celle des moyens officiels mis en place pour y répondre.

En France, les seules statistiques de l'INSEE permettent d'évaluer le genre, la catégorie socio-professionnelle, l'âge, etc. et ses nomenclatures sont considérées comme des références pour mesurer, par exemple, la répartition des hommes et des femmes. Or, la comparaison entre les statistiques sur le pourcentage de femmes en France et leur représentation à la télévision affiche un écart important, comme le souligne le baromètre de la diversité instauré par le CSA en 2009. Les résultats montrent que les femmes sont représentées à hauteur de 35% sur l'ensemble des programmes télévisuels (hors publicité), tandis que les chiffres de l'INSEE² précisent que les femmes représentent 51% de la population française. Les instances audiovisuelles françaises ont cependant mis en place des projets soutenus et/ou légitimés soit par des politiques internes soit par la loi. A titre d'exemples venant des politiques audiovisuelles, je me réfère aux commandes faites par le CSA ou par France Télévisions auprès de chercheurs: « Présence et représentation des minorités visibles à la télévision française » (Marie-France Malonga pour le CSA, 2000a), « Perception de la diversité dans les programmes de télévision » (Eric Macé pour le CSA, 2008c), ou encore des études menées par le CSA ou par France Télévisions: *La représentation de la diversité des origines et des cultures à la télévision et à la radio. Bilan 2005* (CSA, 2005), *Baromètre de la diversité à la télévision. TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Canal+, W9, France 4, BFM TV, NRJ 12, I Télé, Virgin 17, TMC, Direct 8 et NT1. Vague 1, septembre 2009* (CSA, 2009), *Représentation de la diversité à la télévision* (CSA, 2010), *Rapport 2010. Comité permanent de la diversité. Synthèse du rapport Représentation de la diversité dans les programmes de France Télévisions* (France Télévisions, 2010), etc. Parallèlement à ces initiatives, des mesures législatives ont été prises pour améliorer la représentation de la diversité dans les médias : en 2006, la loi sur l'égalité des chances consolide l'action du CSA pour la lutte contre les discriminations à la télévision, plusieurs modifications d'articles qui donnent autorité au CSA pour intervenir sur le sujet et qui souvent modifient le cahier des charges de France Télévisions.

CONCLUSION

Si les études scientifiques françaises citées en concluent unanimement à une sous représentation des minorités ethniques à la télévision, force est de constater que les applications d'ordre politique ou institutionnel sur le sujet non seulement n'atteignent pas les résultats des autres pays, mais en plus se démarquent par leur inefficacité. Contrairement à la France, le recensement effectué au Canada, aux Etats-Unis ou encore au Royaume-Uni donne la possibilité d'évaluer de manière quantitative la représentation

.....

² Il s'agit du recensement de 1999, actualisé en 2002 et repris par le document du CSA pour l'étude de la représentation de la diversité en 2009.

des minorités à la télévision et de comparer les résultats à ceux du recensement (Eric Macé, 2007b, p. 251). Qu'en conclure pour la France : que cette absence de reconnaissance peut se traduire comme « une forme de racisme » (Anna Eriksen Terzian, 2007, p. 209) ? Que cela reviendrait à remettre en cause le « modèle français républicain d'intégration universaliste (Marie-France Malonga, 2007b, p. 222) ? La question reste cruciale car même si « l'égalitarisme républicain délégitime les mesures statistiques des discriminations sur une base ethnoraciale [...], de nombreuses pressions sociales et politiques rendent de plus en plus nécessaire leur prise en compte institutionnelle » (Eric Macé, 2007b, p. 241).

BIBLIOGRAPHIE

- Blion, Reynald (2007), « Parler de l'Autre, parler d'ailleurs. De la visibilité à l'expression médiatique des diversités en Europe » (p. 265-288), in Rigoni, Isabelle (dir.) *Qui a peur de la télévision en couleurs ?* Montreuil, Aux Lieux d'Être.
- Bonnafous, Simone ((1990a), *Immigrés et immigration dans la presse française de 1974 à 1984. Analyse de discours*. Thèse de doctorat.
- Bonnafous, Simone ((1991b), *L'immigration prise aux mots. Les immigrés dans la presse au tournant des années 80*, Kimé.
- Cabedoche, Bertrand (2005a), « La construction de l'étrangéité, enjeu du projet de chaîne française d'information internationale », *Les Cahiers du Journalisme*, n°14, Printemps/Été 2005.
- Cabedoche, Bertrand (2007b), « Télévisions transnationales et représentations de l'altérité : remarques épistémologiques et méthodologiques », *Les Cahiers du Journalisme*, n°17, Été 2007.
- Eriksen Terzian, Anna (2007), « La représentation des minorités à la télévision française » (p. 209-220), in Rigoni, Isabelle (dir.) *Qui a peur de la télévision en couleurs ?* Montreuil, Aux Lieux d'Être.
- Frachon, Claire, Sassoon, Virginie (2008), *Médias et diversité. De la visibilité aux contenus*, Karthala/Institut Panos.
- Guyot, Jacques (2007), « L'expression médiatique des minorités linguistiques » (p. 289-306), in Rigoni, Isabelle (dir.) *Qui a peur de la télévision en couleurs ?* Montreuil, Aux Lieux d'Être.
- Millwood-Hargrave, Andrea (2002), *Multicultural Broadcasting: concept and reality*, Report.
- Herman, Gray (1995), *Watching Race : Television and the Struggle for Blackness*, Minneapolis.
- Lits, Marc, Desterbecq, Joëlle (2007), *Rapport de synthèse, La représentation des minorités ethniques dans les médias belges*, Etude du Centre pour l'égalité des chances et la lutte contre le racisme.
- Lochard, Guy (2006), « Les minorités visibles dans les médias, Belgique, Canada, France, Suisse », *Médiamorphoses*, n°17, septembre 2006, pp. 24-27.
- Macé, Eric (2006a), « Ne pas quantifier, ne pas nommer. L'impossible lutte contre les discriminations dans les programmes de la télévision française », in N. Guénif-Souilamas, *La République mise à nu par son immigration*, La Fabrique.
- Macé, Eric (2007b), « Comment mesurer les discriminations ethnoraciales à la télévision? Une comparaison internationale » (p. 241-264), in Rigoni, Isabelle (dir.) *Qui a peur de la télévision en couleurs ?* Montreuil, Aux Lieux d'Être.

- Macé, Eric (2008c), "Les représentations de la diversité dans les programmes de télévision", rapport pour le CSA.
- Macé, Eric (2009d), « Mesurer les effets de l'ethnoracialisation dans les programmes de télévision : limites et apports de l'approche quantitative de la diversité », *Réseaux*, vol.27-157-158/2009, pp. 237-265.
- Malonga, Marie-France (2000a), *Télévision française et intégration. Présence et représentation des « minorités visibles » à l'écran*, Mémoire de DEA de l'IFP.
- Malonga Marie-France (2007b), « Les minorités dans les séries télévisées françaises » (p. 221-239), in Rigoni, Isabelle (dir.) *Qui a peur de la télévision en couleurs ?* Montreuil, Aux Lieux d'Être.
- Malonga, Marie-France (2008c), « La télévision comme lieu de reconnaissance : le cas des minorités noires en France », *Hermès* 51, pp. 160-167.
- Mattelart, Tristan (2009), "Les diasporas à l'heure des technologies de l'information et de la communication : petit état des savoirs », *tic& société*, vol.3, n°1-2
- Nayrac, Magali (2011), "La question de la représentation des minorités dans les médias, ou le champ médiatique comme révélateur d'enjeux sociopolitiques contemporains », *Cahiers de l'Urmis*, [en ligne] <http://urmis.revues.org/index1054.html>
- Rallu, Jean-Louis, Piche, Victor, Simon, Patrick, (2004), « Démographie et ethnicité : une relation ambiguë », *Population et Société*, VI, 2004, pp. 481-516.
- Rigoni, Isabelle (2010), « Les médias des minorités ethniques. Représenter l'identité collective sur la scène publique », *Revue Européenne des Migrations Internationales*, 2010 (26)1, p. 7-16.
- Vatter, Christoph (2009), « Multiculturalisme et télévision en Allemagne et au Québec » (pp. 139-148), in Thiéblemont-Dollet, Sylvie (dir.) *Minorités interculturelles et médias*, Nancy, Presses Universitaires de Nancy

L'autoproduction en édition scolaire

Ou comment le geste de survie de quelques micro structures modifie la culture de l'édition scolaire

Article inédit, mis en ligne le 15 septembre 2013

Corinne Abensour

Corinne Abensour ...

Plan

Introduction

Des collectifs d'enseignants aux associations auto productrices

Les causes et les modalités de l'auto production

Une offre en phase avec la culture enseignante qui concurrence l'édition privée

L'effet de l'autoproduction sur les éditeurs historiques et les nouveaux acteurs

Références bibliographiques

RESUME

Le secteur de l'édition scolaire est habituellement considéré comme inaccessible à de nouveaux entrants. Pourtant des collectifs d'enseignants regroupés en associations, ignorant tout du processus éditorial et des logiques de mise en marché, sont parvenus à concurrencer les éditeurs historiques avec des manuels autoproduits.

Ces manuels autoproduits étaient à l'origine destinés à permettre la survie de ces collectifs qui ne bénéficiaient d'aucun financement et s'en trouvaient fragilisés. Le succès de ces initiatives a eu des effets repérables sur les stratégies des éditeurs historiques.

Nous étudions dans cet article la montée en puissance de l'autoproduction dans l'édition scolaire puis nous mettons en perspective ses enjeux et son avenir.

Mots clés

auto production, manuels scolaires, édition collaborative

ABSTRACT

Self-published school books

The impact of self publishing by teachers on the strategies of school books publishers

Publishing school books is commonly thought to be impossible for start ups. Groups of teachers, gathered in associations have however managed to compete with school books publishers though they were completely ignorant of the editing process and the marketing rules.

These self-published school books were at first produced in order to help these teachers' associations to survive, since they were granted no public financing which made them vulnerable. Their success had a noticeable impact on the strategies followed by the historical publishers.

We analyse in this study the rise and the future challenges of self publishing in school books.

Key words

self publishing, school books, collaborative publishing

RESUMEN

La autoproducción en la edición escolar O cómo el instinto de supervivencia de algunas microestructuras modifica la cultura de la edición escolar

El sector de la edición escolar suele considerarse inasequible a nuevos actores. Sin embargo, asociaciones de profesores, que desconocían totalmente el proceso de edición y comercialización, han logrado competir con los editores históricos gracias a libros de texto autoproducidos.

Éstos fueron publicados para que estas asociaciones, muy fragilizadas por falta de financiación, pudieran sobrevivir. El éxito de estas iniciativas ha tenido efectos concretos sobre la estrategia de los editores históricos.

Estudiaremos en este artículo el incremento de la autoproducción en la edición escolar y a continuación, pondremos en perspectiva sus retos y su porvenir.

Palabras clave

autoproducción, libros de texto, edición colaborativa

INTRODUCTION

Le secteur de l'édition scolaire est caractérisé par une forte concentration, un nombre très limité d'acteurs et des logiques très industrielles. Il s'agit en effet d'une production qui bénéficie d'achats publics, de tirages massifs (pour une large part des titres diffusés), de canaux de promotion et de vente spécifiques et coûteux à mettre en place (Abensour, 2012). On est donc habitué à considérer que ce marché est inaccessible à de nouveaux entrants. L'échec de maisons d'édition puissantes, jouissant d'une forte notoriété auprès des enseignants et qui seraient légitimes sur ce marché conforte ce raisonnement. Ainsi Gallimard, développant en 2001 une offre de manuels de lycée en littérature, c'est-à-dire là où la cible lui reconnaît une réelle compétence, connaît un échec retentissant, en partie

compensé d'ailleurs, ce qui n'est qu'un demi paradoxe par la vente de ces livres¹ sur le marché grand public auquel ils n'étaient pas destinés.

Comment imaginer dès lors que des associations, des microstructures, dont les membres ignorent tout du processus éditorial et des logiques de mise en marché puissent venir concurrencer les éditeurs historiques.

C'est pourtant ce qui s'est produit avec les succès éditoriaux de Sésamath, qui ont depuis le début des années 2000 amené cette association de professeurs de mathématiques à capter des parts de marché importantes et à devancer certains des éditeurs traditionnels.

Observant ces succès, les autres collectifs disciplinaires et notamment les Clionautes en histoire et Weblettrés en français, ont tenté à leur tour à partir de 2006 d'imposer une offre.

Or si on s'intéresse à l'histoire de ces collectifs d'enseignants et à la façon dont sont nées ces démarches d'autoproduction, on constate que deux facteurs ont favorisé ces tentatives dont certaines ont été couronnées de succès.

Ce qui a permis la montée en puissance de ces groupes, c'est l'échec de l'Éducation nationale à proposer aux enseignants une offre pédagogique crédible en ligne. Les sites académiques qui auraient pu accueillir du contenu pédagogique se sont enlisés dans des logiques de validation et de contrôle qui les ont rendus inattractifs. Leur cloisonnement géographique s'est par ailleurs avéré être un non sens dans un espace ouvert comme le web. Impuissants à recueillir les contributions des professeurs, les sites académiques, par leurs limites ont provoqué l'essor de collectifs d'enseignants indépendants qui ont transformé de simples sites personnels en portails de plus en plus fréquentés.

Mais ce succès des sites des collectifs d'enseignants (Sesamath, Weblettrés, Clionautes) n'est pas la seule cause de leur volonté de s'autoproduire. En effet, au-delà d'une notoriété considérable et de la reconnaissance de leurs pairs, ces associatifs ont rencontré des difficultés importantes liées à l'absence de moyens financiers et pour certains d'entre eux (Weblettrés, Clionautes) au nombre très limité des personnes impliquées dans le projet et disponibles pour l'accompagner dans la durée. Face à l'absence de subventions, ces professeurs ont cherché à s'autofinancer et la production de supports pédagogiques payants est apparue comme la seule voie possible pour faire face aux besoins de leurs structures : se professionnaliser, pérenniser l'activité, conformément au processus de glissement vers un « positionnement hybride » qu'a décrit Sophie Noël au sujet des éditeurs britanniques engagés, contraints pour survivre de développer leur attention au marché (Noël,2011).

C'est donc à la fois le succès incontestable de ces sites qui sont devenus sans l'avoir vraiment voulu des marques à part entière, bénéficiant d'un réel capital d'image auprès de la cible des éditeurs scolaires, et leur fragilité, parce qu'ils fonctionnent sans subventions, avec un personnel de bénévoles (ces professeurs ne bénéficiant le plus souvent d'aucune décharge pour ce travail) qui sont à l'origine des logiques d'autoproduction.

Il n'y a pas eu chez ces professeurs par ailleurs militants (du libre, des pédagogies actives, etc.) une volonté assumée, affichée, de capter une part des profits de l'édition scolaire.

.....

¹ Collectif : *Manuel de Littérature française*, Bréal, Gallimard, 2001

L'autoproduction est plutôt un acte de survie. C'est pour cette raison que ces structures développent des démarches éditoriales dans lesquelles le gratuit occupe une large place. Or ce parti-pris trouve un écho très favorable chez leur cible enseignante, de longue date très critique sur la dimension marchande de l'édition scolaire.

C'est ainsi que s'est constitué le modèle Sésamath d'autoproduction reposant à la fois sur la production de manuels librement accessibles en ligne et sur la commercialisation de ces ouvrages dans leur version papier.

Le succès de Sésamath a eu une double conséquence : il a suscité l'inquiétude des éditeurs scolaires et il a été perçu comme un exemple à suivre par les autres collectifs disciplinaires.

On a pu alors observer deux mécanismes : la recherche par les éditeurs scolaires de parades à cet essor des collectifs d'enseignants (annexion de Weblettrés par Editis, création de structures professionnelles mimant les démarches des collectifs d'enseignants, telles que *lelivrescolaire.fr*) et les tentatives, pour la plupart infructueuses, des sites collaboratifs de s'auto produire en préservant leur indépendance.

La question posée est double : l'influence de l'édition collaborative sur les acteurs historiques sera-t-elle durable ? Les éditeurs scolaires traditionnels sont-ils en mesure d'étouffer cet essor de l'autoproduction chez les collectifs d'enseignants ou des projets du type Sésamath ressurgiront-ils ?

Un constat néanmoins s'impose : l'autoproduction a réussi à s'imposer sur un des marchés les plus fermés de l'édition, à en modifier (ne serait-ce que temporairement) la culture et à contester le « modèle éditorial » (Moeglin, 2010).

Pour analyser cette montée en puissance de l'autoproduction dans l'édition scolaire nous allons nous intéresser à l'histoire des collectifs enseignants, aux différents modèles d'autoproduction qui se sont succédés ces dix dernières années et aux relations entre les acteurs de l'autoproduction et les éditeurs historiques. Nous mettrons ainsi en perspective les enjeux et l'avenir de l'autoproduction.

DES COLLECTIFS D'ENSEIGNANTS AUX ASSOCIATIONS AUTO PRODUCTRICES

Les collectifs d'enseignants sont nés au début des années 2000. À l'origine, le mouvement est issu de la démarche de quelques enseignants qui dans les débuts d'Internet (à partir de 1996) avaient mis en ligne leur site personnel. À une époque où peu de professeurs utilisaient Internet et où plus rares encore étaient les contributeurs, ces pionniers forment une petite communauté au sein de laquelle tout le monde se connaît. Il leur paraît naturel de se réunir et de se fédérer par disciplines ou par niveaux² comme l'explique Caroline d'Atabekian, la fondatrice de l'un de ces collectifs, Weblettrés : « Quelques enseignants ayant réalisé un site personnel, puis d'autres, se sont réunis pour mutualiser leurs travaux et, à l'écoute de leurs collègues, mettre en place les services qui, au fil du temps, s'imposaient. D'une discipline à l'autre les services qu'ils offrent sont variables, néanmoins

.....

² Les sites disciplinaires sont les *clionauts* en histoire-géographie, *weblettrés* en français, *sésamath* en mathématiques, *cyberlangues* en langues vivantes. Les sites par niveaux sont *cartables* pour le premier degré, *profs-L*, pour les professeurs de lettres des lycées, *pagestec* pour l'enseignement technologique. Quant au *café pédagogique*, il ne porte pas de spécialité de niveau ou de discipline et s'adresse à tous les enseignants.

il existe une sorte de tronc commun. On y trouve essentiellement un lieu d'échange de documents (cours, séquences, travaux divers et, généralement, un annuaire de sites intéressant les enseignants de la discipline). » (d'Atabekian, 2003)

Les sites associatifs évoluent en répondant aux demandes des utilisateurs. Il n'y a pas chez les fondateurs de ces sites de projet de développement et encore moins d'ambition éditoriale. Ces professeurs ne sont pas non plus animés par des intentions militantes. La dimension idéologique de leur démarche ne s'est affirmée que plus tard (à partir de 2003) et elle a pris des formes différentes selon les associations.

Webletters, régulièrement attaqué par un collectif contestataire « Sauvez les lettres » qui s'est constitué pour mener un combat politique contre le Ministère de l'éducation nationale, prend progressivement conscience des résistances que suscite sa présence sur Internet et de la cohérence pédagogique des contenus qui sont mutualisés par son intermédiaire. Naît ainsi une identité autour de la promotion des pédagogies actives et de l'utilisation des TICE dans l'enseignement.

Pour Sésamath la nature de l'engagement est différente. Ces professeurs de mathématiques n'affirment pas leur différence par des choix pédagogiques clivants, s'avérant même plutôt traditionnels dans leurs propositions. Leur combat est celui du libre. Ils vont mettre en ligne des manuels téléchargeables gratuitement et n'utiliser la co-édition avec des éditeurs privés que pour financer cette politique, rejoignant en cela une fonction critique et militante présente dans bon nombre de pratiques d'autoproduction (Kafai et Pepler, 2011),

Nés de sites personnels d'enseignants qui se sont progressivement fédérés, les collectifs ne rencontrent pas dans leurs débuts le soutien de l'institution scolaire. Le Ministère de l'éducation nationale a en effet mis en place des sites académiques qui ont les mêmes objectifs que les sites des collectifs d'enseignants : informer les professeurs et leur fournir des contenus pédagogiques. L'institution n'entend donc pas encourager des initiatives individuelles, d'autant plus qu'elle ne peut pas les contrôler.

Non seulement le Ministère a été pris de vitesse par les collectifs, présents dès 1996, alors que le déploiement des sites académiques se fait avec lenteur, mais il s'est fourvoyé dans une logique géographique qui ne correspond pas à l'esprit d'Internet. L'offre en ligne n'aurait pas dû être régionale mais d'emblée nationale. Or en invitant les professeurs à contribuer sur le site de leur Académie, le ministère a ralenti le développement de son offre. Convaincus que les modes de validation des contenus sont plus contraignants sur les sites académiques, les professeurs déposent en priorité leurs documents sur les sites des collectifs.

En 2003, le Rapport de l'inspection générale prend acte du succès des collectifs d'enseignants.

« La production par les enseignants eux-mêmes de documents pédagogiques, mis en ligne sur des sites divers constitue un phénomène qui va croissant. » peut-on lire dans le chapitre 5 consacré aux réseaux numériques (Collectif, 2003) et l'inspection ajoute : « une part notable des enseignants préfère mettre en ligne leurs productions sur des sites d'association ou des sites personnels, car les procédures de validation pour les sites institutionnels apparaissent lourdes et rigides ; les délais ne semblent pourtant pas démesurés (de l'ordre de un à trois mois) ; les réticences semblent plutôt provenir d'une sensation d'atteinte à la liberté pédagogique ; le fait que la validation institutionnelle

apporte des garanties quant à la conformité au programme et à la validité scientifique des productions concernées, semble de ce fait souvent oublié. »³

Après avoir constaté et regretté que les collectifs d'enseignants se soient imposés face aux sites académiques, le Ministère de l'éducation nationale va progressivement prendre conscience de la nécessité de collaborer avec eux. Ainsi, en 2012, le séminaire des Lettres organisé par l'inspection générale pour promouvoir les TICE dans l'enseignement scolaire affiche officiellement un partenariat avec Weblettrés.

LES CAUSES ET LES MODALITES DE L'AUTO PRODUCTION

Ce succès des collectifs d'enseignants n'explique pas que certains d'entre eux se soient tournés vers l'autoproduction alors même que la production d'ouvrages papier n'était pas dans les missions qu'ils s'étaient fixées en réalisant leurs sites.

Mais comme l'explique Caroline d'Atabekian, malgré une réussite reconnue tant par les utilisateurs que par l'institution, ces collectifs sont fragiles : « En dépit de leur succès, les sites associatifs ne reposent pas sur un socle solide. En effet, s'ils ont derrière eux l'histoire des communautés virtuelles d'enseignants, leur essor tient bien souvent au dynamisme de quelques-uns qui, poussés par la nécessité commune, mettent leur temps et leur énergie au service de tous. Si certaines associations sont subventionnées, d'autres continuent de fonctionner sans le moindre financement, et, victimes de leur succès qui demande toujours plus de temps et impose des moyens techniques toujours plus importants, risquent à tout moment de perdre pied. » (d'Atabekian, 2003). Ces propos, tenus en 2003, précèdent de trois ans les débuts de weblettrés dans une démarche d'autoproduction en co-édition avec le CNDP (pour publier les meilleures séquences en ligne sur son site). Quatre ans plus tard, en 2010, weblettrés s'allie avec un éditeur privé, Le Robert, pour faire paraître un manuel de français pour le lycée⁴.

En refusant de subventionner certains collectifs, le Ministère les a amenés à s'auto produire et à s'engager dans des logiques de partenariat avec le privé.

Mais la fragilité économique et humaine de ces structures n'est sans doute pas la seule cause du recours à l'autoproduction. Pour Sésamath la décision de produire des manuels scolaires repose sur un autre cheminement.

Dans un article sur le travail collaboratif qui date de 2009, Jean-Michel Dalle revient sur l'histoire de Sésamath. « Créée en 2001, Sésamath est une association reconnue d'intérêt général et à but non lucratif dont l'un des buts principaux est de favoriser le travail coopératif et de développer collaborativement des ressources éducatives dans le domaine des mathématiques. En 2008, elle a reçu plus d'un million de visiteurs par mois sur ses sites ; 500 000 élèves s'étaient déjà inscrits à la version réseau de Mathenpoche ; 300 000 manuels et 350 000 cahiers d'exercices avaient été édités en format papier » (Dalle, 2009).

Pour Sésamath, le passage à la réalisation des manuels scolaires n'est que le prolongement d'une démarche collaborative qui avait cours sur le site et qui en était même une des spécificités. Cette démarche originale est considérée par le collectif comme une activité purement auctoriale.

.....

³ Dans les faits, les sites académiques délèguent la « validation institutionnelle » à un petit groupe d'enseignants, mécanisme comparable à celui mis en œuvre par les collectifs.

⁴ *Passeurs de textes*, Le Robert, Weblettrés, 2010.

Sésamath donne sur son site (sesamath.net) des explications très précises sur ce point et refuse très clairement d'être qualifié d'éditeur scolaire. Voici ce qu'on pouvait lire en février 2013 : « Sésamath est auteur de manuels et cahiers scolaires, mais n'est pas un éditeur. En effet, Sésamath ne vend aucun manuel, cahier ou CD-rom, mais l'association travaille ou a travaillé avec plusieurs éditeurs scolaires (Génération5 et Magnard à ce jour) et ne s'interdit pas de travailler avec d'autres éditeurs par la suite. À chaque fois, les contenus édités sur ces supports sont sous licence libre et téléchargeables gratuitement sur Internet. Les supports eux-mêmes (cahier, manuel, CD) sont commercialisés par les éditeurs-partenaires à des prix négociés inférieurs à ceux du marché. Pour chaque exemplaire vendu, Sésamath perçoit des royalties : cet argent permet à l'association de proposer gratuitement et sans publicité des sites ou des logiciels comme Mathenpoche (coût estimé: 45 000 €), Labomep (coût estimé: 90 000 €), Sacoche (coût estimé: 25 000 €). Sésamath est une association loi 1901 à but non lucratif. Sésamath ne fait donc pas partie des entreprises qui s'occupent de l'édition scolaire. Sésamath considère l'édition sur de tels supports comme *un service supplémentaire pour les utilisateurs.* »

Cette déclaration des membres du collectif confond très explicitement les fonctions éditoriale et commerciale. L'éditeur scolaire serait celui qui imprime et qui vend (diffuse et distribue), ce que font Génération 5 et Magnard dans leur partenariat avec Sésamath. Les livres dont le collectif est auteur n'auraient donc pas été édités. Il est difficile de savoir si une telle déclaration révèle une ignorance de la fonction éditoriale, un scepticisme concernant le rôle de l'éditeur dans le champ de l'édition scolaire ou la volonté de ne pas apparaître comme ayant partie liée avec l'édition, activité marchande. Pour autant, Sésamath qui réalise entièrement ses manuels, les met en accès libre sur Internet et ne délègue que l'impression et la vente, est bien auto producteur de contenus pédagogiques, auteur et éditeur à la fois de ces ressources.

À la même date, sur son site Internet, weblettrés décrit ses activités en ces termes : « Les principales ressources produites par l'association sont : des ouvrages pédagogiques : la collection de manuels de français *Passeurs de textes*, édités en partenariat avec les éditions Le Robert ; le *Guide TICE pour le professeur de français*, coédité avec le CRDP de Paris et enfin la collection imprimée « WebLettres in Folio », réalisée à partir des meilleurs cours et séquences déposés sur le site, qui donne une large part aux écritures contemporaines et aux nouvelles technologies ». Décrivant son travail et sa démarche, weblettrés assume donc à l'inverse de Sésamath le terme d'éditeur, employé pour les manuels et les ouvrages de pédagogie. Le collectif évite en revanche de parler d'édition pour la collection « in folio » qui est l'impression de ressources du site. Dans son partenariat avec Le Robert, weblettrés a pourtant réalisé un travail strictement auctorial, l'éditorial ayant été pris en charge par l'éditeur privé. Weblettrés considère donc que son statut d'éditeur est lié à l'affichage de sa marque sur les ouvrages, qui implique le collectif dans la commercialisation des ouvrages. La cohérence apparaît donc entre les discours de Sésamath et de Weblettrés. Sésamath qui est en réalité éditeur de ses manuels récuse le terme par refus d'assumer son implication dans la commercialisation des ouvrages. Weblettrés qui n'est pourtant pas éditeur mais qui reconnaît vendre ses livres assume le terme.

Cette étude de cas montre toute la complexité du statut des auto producteurs et de leurs jeux de discours. Chez Sésamath comme chez Weblettrés on comprend bien que c'est un souci de transparence qui les pousse à cette description de leurs activités. Et l'enjeu est de taille puisque leur succès repose sur leur crédibilité auprès de leur public.

UNE OFFRE EN PHASE AVEC LA CULTURE ENSEIGNANTE QUI CONCURRENCE L'ÉDITION PRIVÉE

Le succès des ouvrages publiés par Sésamath et par Weblettrés qui sont les collectifs les plus engagés dans des projets éditoriaux repose sur deux caractéristiques particulièrement valorisées par les enseignants : la dimension collaborative des projets et leur gratuité.

De même que les collectifs se sont imposés face aux sites académiques grâce à leur autonomie et à leur capacité, prétendue ou réelle, à préserver la liberté pédagogique des contributeurs, de même, face aux manuels des éditeurs privés, supposés co-produits avec l'institution (en raison notamment, de la présence fréquente des inspecteurs dans les équipes), les ouvrages des collectifs semblent plus indépendants et plus proches du terrain. Ils bénéficient d'un a priori favorable lié à la dimension collaborative de la démarche retenue. Peu importe que comme le dit Eric Bruillard « le nombre de contributeurs ne soit pas une garantie de qualité et que les propositions innovantes risquent d'être écartées par le collectif dans un souci de consensus » (Bruillard, 2009). Les enseignants sont convaincus que la démarche collaborative apporte une pédagogie plus proche de leurs conditions d'enseignement.

En vendant ses livres au-dessous des prix du marché et en donnant un accès en libre à tout ce qu'il imprime, le collectif Sésamath joue par ailleurs sur la défiance des enseignants à l'égard de l'édition privée, supposée réaliser d'importants profits sur la commercialisation des livres scolaires.

Que ce soit pour montrer leur solidarité avec la démarche non marchande de leurs collègues ou parce qu'ils ont été séduits par une offre collaborative, beaucoup d'enseignants ont choisi les manuels Sésamath pour leurs classes, permettant au collectif de devancer un grand nombre d'éditeurs historiques sur le marché des mathématiques au collège⁵.

Ce succès constitue donc bien pour l'édition privée l'avènement d'une concurrence sérieuse sur un marché réputé difficile d'accès. Même si les mathématiques sont un cas particulier (parce qu'il s'agit dit Eric Bruillard d'une « discipline sans point de vue »⁶), rien n'empêche de penser que des collectifs d'enseignants de toutes les disciplines pourraient à leur tour créer des ouvrages selon des logiques d'autoproduction.

L'EFFET DE L'AUTOPRODUCTION SUR LES ÉDITEURS HISTORIQUES ET LES NOUVEAUX ACTEURS

Dès lors, l'édition historique et les nouveaux acteurs sont confrontés à cette nouvelle donne et les collectifs d'enseignants sont appelés à prendre position.

La première réponse du champ éditorial est l'apparition d'un nouvel acteur, le livrescolaire.fr. Cette petite maison d'édition se crée en septembre 2009 en empruntant le modèle de Sésamath et en investissant d'autres disciplines, en lettres et en sciences humaines. Les équipes d'auteurs sont très nombreuses, constituées à partir de campagnes de recrutement sur Internet. La maison revendique fortement la dimension collaborative

.....

⁵ Sésamath 6e qui présente la meilleure PDM (pourcentage des ventes l'année de la parution) et part de parc "nouveautés" (18 % environ) est ainsi en seconde position derrière Hachette. En 5e et 4e, Sésamath régresse un peu et perd sa deuxième place (légère déception à l'usage du 6e certainement).

⁶ Op.cit.

de sa démarche. Les très nombreux auteurs sont encadrés par un comité d'experts. Ils sont comme les contributeurs de Sésamath appelés à travailler bénévolement. Mais alors que Sésamath est une association à but non lucratif, le livrescolaire.fr est un éditeur privé : son attachement au libre (les manuels sont gratuits dans leur version en ligne) et ses mises en scène collaboratives ne relèvent pas d'une démarche militante mais d'une réponse marketing aux aspirations enseignantes.

Pour les éditeurs historiques, outre l'apparition de nouvelles maisons capables de mimer le fonctionnement des collectifs autoproduits, l'enjeu est l'évolution de la demande enseignante, sensible à une offre éditoriale émancipée du blanc seing institutionnel et émanant du terrain. Pour les maisons historiques il devient nécessaire de s'associer avec des collectifs d'enseignants (c'est le partenariat du Robert avec Weblettrés), d'afficher une préoccupation de la liberté pédagogique (c'est le lib' de Belin, promu comme la dernière innovation d'une maison indépendante), d'élargir les équipes d'auteurs, de consulter les enseignants sur Internet pour leur soumettre les projets en cours (en testant les couvertures, les maquettes, les sommaires). Tester les ouvrages auprès des enseignants en cours de réalisation est une démarche qui existe depuis toujours mais qui jusqu'alors se pratiquait de façon très confidentielle et même si la consultation ne porte pas sur des contenus stratégiques, il s'agit d'une mutation importante pour des éditeurs qui ont plus que d'autres le culte du secret. Le succès des collectifs autoproduits a donc eu pour conséquence une évolution de l'offre des éditeurs privés et de leur relation avec leur public. Qu'ils soient à l'avenir dissous de par leurs difficultés internes ou absorbés par les éditeurs privés qui auront réussi à accaparer leur marque, les collectifs autoproduits seront parvenus à influencer durablement les pratiques des acteurs traditionnels.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Abensour C. (2012), « Le Scolaire », in Legendre Bertrand, *Les Métiers de l'édition*, Paris, Cercle de la librairie, 2012.
- d'Atabekian C. (2003), « *Des colosses aux pieds d'argile : les sites associatifs des enseignants* », Dossiers de l'ingénierie éducative, décembre 2003.
- Bruillard E. (2009), « *Un premier regard sur le fonctionnement de Sésamath et son adaptation possible à d'autres collectifs d'enseignants* », Les dossiers de l'ingénierie éducative, mars 2009, page 85.
- Collectif (2003), *L'école et les réseaux numériques* (chapitre 5), in *Rapport de l'inspection générale*, pages 158 et 159.
- Dalle J.M. (2009), *La création de ressources éducatives par les communautés d'enseignants à l'ère d'Internet*, in *Les Cahiers de l'ingénierie éducative*, mars 2009.
- Kafai, Y. B., et Peppler K. A. (2011), « Youth, Technology, and DIY: Developing Participatory Competencies in Creative Media Production ». *Review of Research in Education* 35, no 1 (2 mars 2011).
- Moeglin P. (2010), *Les industries éducatives*, Paris, Puf, Que sais-je ?
- Noël S. (2011), « *Indépendance et édition politique en Grande-Bretagne. Le cas de quelques éditeurs engagés* », *Communication & Langages*, n°170, p. 73-85.

Les radios communautaires à l'ère des nouvelles technologies : de l'impératif de se réinventer pour perdurer

Article inédit, mis en ligne le 16 septembre 2013.

Mohammed Elhajji

Professeur en sciences de la communication au Programme de doctorat en communication et culture de l'Université Fédérale de Rio de Janeiro (UFRJ), Mohamed Elhajji est directeur du laboratoire Lacosa (Laboratório de Comunicação Social Aplicada - www.lacosa-ufRJ.net) de l'École de communication de l'Université Fédérale de Rio de Janeiro (UFRJ).

Plan de l'article

Fonctions et fonctionnalités

Sens de la communication et communauté de sens

Radios et communautés en devenir

Globalisation, Tic et migrations

Considérations finales

Références bibliographiques

RÉSUMÉ

L'objectif de l'article est d'une part, d'appréhender la question des radios communautaires et de la communication communautaire en général à partir de leur finalité sociopolitique, et d'autre part, de les situer dans le cadre techno-civilisationnel global et transnational actuel. Ceci, afin de mieux en comprendre la structure et de prévoir les mutations et les adaptations possibles et/ou nécessaires pour la rénovation et la survie de l'idéal philosophique qui anime et sous-tend la pratique communicationnelle communautaire en général et radiophonique en particulier. Encore qu'il ne s'agisse pas d'une étude de cas stricto sensu, l'analyse développée s'appuie directement sur l'expérience brésilienne et s'en inspire pour la formulation des thèses défendues.

Mots-clés :

Communication communautaire, radiodiffusion, nouvelles technologies, expérience brésilienne.

ABSTRACT

The objective of the article, firstly, is to understand the issue of community radio and community communication in general from their socio-political purpose. And, secondly, to place them in the technocivilizational, global and transnational framework. It tries to better understand the structure and to predict mutations and possible adaptations for the restoration of the philosophical ideal that animates the community communication practice in general and broadcasting practices in particular. It is not a case study in the strict sense, but an analysis based directly on the Brazilian experience to inspire the formulation of our hypothesis.

Key Words :

Community communication, broadcasting, new technologies, Brazilian experience.

RESUMEN

El objetivo de este artículo, en primer lugar, es entender el tema de las radios comunitarias y la comunicación comunitaria en general a partir de su finalidad sociopolítica. Y, en segundo lugar, es localizarlas en el cuadro tecno-civilizatorio global y transnacional. Es también comprender mejor la estructura y predecir las mutaciones y adaptaciones posibles y / o necesarias para la restauración y la supervivencia del ideal filosófico que anima la práctica comunicativa comunitaria en general y la radio en particular. Sin embargo, el artículo no representa un estudio de caso en el sentido estricto, pero una análisis basada directamente en la experiencia brasileña y que tiene como objetivo la inspiración de las tesis defendidas.

Palabre clave :

Comunicación comunitaria, radiodifusión, nuevas tecnologías, experiencia brasileña.

Le but de cet article est d'une part, d'appréhender la question des radios communautaires et de la communication communautaire en général, à partir de leur finalité sociopolitique, et d'autre part, de les situer dans le cadre techno-civilisationnel global et transnational actuel. Ceci, afin de mieux en comprendre la structure et d'essayer de prévoir les mutations et adaptations possibles et/ou nécessaires pour la rénovation et pour la survie de l'idéal philosophique qui anime et sous-tend la pratique communicationnelle communautaire en général et radiophonique en particulier. Bien qu'il ne s'agisse pas d'une étude de cas stricto sensu, l'analyse ici développée s'appuie directement sur l'expérience brésilienne.

FONCTIONS ET FONCTIONNALITÉS

La première remarque consiste à distinguer la fonction des médias communautaires de leur mode de fonctionnement. L'objectif et la finalité des radios et autres moyens de communication communautaire se caractérisent par l'accomplissement d'une mission politique et sociale qui leur est inhérente. Parmi les attributions sociales et politiques propres à la communication communautaire (qui englobe les médias communautaires, mais ne s'y limite pas) vient, en premier lieu, son caractère discursif contribuant à l'énonciation et au maintien de l'identité du groupe dont elle émane. En effet la communauté n'existe en tant que telle que dans la mesure où elle est capable de formuler un discours clair et cohérent qui la définit et la distingue des autres groupes et unités communautaires avec lesquels elle partage le même espace social et politique. Il s'agit, certes, d'une règle élémentaire de tout processus de construction identitaire qu'elle se situe au niveau existentiel, psychologique, social ou politique – et sur le plan individuel ou collectif. L'« être-dans-le-monde » (se reconnaître et être reconnu) est tributaire de l'aptitude de l'entité concernée (individu ou groupe) à s'affirmer, à projeter l'image d'elle-même et à imposer sa vision du monde au reste du monde.

Même dans les schémas communicationnels les plus simples, l'acte d'émission de messages signifiants est toujours accompagné d'un para texte (inconscient ou volontaire) qui identifie l'émetteur et le présente au récepteur et à l'ensemble des instances (individuelles / subjectives ou

institutionnelles / objectives) participantes du processus communicationnel en cours. Ceci est vrai qu'il s'agisse de message publicitaire, de déclaration amoureuse ou de rapport administratif. Celui qui dit commence toujours par se dire et par se révéler au monde.

La communication communautaire constitue donc, un segment important du cadre symbolique général d'énonciation de l'identité du groupe. Elle joue aussi un rôle de cohésion qui est déterminant pour l'intégration des éléments qui composent le groupe et lui assurent sa pérennité. Ainsi l'intensité du sentiment d'appartenance de l'individu vis-à-vis du groupe et le degré d'organicité de la collectivité sont-ils directement proportionnels à l'efficacité des systèmes de communication communautaire (moyens et pratiques) qui les étayent. Le discours (identitaire, social et politique) relayé par les moyens de communication communautaire n'est, toutefois, pas destiné exclusivement aux cadres organisationnels du groupe ou reçu uniquement par ses membres ; au contraire, les instances sociales et politiques extracommunautaires sont tout aussi destinataires des médias communautaires. De fait, les stratégies discursives contre hégémoniques ou de lutte pour le pouvoir symbolique élaborées par la communauté ont comme locus naturel, l'espace politique public général (ou sphère publique) qui englobe la totalité de la société, sous peine de se retrouver en vase clos sans possibilités réelles d'interférer dans la vie politique. Car les manifestations sociales, politiques, culturelles ou identitaires de la communauté, lorsqu'elle se trouve minoritaire, s'inscrivent dans la volonté d'imposer (ou d'exposer) une vision déterminée du monde. Il s'agit également de s'opposer à la vision du monde de ceux qui détiennent le pouvoir symbolique et/ou matériel ainsi que les moyens de sa diffusion pour asseoir leur hégémonie et pour garantir leur supériorité politique et sociale. Le fait communicationnel est, dans ce sens, un acte politique et un moyen de négociation des termes de partage de ce pouvoir, des attributions et de la place de chaque groupe dans la hiérarchie sociale et politique. Cette remarque considère la question de la communication communautaire à la lumière de ses objectifs finaux et non pas en tant que moyens redondants et autosuffisants : la communication pour la communication. Aussi, la communication communautaire ne se limite pas à la communication à l'intérieur de la communauté, mais aussi et parfois surtout, englobe la communication de la communauté vers le reste de la société. En effet, l'un des principaux buts de cette communication est de permettre aux membres de la communauté de s'exprimer et de participer aux débats politiques qui ont lieu dans la sphère publique, afin de faire entendre leur voix et de faire valoir leur point de vue. Or, pour ce genre d'action, les médias de masse sont beaucoup plus efficaces que les médias communautaires. Ce qui nous conduit à notre première hypothèse : la communication communautaire dépasse (ou surpasse) les médias communautaires qui n'en représentent que l'un des moyens possibles.

La communication communautaire, en tant que stratégie revendicative, est multiple et se confond souvent, avec d'autres modes d'exercice de la citoyenneté. Non seulement elle ne se réduit pas à un genre déterminé de médias, mais il est même fréquent qu'elle soit pratiquée de façon spontanée et intuitive, par exemple à travers des gestes aussi anodins que le courrier des lecteurs ou des auditeurs, les appels téléphoniques aux chaînes de radio, le courriel, l'envoi de matériel audio-visuel local, etc. Dans ce cas, que deviennent les médias communautaires (revues, journaux, sites web, chaînes et/ou émissions de radio et TV), et comment se situent-ils ? Les médias communautaires trouvent leur sens et leur légitimité dans le fait même que la dimension universelle et impersonnelle de l'espace politique démocratique rend difficile la prise en compte de toutes les différences et sensibilités constitutives du tissu social. D'autant plus que, souvent, les intérêts objectifs des médias de masse, pour des raisons marchandes ou idéologiques, ne correspondent pas toujours aux attentes et aux préoccupations de toutes les composantes de la société. Il est, donc, tout à fait cohérent et en phase avec l'esprit des démocraties libérales et représentatives que ceux qui ne se considèrent pas suffisamment ou positivement représentés dans les médias généralistes, aient recours à leurs propres médias. Nous considérons même que la multiplicité et la diversité de ce genre de médias contribuent

au renforcement de la sphère publique et conduisent à mieux « lubrifier » les rouages de la machine démocratique. La pratique communicationnelle communautaire équivaut, dans ce sens, à un exercice mûr et conscient de la citoyenneté pleine et participative. Bien qu'il faille rester vigilant sur les excès possibles du communautarisme qui pourraient porter tort à l'idéal démocratique de la sphère publique.

SENS DE LA COMMUNICATION ET COMMUNAUTÉ DE SENS

Mais qu'est-ce qu'une communauté? Comment définir ce phénomène social polymorphe et polysémique et ses relations avec la question communicationnelle qui nous intéresse? La première réponse vient de l'étymologie même des deux notions. Communication, communauté ou, encore, communion dérivent de la même racine linguistique et indiquent le même horizon philosophique. Communiquer, former une communauté ou entrer en communion impliquent le même mouvement existentiel d'échange, de partage et de participation. En termes conceptuels, nous prenons en compte les aspects sémantiques, sémiotiques et idéologiques du processus communicationnel, et non une théorie fonctionnaliste, formelle et quantitative. Pour nous, la communication ne peut se réduire à un engrenage mécanique d'émission et de réception, mais suppose plutôt un processus large et complexe de production et de construction de sens social et historique au sein de la communauté.

Une communauté est donc, avant tout, une communauté de sens, un espace où émerge et prend forme un sens commun aux membres du groupe. Si la communication est un processus de production de sens, la communauté est le *locus* au sein duquel ce sens est produit, construit, transmis et échangé, en termes symboliques et idéologiques.

Sur le plan organisationnel, il est donc théoriquement possible et hypothétiquement admissible de parler de communauté dès qu'un groupe social ou regroupement donné ont recours à des stratégies communicationnelles qui visent, d'une part, leur cohésion interne, d'autre part, la manifestation de leur vision du monde, de leurs positions politiques, sociales et philosophiques. Et ceci qu'il s'agisse d'un syndicat, d'une organisation culturelle, d'une corporation professionnelle, d'un club privé, ou d'une association confessionnelle ou ethnique. La rigueur scientifique nous oblige, toutefois, à situer le concept et son évolution dans une perspective historique et généalogique qui, en résumé, commence avec Ferdinand Tönnies et son séminal « *Gemeinschaft und Gesellschaft* » (1947) et prend sa forme contemporaine actuelle avec Zygmunt Bauman (2001). Le premier, inspiré des idéaux romantiques, opposait la « communauté - *Gemeinschaft* » et son âme authentique à la « société - *Gesellschaft* » mécanique et impersonnelle. Alors que Bauman ne voit dans la course effrénée vers l'idéal communautaire, à notre époque, que l'échec ou le dépassement du politique et du social dans leur forme traditionnelle. D'autres théoriciens considèrent que, pour qu'un groupe social humain puisse être défini en tant que communauté, il est nécessaire qu'il remplisse une des conditions subjectives et objectives, telles que l'existence, en son sein, d'une culture commune, d'un sentiment d'appartenance, d'objectifs communs, d'une identité naturelle et spontanée entre les intérêts de ses membres, de relations et interactions significatives -que ces relations soient socialement satisfaisantes et gratifiantes pour ses membres- d'une conscience des singularités de ses membres, d'une participation active dans la vie de la communauté, d'une langue commune et d'un territoire commun (PERUZZO et alii, 2002). Ces conditions générales et génériques correspondent à un idéal communautaire difficilement réalisable à notre époque, surtout si l'on considère le processus de globalisation, les TIC, les migrations en masse et le surgissement de communautés transnationales. Les notions de territoire et d'autosuffisance sociale, notamment, semblent peu probantes dans le contexte actuel. Mais, avant d'approfondir notre analyse à propos de ce nouveau paysage communautaire fortement déterritorialisé et souvent fondé sur des réseaux virtuels, penchons-nous, d'abord, sur la communication communautaire, sur ses origines et sur son évolution.

En Amérique Latine, la communication communautaire creuse ses racines dans une diversité de traditions revendicatives, à caractère populaire, alternatif ou citoyen de façon générale. L'objectif de ses acteurs est d'intervenir dans l'ordre établi et face à la logique de domination traditionnellement exercée par l'establishment. Il faut dire que le cadre sociopolitique dans lequel la pratique a mûri et s'est développée (encore qu'il soit difficile de situer le moment exact de son surgissement, dans la mesure où les communautés ont de tout temps disposé de moyens locaux de communication endogène) n'est autre que celui des dictatures militaires des années 60 et 70, venues exacerber la structure coloniale et oligarchique héritée de la conquête ibérique.

Indépendamment du qualificatif accordé à cette activité communicationnelle originaire de mouvements sociaux (mais largement adoptée, aussi, par des groupes de nature géographique, ethnique ou culturelle, comme c'est le cas des indigènes, quilombolas et des colonies issues de l'immigration), le but est le même : rendre la parole à ceux qui en ont été privés et mobiliser les groupes sociaux minoritaires ou exclus, afin de défendre leurs droits et leur participation à la vie politique de leur pays, faire prendre conscience aux populations démunies, de leurs droits, entreprendre des initiatives éducatives et pédagogiques relatives à tous les aspects de la vie quotidienne, tels que la santé, la formation professionnelle et les droits du travail, diffuser des informations utiles et pratiques sur le voisinage et sur la communauté etc. (PAIVA, 2003)

Par ailleurs, la pratique communicationnelle communautaire en Amérique Latine a pris plusieurs formes et a fait usage de nombreux supports et de technologies diverses : de l'écrit, évidemment, jusqu'aux chaînes de télévisions -quelle que soit leur technologie (satellite, câble ou autre)-, en passant par les radios (libres, pirates ou communautaires), les médias de rue (haut-parleurs et enregistreurs vidéo) ou encore, plus récemment, le Web. Sans oublier que, du fait même de sa reconnaissance sociale et politique, la communication communautaire, en tant que pratique, discours ou stratégie communicationnelle, a été reprise par ceux-là mêmes qu'elle était censée combattre : les médias de masse. Par exemple, au Brésil, les grandes chaînes de télévision et de radio ont intégré à leurs grilles de programmes des émissions et des tranches horaires consacrées à des quartiers ou régions urbaines spécifiques, donnant la parole directement à leurs habitants et structures associatives et communautaires - des favelas notamment. La presse à grand tirage, elle-même, réserve une part considérable de sa production quotidienne et hebdomadaire à ce même public. Ce sont des rubriques, des numéros spéciaux, des suppléments ou encore, des reportages, des informations d'utilité publique en direction des communautés locales et à leur écoute. Enfin, il convient d'ajouter une innovation en termes d'interactivité et de médias participatifs, il s'agit du « journalisme citoyen », Eu Reporter, Yo Periodista ou I Reporter, pratique des citoyens consistant à fournir aux organes de presse, des images et des informations locales.

Voilà ce qui nous ramène à notre point de départ : considérer la communication communautaire en tant que pratique et politique dans la sphère publique et non pas finalité fétichisée. Même sans être dupe quant au sens marchand et à la portée politique de la récupération de la philosophie communautaire par les médias commerciaux, l'on ne peut négliger ou rejeter ce genre de communication pour des raisons exclusivement idéologiques.

RADIOS ET COMMUNAUTÉS EN DEVENIR

La radiodiffusion a constitué, probablement, le premier média véritablement de masse et elle a profondément bouleversé la société à l'époque de son apparition. Pratique sociale en même temps que collective, familiale et, ensuite, individuelle, l'écoute radiophonique a connu une diffusion large et rapide (BURKE et BRIGGS, 2002). Son rôle dans la vie sociale et politique de l'ère moderne est inégalable. Il suffit, pour s'en convaincre, de se rappeler l'usage qui en a été fait aussi bien par les régimes autoritaires que par les mouvements de libération. Nazisme, fascisme ou gétulisme (du nom

de l'homme politique brésilien Getúlio Dorneles Vargas), par exemple, n'auraient pu avoir la même force de pénétration sans l'aide des ondes hertziennes des radios, médias de masse par excellence à l'époque. Ce média a été intégré dans les politiques sociales conduites par Getúlio Vargas (1) à un tel point que les appartements, construits à cette époque par l'État, réservaient un emplacement physique central spécialement dédié au poste radio. Appareil qui devenait le centre du foyer et de la nation, la source par laquelle venaient la vérité, la morale nationale et les mots d'ordre et de mobilisation des masses. Le péronisme, en Argentine, n'en a pas fait moins à tel point que son histoire se confond avec celle de la radio dans ce pays. Il n'est pas surprenant, donc, que les mouvements sociaux se soient approprié cette technologie sociale pour atteindre leurs objectifs politiques. Surtout dans le cas du Brésil, marqué par ses fortes inégalités sociales, l'immensité et la diversité de son territoire, le monopole de ses moyens de communication par la même oligarchie qui contrôle à la fois la plus grande part des richesses du pays et l'essentiel des instances politiques locales, l'analphabétisme qui rend difficile l'accès aux sources écrites de l'information et la tradition orale encore largement dominante dans une grande part du territoire national.

De fait, les radios communautaires sont l'incarnation de l'esprit même de la communication communautaire, populaire et alternative, telle que nous l'avons présentée. Elles se présentent comme le support idéal pour accomplir la mission sociale et politique portée par les militants de la démocratie, de l'égalité et de la justice sociale. Elles constituent un espace privilégié pour la réalisation d'échanges sociaux égalitaires et le développement d'une conscience citoyenne, à travers la participation de tous dans les questions politiques et sociales. L'objectif de leurs promoteurs rappelle, dans ce sens, l'idée selon laquelle « les problèmes politiques sont les problèmes de tous et les problèmes de tous sont des problèmes politiques » et, pour cela même, elles promeuvent un modèle d'administration participative et sont gérées par une instance largement représentative de la communauté dont elles émanent et à laquelle elles s'adressent.

En plus d'être dès l'origine, un média communautaire (l'écoute des émissions se faisait, généralement, en groupe), cette technologie offre divers avantages : on peut écouter la radio tout en faisant autre chose, la légèreté (un poste radio transistor peut être emmené où l'on veut), le faible coût (c'est l'une des technologies les moins chères au monde et donc, l'une des plus populaires), l'accès à différents types de contenus (actualités, sports, divertissement, information...), la simplicité d'usage aussi bien à l'émission qu'à la réception (elle s'inscrit dans la tradition universelle de l'oralité), les dimensions subjectives (le son étant l'un des principaux vecteurs de notre émotivité et de notre sociabilité affective), etc. C'est, probablement, pour toutes ces raisons aussi que les pouvoirs centraux se sont rapidement aperçus du potentiel révolutionnaire des radios communautaires et qui ont très vite entrepris de multiples stratégies (politiques, juridiques et économiques) pour contrecarrer leur diffusion ou pour les détourner de leur mission originelle. Au Brésil, ce n'est qu'en 1998 qu'a été, finalement, promulguée une loi instituant le Service de Radiodiffusion Communautaire, sonore, en modulation de fréquence, qui autorise (ou plutôt limite) une puissance maximale de 25 watts et l'usage d'antennes de moins de 30 mètres. Et malgré la faiblesse de la portée autorisée aux radios communautaires (1 kilomètre à partir de l'antenne !), l'ANATEL (l'Agence Nationale des Télécommunications) trouve le moyen d'imposer davantage de restrictions pour l'octroi de licences d'implantation de ces instruments communautaires, rendant ainsi leurs activités, souvent difficiles. Parmi ces restrictions, citons l'interdiction de diffusion de spots publicitaires, la limitation des sources de son financement au simple appui culturel – de surcroît strictement limité aux entreprises de la région de sa couverture (d'un kilomètre) et l'interdiction de constituer des réseaux pour optimiser l'exploitation des services de radiophonie communautaire. Le résultat est que, d'un total de plus de 20.000 radios communautaires existant au Brésil, moins de 5.000 sont régularisées. Comble de cynisme et d'acharnement de l'administration responsable, la plupart des radios non régularisées n'arrivent pas à le réaliser non pas pour des raisons techniques, mais pour des motifs purement

bureaucratiques : délais, nombre de copies, signature manquante d'un fonctionnaire local, etc. (ABRACO, 2012) Les associations concernées reconnaissent toutefois, quelques aspects positifs à la loi 9.612 : le droit de tout membre de la communauté ou habitant de la localité de s'affilier à l'entité responsable pour la gestion de la radio, l'exigence que la radio ait une programmation tournée vers la culture régionale, qu'elle soutienne les activités culturelles et éducatives de la région, qu'elle soit dirigée par un conseil élu, qu'elle associe à ses décisions les instances représentatives de la communauté, qu'elle respecte la diversité des instances associatives et communautaires de la région. Enfin, l'interdiction expresse d'être ou devenir la propriété d'une personne ou d'une entreprise est également promulguée.

L'ABRACO (Association Brésilienne des Radios Communautaires) recommande pour sa part, que les radios communautaires aient un caractère public, qu'elles puissent diffuser des annonces publicitaires payantes issues des commerces locaux, qu'elles cèdent leur temps d'antenne gratuitement pour des messages d'utilité publique, qu'elles dynamisent le débat politique dans l'esprit démocratique, qu'elles respectent les principes de laïcité, qu'elles aient un engagement moral envers les questions relatives à l'environnement et aux droits de l'homme, qu'elles puissent promouvoir la culture locale, défendre les principes de la radiodiffusion communautaire, lutter pour la démocratisation de la communication et soutenir l'expression artistique et culturelle sous licence ouverte.

Aussi, malgré toutes les difficultés imposées par les pouvoirs publics, la radiophonie communautaire a déjà et définitivement conquis ses lettres de respectabilité auprès du grand public et des intellectuels socialement engagés. Pourtant, il faut reconnaître que la bataille est loin d'être gagnée. En plus de la lenteur des pouvoirs publics dans les procès de régularisation de radios en fonctionnement parfois depuis plus de 10 ans et en plus de la violence policière endurée par leurs membres, souvent sous la pression directe du lobby des médias commerciaux, il existe aujourd'hui une nouvelle menace qui risque de condamner définitivement les radios communautaires au Brésil. Il s'agit du projet de numérisation de la radiodiffusion brésilienne.

Cela semble paradoxal, mais l'option technologique en discussion au Brésil n'est pas de bon augure pour la radiodiffusion communautaire. L'arrêté ministériel 290/2010 qui institue le Système Brésilien de Radio Digital (SBRD) n'est pas très précis sur le modèle qui sera adopté dans le pays. Mais l'on sait que les radios commerciales ont une nette préférence pour le HD Radio/Iboc, propriété de l'américaine Ibiquty, et ont déjà commencé, avant même que la décision finale ne soit prise, à s'équiper de cette technologie. Or, d'après les spécialistes, le modèle HD Radio/Iboc, ne laissera pratiquement plus d'espace aux radios communautaires sur le spectre (AMARC, 2010).

Les organisations de défense de la radiophonie communautaire sont tout simplement opposées au projet de numérisation, parce qu'elles ne voient aucun avantage technique pour la radiodiffusion brésilienne en général; si ce n'est celui de multiplier l'espace réservé aux radios commerciales au détriment des communautaires, aussi bien en FM qu'en AM. L'autre inconvénient représenté par la technique numérique pour les radios communautaires est son coût exorbitant, qui rend l'acquisition du matériel nécessaire au montage et à la maintenance difficilement accessible.

Pourtant, si la technologie (ou du moins, son usage à mauvais escient) représente un danger pour la survie des radios communautaires, c'est aussi de la technologie que peut venir leur salut. Plusieurs radios communautaires ont d'ailleurs, déjà adopté des stratégies de diffusion mieux adaptées aux nouvelles technologies et en phase avec les processus de globalisation et de convergence actuels. Certaines se sont dotées de version web, tout en continuant à émettre sur les ondes. D'autres, devant les difficultés administratives, ont tout simplement migré vers le Web et une troisième catégorie, celles nées après l'apparition d'Internet, a commencé à émettre directement sur le Web et n'ont pas d'existence en dehors du « cyberspace ».

Parallèlement, la plupart de ces radios utilisent, aujourd'hui, d'une façon ou d'une autre, les facilités offertes par Internet; tels que le maintien de blogs informatifs sur leur programmation, des forums de débat et d'opinion, newsletters, etc. Un bon exemple d'appropriation des TIC par les radios communautaires est, à notre avis, Radiotube (<http://radiotube.org.br/>), qui constitue une sorte de coopérative de contenus (reportages, analyses, interviews, etc.) produits bénévolement par les activistes sociaux, militants de diverses causes et professionnels engagés, et qui peuvent être utilisés librement par toutes les radios communautaires – suivant en cela la philosophie du *copyleft* et de la licence *Creative Commons*. L'une des conséquences directes de cette évolution technique est la remise en question des formes locales et du territoire, jusqu'à présent considéré comme une condition sine qua non de l'existence et de la survie des communautés et de la communication communautaire.

La conséquence est l'entrée en scène des communautés diasporiques et transnationales, originaires de l'immigration, qui viennent insuffler aux radios communautaires un nouvel esprit de citoyenneté, à la fois locale et transnationale. Aussi, devons-nous nous arrêter sur la question de la globalisation, des TIC et de la convergence pour mieux comprendre les transformations sociales et politiques en cours.

GLOBALISATION, TIC ET MIGRATIONS

De fait, la globalisation est essentiellement et avant tout, un processus de nature techno communicationnelle car ce sont les nouvelles techniques de communication qui ont permis et propulsé mondialement la dynamique d'intégration. D'ailleurs, la notion de « globalisation » ne doit pas être comprise, comme c'est souvent le cas, dans l'acception adjectivale de « globe », mais plutôt de « globalité ». Or, l'idée de « globalité » renvoie à celle de simultanéité d'une action; sa réalisation ou son avènement au même moment (et dans le même temps) à plusieurs endroits et à plus d'un point de l'espace physique (ELHAJJI, 2001). Ce qui n'est pas sans interpeller le sens même de l'espace, du temps, des distances et des vitesses de déplacement. Car, si la définition traditionnelle de la vitesse est « le temps nécessaire pour parcourir une distance donnée », aujourd'hui, l'on doit penser plutôt au « temps nécessaire pour avoir accès à un volume déterminé de données informationnelles ». Certains auteurs n'hésitent pas, ainsi, à évoquer l'idée originale de « rétrécissement de la planète »; selon la logique de la réduction vertigineuse du temps nécessaire pour atteindre n'importe quel point du globe (HARVEY, 1989). Et l'équation n'en devient que plus frénétique quand on introduit Internet, téléphonie mobile, communications en réseau, convergence des moyens de communication, etc. L'on est alors tenté de raisonner en termes d'accélération exponentielle du temps, par laquelle la vitesse produit encore plus de vitesse – infiniment et indéfiniment ! C'est là, en vérité, le principal fait véritablement original qui distingue l'époque contemporaine de toutes les autres.

Cette accélération exponentielle du temps historique et de la rapidité au sein de la société se traduit, dans le cadre de certaines activités humaines, par la substitution progressive du substrat spatial par le temporel. C'est le cas, notamment, quand on pense à certaines pratiques du capitalisme global comme la délocalisation ou encore le « *just-in-time* » qui n'est rien d'autre que le remplacement des stocks spatiaux par le flux temporel continu de matériel nécessaire au processus industriel. Substitution du substrat spatial par le temporel qui peut être constatée, par ailleurs, dans des contextes sociaux de nature plus subjective tels que les relations virtuelles d'ordre affectif et interpersonnel: amours, amitié, etc. ou idéologique et politique : mobilisation sociale autour de causes aussi diverses que l'environnement, droits de la personne et d'autres.

Dans tous les cas, ce qu'il faut retenir pour la compréhension des mutations sociales, politiques et subjectives en cours, c'est, d'une part, le caractère a-spatial de ce genre de relations; et, d'autre part, la

dimension essentiellement technologique de leur cadre organisationnel. Le fondement concret de la globalisation n'est, en effet, autre que la totalité des instruments technologiques, principalement informatiques, à la fois symboliques (softwares) et matériels (hardware, câble, fibre optique, satellites, etc..) qui enveloppent le monde en une véritable toile communicative et communicationnelle. Ce n'est pas par hasard que l'on confond souvent « nouvelles technologies de l'information et de la communication » et « nouvelles technologies » tout court. C'est que les TIC constituent, aujourd'hui, le centre névralgique et l'élément organisationnel central de nos sociétés. Or, les TIC c'est, avant tout, un ensemble de technologies sociales et subjectives fondées sur le principe de la vitesse, de la mobilité et de la médiatisation du réel. Ce qui, en plus de nous rappeler la question de la prédominance du temps sur l'espace, met en évidence la centralité des médias dans l'organisation sociale et politique de notre époque contemporaine et le monde global dans lequel nous évoluons.

Aussi sommes-nous obligés de repenser la communication et les radios communautaires en termes inédits. D'une part, il est désormais difficile de considérer la notion de communauté et de ses moyens de communication dans une perspective exclusivement spatiale et locale. D'autre part, il faut tenir compte du surgissement de communautés diasporiques et transnationales qui ne se reconnaissent plus dans un unique cadre social, politique et affectif. Enfin, il faut conjuguer ces deux précédentes constatations au fait essentiel et fondamental de la convergence des moyens de communication.

Par convergence, nous entendons la conformation en cours du monoposte unique et universel, où tous les dispositifs et applicatifs de communication que nous connaissons, doivent converger et se fondre. TV, radio, vidéo, ordinateur, téléphone, scanner, enregistreur, carte de crédit, etc. doivent intégrer le même appareil qui, en plus de cette demande de praticité, multiplicité et versatilité des fonctions, doit répondre à l'injonction contemporaine de mobilité et universalité.

Le prototype qui ressemble le plus, aujourd'hui, à cette description sommaire est, certainement le smartphone, la tablette ou un format intermédiaire; ce qui, d'ailleurs, n'a pas trop d'importance. Ce qui importe vraiment, en revanche, c'est de savoir que la technologie radiophonique telle que nous la connaissons, ne semble pas définitive et éternelle. La radio est, en fait, en train de se métamorphoser et, peut-être même, de se dématérialiser pour devenir une simple application dans un ensemble technologique plus large.

Récapitulons : LE (poste) radio doit se diluer dans le processus de convergence en cours. Mais pas LA radio (diffusion). La pratique radiophonique « production - consommation - circulation » doit continuer et même se renforcer en incorporant de nouvelles fonctionnalités; telles que texte, image et plus d'interactivité. Elle n'aura plus de forme définitive ou statique. Elle sera ce que l'utilisateur en fera. Comment sera, alors, la communication communautaire de demain? Nous ne le savons pas avec certitude. Mais, nous avons certainement beaucoup à apprendre avec les pratiques communicationnelles des migrants.

Les migrants sont de grands consommateurs de toute sorte de nouvelles techniques de communication. D'autant plus que ces moyens n'ont jamais été aussi banalisés, popularisés, démocratisés et incorporés dans la vie quotidienne. Phénomène contemporain qui ne doit pas être réduit à un quelconque détail instrumental, mais plutôt appréhendé en tant que mutation d'ordre cognitif, à même de modifier la perception du monde et du réel de la part de l'utilisateur de ces nouvelles technologies. Nous assistons, par ailleurs, à un fort développement des médias communautaires - parfois même segmentés, au sein des groupes de migrants. La transformation, cependant, ne se limite pas au nombre de supports de communication communautaire mais a trait aussi à son adéquation aux nouvelles technologies. En outre, cette véritable pléthore de médias communautaires est, très souvent, le fruit de volontarisme et d'initiatives personnelles d'individus isolés. Et non plus, comme c'était généralement le cas par le passé, le produit de décisions

institutionnelles prises par les instances représentatives du groupe. Le caractère (souvent) individuel de ces actions ne doit pas être perçu en tant que déclin ou affaiblissement de la communauté, mais plutôt comme une illustration du potentiel d'autonomisation (*empowerment*) politique et sociale du sujet communicant, inhérent aux nouvelles technologies. Auparavant, les médias communautaires étaient synonymes de journaux mal confectionnés, sans régularité et à la distribution restreinte, les choses ont pris une tournure radicale depuis qu'Internet, les communications en réseau et la connectivité totale et permanente se sont imposés en tant qu'habitus universel d'agrégation de la plupart des échanges sociaux médiatisés (dans le sens de recourir à des instances de médiation, en opposition aux contacts « immédiats » - sans médiation) et modèle hégémonique de conception, d'élaborations et de configuration de ces échanges.

Ce sont plusieurs millions de sites, blogs, bulletins en ligne, webradios et communautés virtuelles qui sont produits et/ou destinés au public migrant. Dans les faits, c'est la quasi-totalité du paysage communicationnel communautaire qui a migré vers la toile et l'a adoptée comme continuum d'action, centre de rayonnement ou d'irradiation et modèle d'énonciation. Ce qui l'intègre, dans la sphère médiatique transnationale et en fait, à ce titre, l'un des principaux supports de la transnationalité et du transnationalisme.

En vérité, la communication communautaire locale (si l'adjectif est encore pertinent) est déjà en train de vivre le même phénomène. Réappropriation des TIC par les usagers, initiatives individuelles, segmentation de l'audience, réverbération transnationale, etc. Réalité à double tranchant qui, en même temps qu'elle banalise les pratiques médiatiques communautaires, risque de faire diluer le lien spatial et territorial local de la communauté. Encore que l'adoption de partenariats sociaux transnationaux, rendus possibles grâce aux moyens et stratégies de communication communautaire locale - transnationale, soient un important vecteur de développement local et durable. Que cela soit dans les régions lointaines d'Amérique latine, d'Afrique ou d'Asie, ce genre d'initiatives est de plus en plus fréquent. Natifs, émigrés originaires de la même région et citoyens d'autres parties du monde impliqués dans l'effort de développement local, œuvrent et militent conjointement en faveur de causes qui, sans les médias transnationaux, n'auraient pas bénéficié de la même sympathie et du même engagement. La principale crainte, toutefois, est que la radiodiffusion communautaire en soi devienne obsolète. Nous avons constaté qu'au sein des favelas de Rio de Janeiro, l'écoute radiophonique locale n'occupe plus le centre des activités communicationnelles communautaires, du moins auprès des jeunes. Ce sont, aujourd'hui, les réseaux sociaux (Facebook et Orkut principalement) qui servent de plateformes de communication communautaire omniprésentes et quasi universelles. C'est à travers Internet que la population locale s'informe, se mobilise, s'organise, proteste ou exerce certaines formes de contrôle social sur ses membres, par le biais des bavardages en ligne notamment.

CONSIDÉRATIONS FINALES

Aussi, pouvons-nous conclure, au terme de ce parcours réflexif, que le monde dans lequel nous vivons connaît, actuellement, des mutations sociales, politiques et technologiques. Et c'est dans ce contexte-là que les notions de communauté, de communication communautaire, de radiophonie et de radios communautaires doivent être resituées afin d'en saisir la complexité. Comme nous l'avons vu, il ne peut y avoir de communauté sans de solides structures communicationnelles. Une communauté humaine c'est, d'abord, une communauté de sens. Mais la communication communautaire a, aussi, pour fonction l'imposition de la voix de la communauté dont elle émane dans la sphère publique où se joue la lutte pour le pouvoir symbolique. La communication communautaire, en tant que pratique, représente un large éventail de possibilités. Parmi ces modalités et formes de communication communautaire, les radios communautaires font,

certainement figure de proue. Elles ne sont pas le seul dispositif possible et imaginable pour la pratique communicative communautaire, mais elles en constituent, certainement, l'instrument idéal pour la réalisation des objectifs sociaux, subjectifs et politiques de la communication communautaire.

Or, les radios communautaires et les communautés elles-mêmes (au Brésil, mais certainement ailleurs aussi) se heurtent, aujourd'hui, à de nombreux défis: d'une part, les difficultés bureaucratiques et la menace de la numérisation et, d'autre part, la globalisation et la convergence des moyens de communication. Ainsi à partir de notre intention, qui distingue les fonctions des fonctionnalités des médias communautaires et si l'on admet les changements sociaux, politiques et technologiques avec sérénité, mais sans fatalisme, l'on doit envisager: a) de nouvelles formes d'organisation communautaire, à la fois locales et transnationales; b) des médias communautaires sans forme définie; c) des possibilités d'exercice de la citoyenneté au niveau global.

Sans délaisser ou renier leur forme actuelle et usages traditionnels, les radios communautaires doivent, afin de survivre et perdurer, anticiper ces changements, initier un mouvement d'essai vers toutes les technologies de communication existantes et utiliser de tous les supports informatiques possibles pour renforcer leur influence et conquérir des positions avantageuses sur l'échiquier social et politique.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

ABRACO : <http://www.abraconacional.org/>

AMARC - ALC (2010). Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual. Buenos Aires : AMARC.

BAUMAN, Zygmunt (2001). Comunidade. Rio de Janeiro : Zahar.

BURKE, Peter et BRIGGS, Asa (2002). Uma história social da mídia. São Paulo : Zahar.

ELHAJJI, Mohammed (2001). Da semiose ocidental hegemônica - globalização e convergência. Rio de Janeiro : Rhizoma.

HARVEY, David (1989). The condition of postmodernity. Oxford: Blackwell.

PAIVA, Raquel (2003). O espírito comum - comunidade, mídia e globalismo. Rio de Janeiro: Mauad.

PERUZZO, Cíclia M.K.; COGO, Denise; KAPLÚN, Gabriel (Orgs.) (2002). Comunicación y movimientos populares: ¿cuales redes? São Leopoldo: UNISINOS.

PERUZZO, Maria Cíclia Kruhling (2004). Vozes cidadãs: aspectos teóricos e análise de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina. São Paulo: Angellara.

TÖNNIES, Ferdinand (1947). Comunidad y sociedad. Buenos Aires: Losada. [1887].

NOTE(S)

(1) Getúlio Dorneles Vargas (19 avril 1882 - 24 août 1954) a conduit la Révolution de 1930 qui mit fin à la Vieille République. Il a mené une politique nationaliste, autoritaire et fascisante.

Du réseautage professionnel à la communauté virtuelle ? À propos de l'usage d'un réseau social en ligne

Article inédit, mis en ligne le 16 décembre 2013

Angeliki Koukoutsaki-Monnier

Angeliki Koukoutsaki-Monnier est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université de Haute-Alsace (Mulhouse). Elle est membre du Centre de recherches sur les médiations (CREM) et membre du comité de rédaction de la revue Questions de communication. Ses travaux portent sur la construction symbolique des identités collectives et le rôle des communications.

Plan

Introduction

Problématique et hypothèse : les enjeux d'un détournement d'usage

La communauté virtuelle en tant que réseau déterritorialisé : promesses et limites

Les affordances du dispositif ou comment la technique reconfigure la discussion

« Paroles ouvertes » en attente de réponse

Actes de langage : « Dire la Grèce »

Curation des contenus et construction identitaire du soi numérique

Les asymétries de la participation et les origines des discutants

Conclusion

Références bibliographiques

RESUME

Cet article met en évidence comment un site de réseautage professionnel appartenant à la catégorie des sites de médias sociaux est détourné de sa fonction principale pour être utilisé en tant que site de partage de contenus. Il porte sur un groupe d'expatriés grecs qui opère sur la plateforme professionnelle *LinkedIn*. Il montre que malgré son caractère professionnel, le groupe se construit autour du partage de contenus relatifs à la Grèce. Néanmoins, la création d'une dynamique communautaire doit être relativisée : celle-ci est entravée par la structuration « monologique » des interventions, la nature de ces dernières, ainsi que par le faible taux de participation.

Mots clés

Sites de médias sociaux, réseaux sociaux, réseautage, partage de contenu, *LinkedIn*, expatriés grecs.

ABSTRACT

From professional networking to virtual community? On the use of an online social media

This paper reveals how a social networking website is turned away from its main function in order to be used as a content sharing platform. It focuses on a *LinkedIn* group by Greek expatriates and shows that, despite its professional character, its members' activities lie in sharing news about Greece. However, an eventual creation of a dynamic community has to

be put into perspective: the latter is hampered by the monological structure of the discussions, their nature linked to data curation, as well as the low participation rate.

Key words

Social networking sites, social media, networking, content sharing, *LinkedIn*, Greek expatriates.

RESUMEN

Redes profesionales o comunidad virtual? Sobre el uso de la red social en línea

Este artículo pretende poner de manifiesto cómo una red profesional que pertenece a la categoría de sitios de medios sociales se desvíe de su función principal que se utilizará como sitio de intercambio de contenidos. Se centra en un grupo de griegos expatriados que opera en la plataforma profesional *LinkedIn*. Esto demuestra que a pesar de su carácter profesional, el grupo en torno a intercambio de contenidos relacionados con Grecia. Sin embargo, la creación de una dinámica de la comunidad se debe calificar: se ve obstaculizada por "monologale" intervenciones estructuración, la naturaleza de este último, y por la baja participación.

Palabras clave

Los sitios sociales los medios de comunicación, redes sociales, creación de redes, el intercambio de contenidos, *LinkedIn*, expatriados griegos.

INTRODUCTION

La présente recherche s'inscrit dans le sillage des travaux sur les usages des technologies de l'information et de la communication et notamment des « nouveaux médias » (Siapera, 2012). Elle interroge les modalités d'adoptions différenciées de ces outils, leurs enjeux et leurs limites. Elle met en évidence comment un site de réseautage professionnel appartenant à la catégorie des sites de médias sociaux (SMS) est détourné de sa fonction principale pour être utilisé en tant que site de partage de contenus.

L'article porte plus particulièrement sur un groupe d'expatriés grecs qui opère sur la plateforme professionnelle *LinkedIn*. L'objectif est de mettre en lumière les habits qui naissent au sein de cet espace en ligne, en tant que pratiques développées par les participants, sous-tendues par les prescriptions techniques et matérielles du dispositif. Il sera montré que malgré son caractère professionnel, le groupe se construit autour du partage de contenus relatifs à la Grèce. Néanmoins, la création d'une dynamique communautaire doit être relativisée : celle-ci est entravée par la structuration « monologale » des interventions, la nature de ces dernières, ainsi que par le faible taux de participation.

L'analyse s'appuie sur un corpus de 200 discussions du groupe, en grec et en anglais, recueillies en juin 2012. Ces dernières comptabilisent 975 actions (messages et approbations) engagées par 97 participants sur une période d'environ un mois. Leur traitement, manuel, a interrogé le déploiement des discussions (structuration des

échanges, actes de langage, référents), l'activité des intervenants (types et intensités d'engagement), ainsi que la localisation géographique de ces derniers.

Le groupe étant « fermé », non accessible à tous, je préfère, dans un souci de respect de la privacité de ses membres, ne pas donner l'intitulé exact ni fournir de citations de ses participants¹. En effet, Guillaume Latzko-Toth et Serge Proulx (2013, p. 41) signalent l'ambivalence du statut privé ou public des données récoltées sur les forums de discussion ; ils insistent sur l'importance de prendre en compte le fait que les discutants n'ont pas toujours conscience de s'exprimer en public ; ils rappellent enfin que la mise en visibilité soudaine d'un tel groupe au sein d'une thèse ou un article scientifique revient à « braquer un projecteur sur ce qui se trouvait dans la pénombre, voire l'obscurité » (ibid., p. 42).

PROBLEMATIQUE ET HYPOTHESE : LES ENJEUX D'UN DETOURNEMENT D'USAGE

Selon Danah Boyd et Nicole Ellison (2007), les sites de médias sociaux sont des services web qui permettent aux individus de construire un profil public ou semi-public au sein d'un système délimité, de connecter ce profil avec une liste de profils d'autres usagers, ainsi que de visualiser et naviguer au sein de cette liste et, selon les cas, au sein de ses différentes autres connexions. La nature et la nomenclature des connexions varient d'un site à l'autre. Pour Eugenia Siapera (2012, p. 202), les médias sociaux se réfèrent à un ensemble souvent hétérogène de sites qui utilisent la technologie à des fins d'interaction sociale et de génération de contenu émanant des usagers. Dominique Cardon (2008) propose de cartographier ces outils selon la façon dont les participants se rendent visibles les uns aux autres, entre « être » et « faire », « réel » et « simulation ». Thomas Stenger et Alexandre Coutant (2013) élaborent une autre approche pour classifier les médias sociaux. Sur la base d'une analyse dite sociotechnique, fondée sur les fonctionnalités offertes par les plateformes (« affordances ») et sur les pratiques effectives des utilisateurs (« arts de faire »), les auteurs élaborent une classification des sites de médias sociaux recourant à deux axes. Le premier effectue une différenciation suivant la motivation qui sous-tend l'usage : l'amitié versus l'intérêt. Le second révèle les différents types de données publiés : le soi (éléments biographiques, préférences, etc.) versus les contenus tiers (vidéos, news, etc.). Ainsi que les auteurs le soulignent, si tous les sites des médias sociaux peuvent trouver une place au sein de cette cartographie, leur position évolue avec le temps mais peut aussi dépendre, ainsi que Nikos Smyrniotis (2011) l'a également montré, des aires géoculturelles au sein desquelles ils sont utilisés.

LinkedIn est une plateforme à visée professionnelle, créée en 2003, qui fait partie de la catégorie que Thomas Stenger et Alexandre Coutant (2013) désignent avec le terme « sites de réseautage ». Les utilisateurs *LinkedIn* peuvent mettre en ligne leur CV, recevoir des offres d'emploi, recommander des collègues ou être recommandé par eux, échanger des messages privés, construire un réseau professionnel à travers des liaisons aux profils d'autres membres, intégrer des groupes de discussion et/ou d'intérêt. Depuis sa création, le design et les fonctionnalités de *LinkedIn* ne cessent d'évoluer visant à augmenter le temps passé sur le site et la palette des usages offerts. La possibilité de créer et d'animer des groupes de discussion et d'échange s'inscrit dans cette démarche.

.....

¹ L'intitulé du groupe a uniquement été fourni pour les relecteurs qui ont évalué l'article avant sa publication en ligne.

Le groupe qui nous intéresse ici a été mis en place le 21 novembre 2007, s'auto-désigne en tant que « groupe d'animation de réseau ». Son objectif, tel qu'il est affiché sur la page de présentation du groupe, serait de « relier les communautés grecques dans le monde et de faciliter la circulation des offres et d'opportunités de travail ». Le 4 février 2013, le groupe comptait 4993 membres. Les discussions au sein de cet espace sont fermées, ce qui signifie qu'elles ne sont pas visibles par les non-membres, et l'admission se fait sur demande auprès de son propriétaire (Grec expatrié à l'étranger). Trois administrateurs (deux situés en Grèce, le troisième à l'étranger) sont également signalés.

Mon hypothèse dans cette étude est que contrairement au double objectif affiché, celui de « relier les communautés grecques dans le monde et de faciliter la circulation des offres et d'opportunités de travail », la principale fonction du groupe n'est pas d'ordre professionnel. L'usage public qu'en font ses membres le fait glisser davantage vers ce que Thomas Stenger et Alexandre Coutant appellent « communautés virtuelles », à savoir des plateformes organisées autour d'un intérêt précis et dont la logique est celle de la publication de contenus tiers. Une telle hypothèse soulève inévitablement la question des enjeux de l'homophilie ethnique sur Internet et des limites de la déterritorialisation prônée par les analystes. Elle invite également à s'interroger sur le sens de la communauté virtuelle et celui des médias dits « sociaux », expressions dont l'usage semble souvent révéler davantage d'une idéologie sous-jacente que d'une réalité effective. Elle impose enfin une réflexion sur les dynamiques interactionnelles en ligne. Ces points, hétéroclites en apparence, s'avèrent importants pour la présente étude ; d'où la nécessité de s'attarder sur ceux-ci.

LA COMMUNAUTE VIRTUELLE EN TANT QUE RESEAU DETERRITORIALISE : PROMESSES ET LIMITES

Parmi les caractéristiques des médias sociaux, celle de l'homophilie est le plus souvent discutée (Siapera, 2012, p. 198). Elle désigne la tendance de ces dispositifs à mettre en contact des individus qui se ressemblent les uns aux autres, en termes de goûts, de convictions, de comportements, etc. et à donner naissance à des espaces « communautaires » virtuels basés sur ce que la sociométrie appelle « des liens faibles ». Il s'agit de rassemblements formés en ligne par des personnes qui ne se connaissent pas le plus souvent mais dont la mise en réseau permet une meilleure circulation de contenus (Mercklé, 2004, p. 47-49). Évidemment, ce type d'espace n'est pas propre aux sites de médias sociaux ; bien avant l'arrivée de ces derniers, plusieurs forums et autres plateformes participatives ont servi de support pour la négociation des identités collectives (Byrne, 2008). L'importance du réseau a également été soulignée par Serge Proulx et Guillaume Latzko-Toth (2000). En effet, pour ces derniers, le concept de communauté, entre sa vision essentialiste apportée par Ferdinand Tönnies (1887/1992) et l'approche constructiviste liée notamment à la pensée de Benedict Anderson (1983), devrait aujourd'hui être appréhendé en termes de réseaux sociaux plutôt qu'en termes de voisinage géographique. Pour parler des collectifs en ligne, les auteurs (ibid., p. 117) utilisent plutôt « la métaphore du point d'eau dans le désert » ou l'image du « "point de passage" [...], pôle d'attraction précaire où les individus de provenances diverses se "rencontrent" ».

La notion de déterritorialisation est davantage relevée par ceux qui travaillent sur les populations diasporiques (Dufoix, 2010 ; Mattelart, 2007). Arjun Appadurai (1996) parle d'ethnoscapes et de « nouveaux patriotismes », tandis que Benedict Anderson (1998, p. 58-74) s'interroge sur l'apparition des « nationalismes à distance ». Eugenia Siapera (2010) insiste sur la singularité de l'Internet et les capacités offertes par son interactivité.

Néanmoins, elle rappelle que l'engagement en ligne « relève plutôt du potentiel que de l'effectif ; même si la technologie fournit les moyens pour son accomplissement, les contenus réels que les gens publient en ligne peuvent ne pas être à la hauteur d'un processus délibératif » (ibid., p. 194). Allant encore plus loin, Robert Saunders (2011) souligne que la diversité d'opinions et d'information dans le cyberspace, la prédominance de l'anglais en tant que langue du web, l'infiltration de l'État mais aussi de la culture consumériste, ainsi que la difficulté de relier « dans la vraie vie » des compatriotes expatriés diminuent la force du nationalisme qui se développe en ligne. Ainsi que l'auteur le signale, « sauf si quelqu'un rentre dans le cyberspace avec un engagement précis en termes de promotion d'une nation, la structure même du web tend subtilement mais de façon systématique d'affaiblir les orientations nationalistes préexistantes » (ibid., p. 167).

Cette approche s'avère particulièrement pertinente, car elle réactive la question de la double médiation (Jouët, 1993, p. 101, 117) qui est inhérente aux outils informatisés : à la fois technique, dans sa manière à structurer la pratique, mais aussi sociale, en tant que « cadre de référence, [...] univers de motivations et de désirs qui insufflent sa dynamique à la pratique ». C'est au sein de ce cadre que la présente recherche est située. Celle-ci mettra en évidence comment un ensemble d'utilisateurs dans un contexte donné détourne la vocation principale d'un dispositif technique, en même temps que ce dernier, dans son sens foucauldien (Foucault, 1977), délimite le périmètre d'action de ceux-ci.

LES AFFORDANCES DU DISPOSITIF OU COMMENT LA TECHNIQUE RECONFIGURE LA DISCUSSION

Michel Marcoccia (2004) rappelle que l'analyse des forums de discussion en ligne consiste souvent à appliquer des méthodes et des concepts venant de l'étude de conversations de face-à-face. Cette pratique empêche de comprendre les spécificités de ces dispositifs techniques lorsqu'ils sont envisagés en tant que corpus de recherche. L'auteur souligne par exemple que contrairement aux conversations orales, les messages des forums sont archivés, du moins pendant une certaine période. Cela donne naissance à des situations de discussion asynchrones qui sont toujours ouvertes, dans la mesure où les interlocuteurs peuvent les réalimenter continuellement et à n'importe quel moment. Il s'agit d'un corpus « sans début ni fin [...] qui s'inscrit explicitement dans une histoire des échanges plus longue, [...] et qui se présente le plus souvent comme inachevé » (Marcoccia, 2004, p. 25). La possibilité d'intervenir au forum en réagissant à un message précédent (intervention réactive) ou en lançant un nouveau thème (intervention initiative) conduit au développement de multiples « fils de discussion » qui se développent de façon parallèle souvent indépendamment les uns aux autres. Cette multiplication de points de discours produit une dispersion thématique qui rend difficile, voire impossible, pour un seul locuteur d'avoir une lecture globale des échanges, notamment lorsque le nombre des messages archivés est important ; et cela malgré le fait que de nombreuses interventions initiatives ont une forte dimension « monologique » (Marcoccia, 2004, p. 30), dans la mesure où elles ne suscitent pas d'enchaînement, à savoir de réactions de la part des interlocuteurs. En ce sens, toutes les discussions au sein des groupes *LinkedIn* n'ont pas la même profondeur et elles ne sont pas construites dans un cadre temporel unifié.

L'absence de contexte paralinguistique s'avère un autre point qui distingue les discussions en CMO (communication médiatisée par ordinateur) des conversations de face-à-face. Le dispositif technique ralentit la spontanéité qui caractérise l'oral, en empêchant par exemple les coupures des phrases entre interlocuteurs ou les interventions parallèles – même si une certaine spontanéité d'ordre émotionnel ne se trouve pas complètement

évacuée, l'usage des icotypes (smileys) servant souvent à illustrer les états d'âme des locuteurs. Quant au graphisme de l'interface de la plateforme *LinkedIn*, il crée et impose ses propres règles de communication : les messages ne sont visibles qu'à travers leur début, l'ensemble d'un message long étant affiché uniquement lorsque – et si – l'internaute clique dessus ; les liens URL sont signalés graphiquement, les messages les plus récents défilent sur la première page accentuant par là l'impression d'un flux sans début ni fin, le choix de l'administrateur figure à gauche. L'organisation de la page-écran rappelle quant à elle la hiérarchisation instaurée entre interventions initiatives, qui figurent en haut de la page, et interventions réactives qui suivent plus bas bien qu'étant plus récentes.

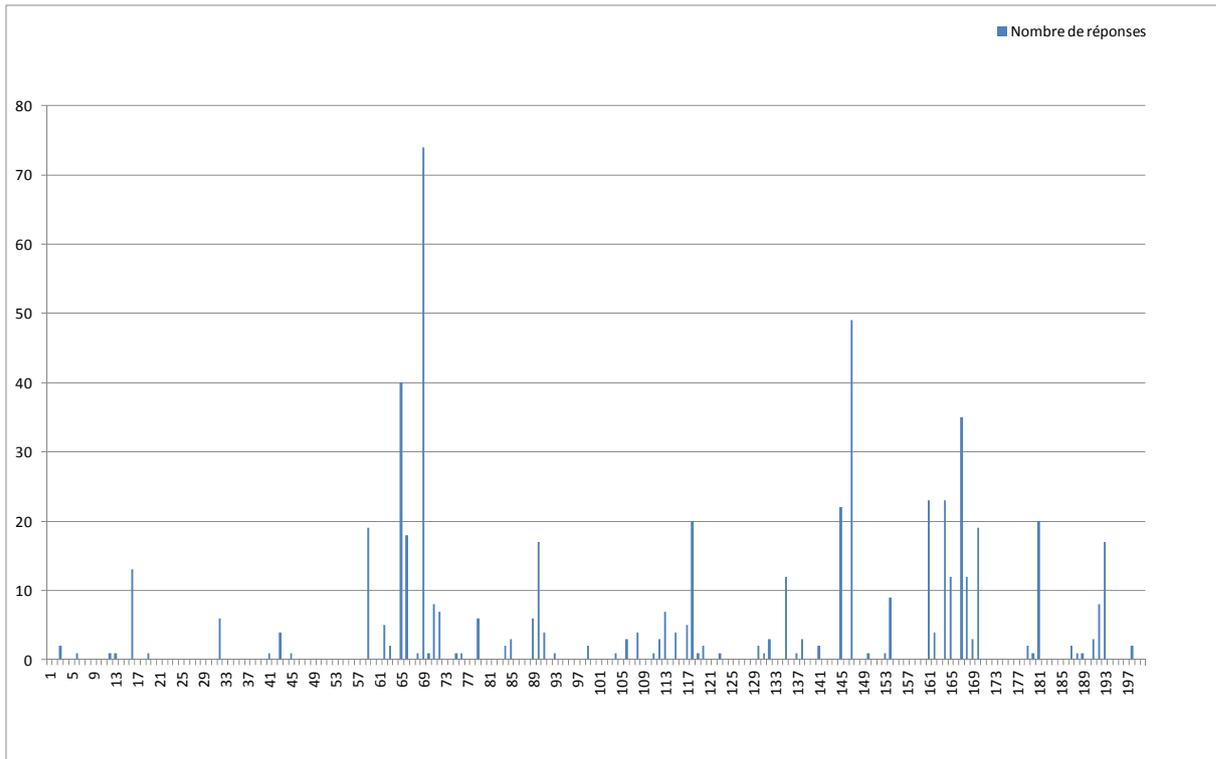
Comme dans une situation de face-à-face en revanche, une discussion en ligne peut impliquer différents types d'intervenants. Erving Goffman (1987, p. 15) distingue les participants ratifiés des locuteurs non ratifiés « qui ne font qu'entendre, par inadvertance ou non, qu'on les y ait ou non encouragés ». Dans la réalité du dispositif technique qui nous intéresse ici (tableau 1), les rôles peuvent être davantage nuancés selon le degré d'engagement des participants. On peut, dans un premier temps, distinguer les locuteurs qui s'engagent dans la plateforme en position initiative ou réactive. On considère l'engagement des derniers fort, tandis que celui des premiers, très fort, dans la mesure où « les déclarations provoquent [tandis que] les réponses sont provoquées (Goffman, *ibid.*, p. 57). Il y a ensuite ceux qui se contentent d'intervenir dans le débat pour exprimer une approbation par rapport à ce qui a été dit en cliquant sur le bouton « j'aime ». Si « ces encouragements pourraient compter comme tours de parole [...] il est clair que leurs auteurs n'occupent pas ce faisant la scène, qu'ils ne deviennent pas des locuteurs ratifiés » (*ibid.*, p. 35). On parlera ici d'un engagement moyen. Cela est davantage vrai pour la quatrième catégorie de participants, les témoins. Ceux-ci, en tant que membres inscrits du groupe, ont la possibilité de suivre les échanges mais sans laisser de traces apparentes des messages qu'ils ont consultés. Leur engagement est faible. En ce qui concerne les groupes dits « ouverts », dont les discussions sont accessibles par n'importe quel internaute sans qu'il soit membre du groupe, les participants-témoins, impossibles à identifier, ont un engagement très faible. Signalons enfin, qu'au sein de la plateforme *LinkedIn*, les intervenants ont également la possibilité de « signaler » un message comme « publicité », « offre-emploi » (des rubriques spéciales sont réservées pour ces types de contenu) ou « inapproprié », ou rendre le suivi d'un fil de discussion automatique. Néanmoins, ces dernières actions, d'ordre plutôt métalinguistique et qui témoignent d'un engagement très fort, sont rares. Les discutants interviennent moins sur la gestion des messages – les administrateurs sont censés veiller à la bonne conduite des membres du groupe – et se concentrent davantage sur les contenus véhiculés.

Tableau 1. Types d'intervenants dans les groupes de discussion LinkedIn et degrés d'engagement

Types d'intervenants dans les groupes de discussion en ligne	Degré d'engagement pris
Locuteurs-gestionnaires des messages (rares)	Engagement très fort
Locuteurs en position initiative	Engagement très fort
Locuteurs en position réactive	Engagement fort
Locuteurs exprimant une approbation	Engagement moyen
Témoins-membres du groupe	Engagement faible
Témoins-membres de la plateforme (pour les groupes ouverts)	Engagement très faible

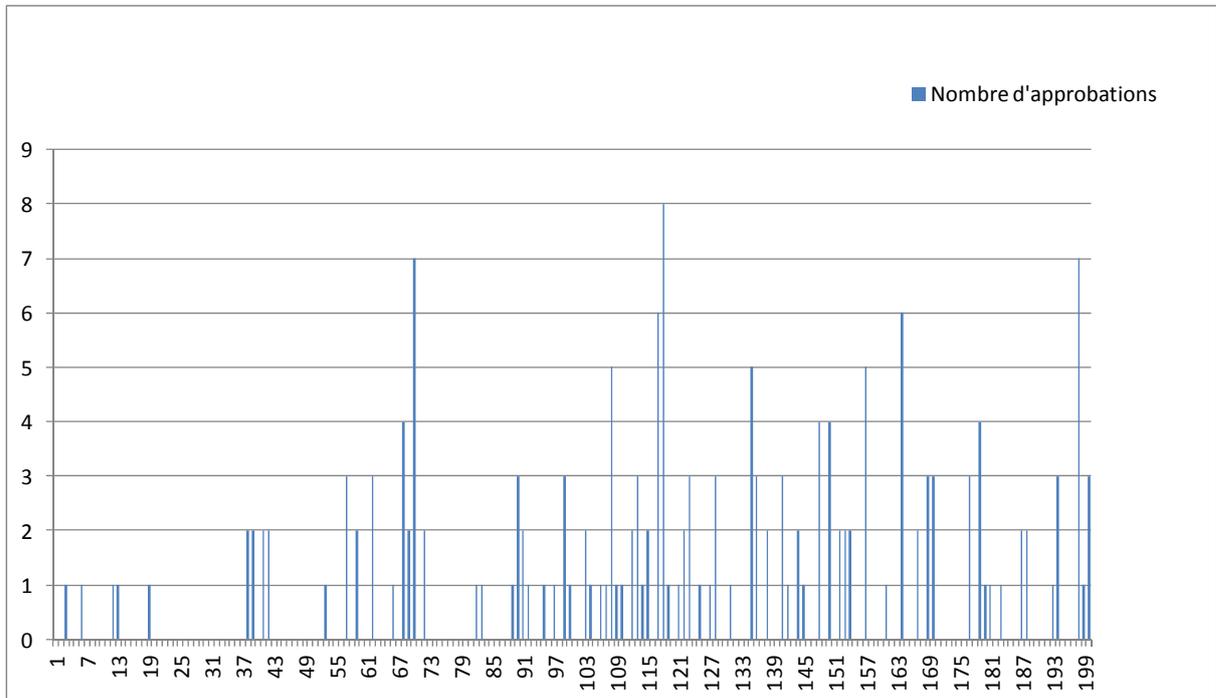
« PAROLES OUVERTES » EN ATTENTE DE REPONSE

Les 200 interventions initiatives du corpus recueilli pour la présente recherche ont donné naissance à 595 commentaires-messages et 180 approbations (« J'aime »), comptabilisant au total 775 interventions réactives (ce qui amène à un total de 975 actions, si on ajoute les 200 interventions initiatives). Cela correspond en moyenne à 4 réactions par intervention initiative. Cependant, en dehors des calculs moyens, la réalité est différente : 68 lançements de discussion n'ont pas été développés, tandis que 28 interventions initiatives n'ont été accompagnées que de quelques approbations, ce qui signifie que presque la moitié des interventions initiatives (96 sur 200) est resté sans réponse explicite. Pouvant difficilement être considérées comme des discussions dans la mesure où il n'y a pas d'échange, ces dernières constituent plutôt des « paroles ouvertes » (Goffman, 1987, p. 68) donnant la possibilité, mais pas l'obligation d'entamer une conversation. Le graphique 1 illustre la répartition des échanges et met en lumière le déséquilibre entre fils de discussion longs (jusqu'à 74 interventions réactives pour le fils de discussion n° 69, manifestées sur une période de 9 jours) et d'autres peu ou pas du tout développés.



Graphique 1. Le développement des fils de discussion selon le nombre réponses-commentaires (interventions réactives). En abscisse, les fils de discussion ; en ordonnée, le nombre des réponses-commentaires.

Le graphique des approbations (graphique 2) se révèle quant à lui plus dense mais moins profond. Si sa structure témoigne d'une certaine facilité des participants à exprimer des approbations, elle montre en même temps que les échanges de paroles demeurent le canal principal pour les membres lorsqu'ils éprouvent le besoin de participer à une discussion qui les interpelle.



Graphique 2. Le développement des fils de discussion selon le nombre d'approbations (« j'aime »).
En abscisse, les fils de discussion ; en ordonnée, le nombre des approbations.

Si la « réussite d'un acte de langage » (Trognon, 1993, p. 98) est liée à la suite que les locuteurs donnent à ce dernier, cette répartition inégale fournit un premier élément de réponse à propos de l'usage que font les usagers de la plateforme. La composition des interventions en tant qu'actes de langage en offre un autre.

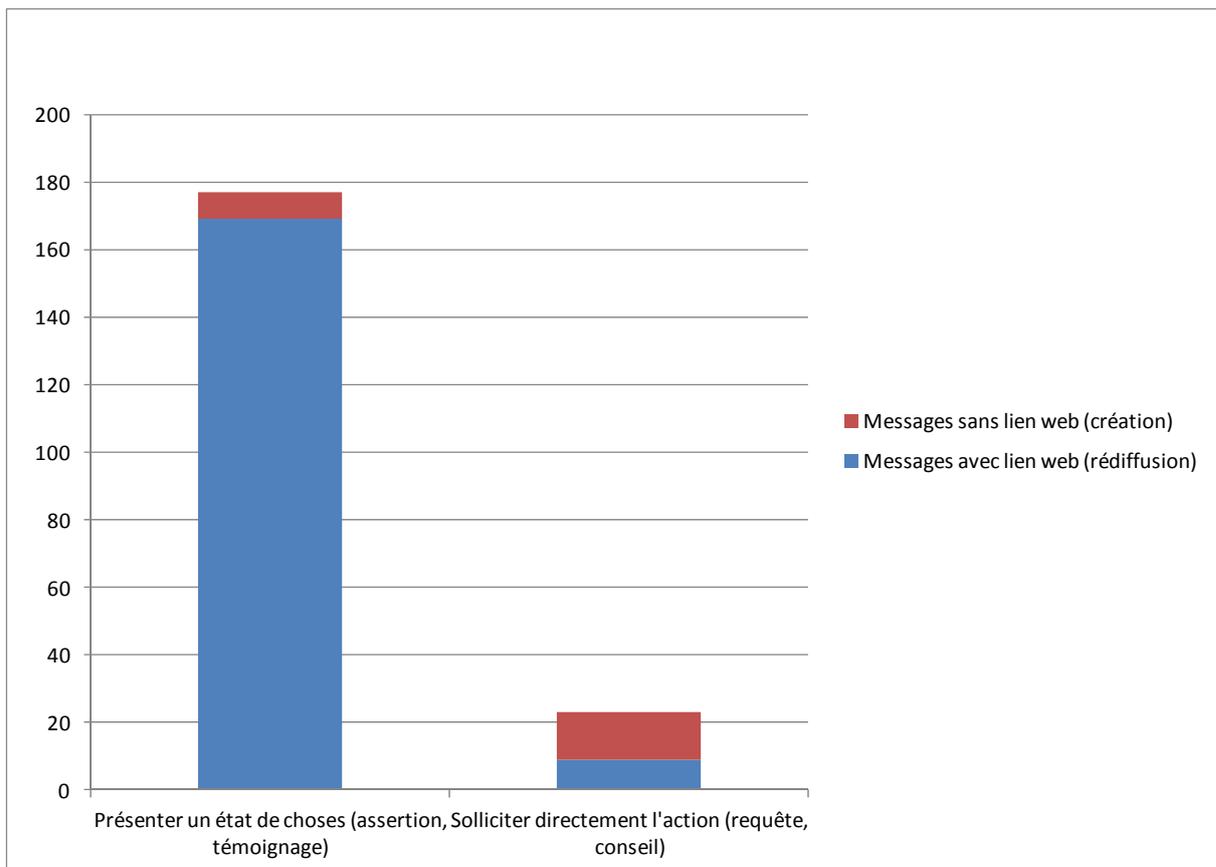
ACTES DE LANGAGE : « DIRE LA GRECE »

La composition d'un acte de langage se trouve déterminée par la direction d'ajustement de l'acte, c'est-à-dire la relation que ce dernier entretient avec le monde (Trognon, 1993, p. 95). Ainsi que le montre Daniel Vanderveken (1988, p. 108) :

« Lors de l'accomplissement d'un acte de discours [...], le locuteur exprime en général le contenu propositionnel avec l'intention qu'une correspondance soit établie entre le langage et le monde suivant une certaine direction d'ajustement. Si le locuteur fait une assertion ou un témoignage, le but de son énonciation est de représenter comme actuel un état de choses et le contenu propositionnel de l'acte de discours est censé correspondre à un état de choses existant [...]. De telles énonciations ont la direction d'ajustement des mots aux choses (ou du langage au monde). Par contre, si le locuteur fait une requête ou donne un conseil, le but de son énonciation n'est pas de dire comment les choses sont dans le monde mais bien plutôt de transformer le monde par l'action future de l'allocutaire de telle sorte qu'il s'ajuste au contenu propositionnel. De telles énonciations ont la direction d'ajustement des choses aux mots (ou du monde au langage) ».

Cette distinction se heurte certes à la question de la sollicitation sous-jacente propre à tout acte langagier (Kerbrat-Orecchioni, 2008). Corrélativement, elle pose le problème de l'étendue de l'acte de langage ; car, pour la plupart des actes conversationnels, leur réalisation ne coïncide pas avec l'unité-phrase, qui est généralement de niveau inférieur. Néanmoins, si on envisage l'ensemble de l'intervention en tant que « macro-acte » dans sa

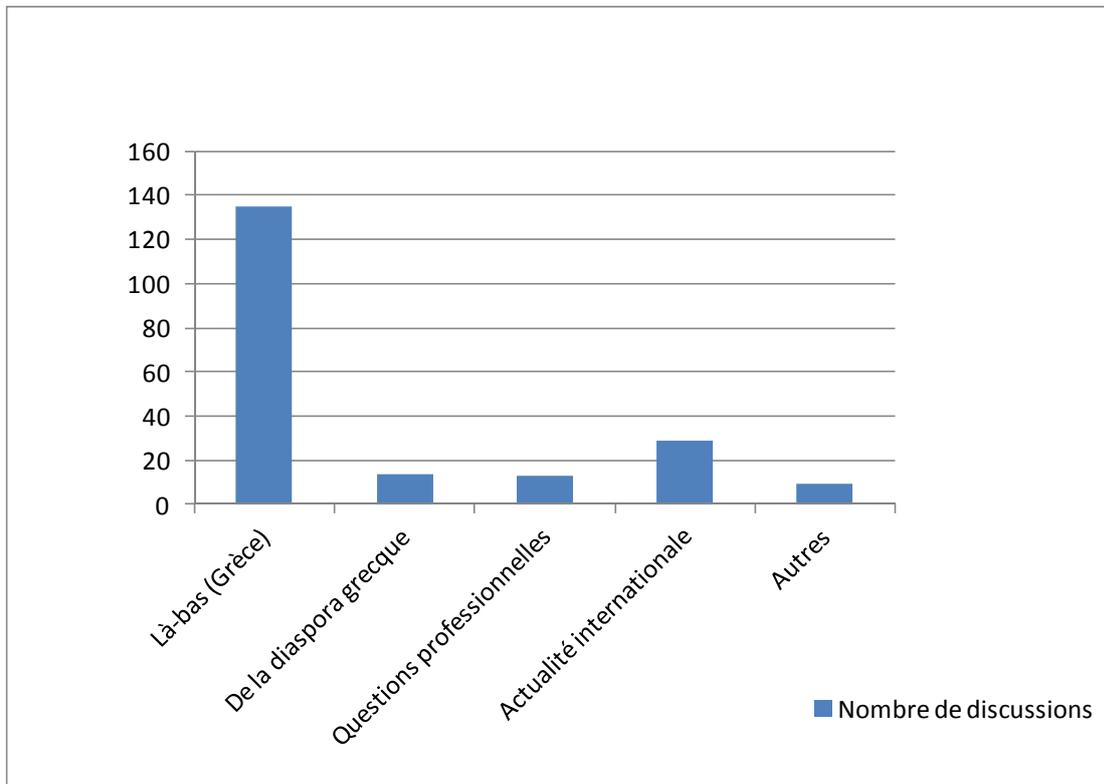
dimension pragmatique (Van Dijk, 1977), cette classification s'avère particulièrement pertinente pour mieux comprendre la nature des actes de langage opérés au sein de la plateforme numérique étudiée ici. Ainsi que le graphique 3 l'illustre, la majorité des interventions initiées par les membres du groupe, à savoir 177 sur 200, sont d'ordre déclaratif. Elles consistent à présenter un état de choses : les intervenants rédigent un commentaire, en grec ou en anglais, à propos d'un sujet d'actualité (création d'un texte original) ou bien, ce qui est beaucoup plus fréquent, ils publient un lien vers un article de presse, une vidéo, etc. (rediffusion d'un texte déjà existant).



Graphique 3. Les interventions initiatives en tant qu'actes de langage. En abscisse, deux actes de langage : présenter un état de choses, solliciter directement l'action ; en ordonnée, le nombre d'interventions.

À ce titre, il est important de noter la dominance de la rediffusion des contenus en tant qu'activité principale des discutants : 169 interventions initiatives relèvent de ce que les professionnels du web appellent « la curation des données » qui consiste à partager sur le web des contenus (textes, images, vidéos, etc.) jugés intéressants – bien que les intervenants soient parfois amenés à commenter en quelques mots le lien qu'ils publient. Parmi les sites les plus sollicités figurent les portails d'information et les médias en ligne, ainsi que quelques plateformes collaboratives : ekathimerini.com (journal grec en ligne), eu.greekreporter.com, bbc.co.uk, youtube.com, etc. Il s'agit majoritairement de références extérieures, souvent en anglais, qui portent essentiellement sur la Grèce (graphique 4), et

sont le plus souvent en lien avec la crise grecque : actualités concernant les plans de sauvetage financier du pays, analyses des causes de la crise, commentaires sur les effets de cette dernière, manifestations de soutien au pays ou, au contraire, prises de distances, etc. Seules deux interventions initiales relèvent du domaine professionnel (promotion de son activité professionnelle en lien avec l'expatriation).



Graphique 4. Les référents des discussions.

CURATION DES CONTENUS ET CONSTRUCTION IDENTITAIRE DU SOI NUMERIQUE

La curation de contenus relève d'un processus de circulation de l'information qui fait partie de l'acte communicationnel (Charaudeau, 2005, p. 23), si l'on tient compte que, « dans la réalité, nous communiquons le plus souvent en ayant le désir d'informer l'autre » (Sacriste, 2007, p. 33). Jadis réservée aux groupes légitimes de professionnels ou des experts, aux gate-keepers de l'information, cette pratique de médiation s'inscrit dans « un mouvement de diffusion et d'élargissement des savoirs et des compétences » (Flichy, 2010, p. 88), propre aux sociétés de l'ère numérique :

« Empruntée au monde de l'art contemporain, la figure du “conservateur” devenu “commissaire d'exposition” puis “curateur” (curator) est donc désormais appelée à qualifier le fait que les internautes font des choix, éditent des liens, les ordonnent et les diffusent. Le vocable a pris son essor aux États-Unis au printemps dernier, avant d'être relayé sur le blog de Robert Scoble. Il n'était cependant pas nécessaire d'attendre le terme de curation pour que la pratique de l'éditorialisation des contenus et des liens soit une habitude déjà ancienne des internautes. L'abonnement à des flux RSS, le partage de playlist, de bookmarks ou de liens constituaient en effet déjà le centre de gravité de beaucoup de plateformes, comme Delicious ou Twitter. Mais en donnant à ces pratiques

multiples et hétéroclites un nom clinquant et en développant des services spécifiquement dédiés à cette fonction (Pearltrees, ScoopIt, Paper.ly, Storify, Curated.by), les promoteurs de la curation mettent en avant des questions importantes sur la transformation des usages du web et sur la place qu'y occupent les nouvelles métriques de l'information » (Cardon, 2011).

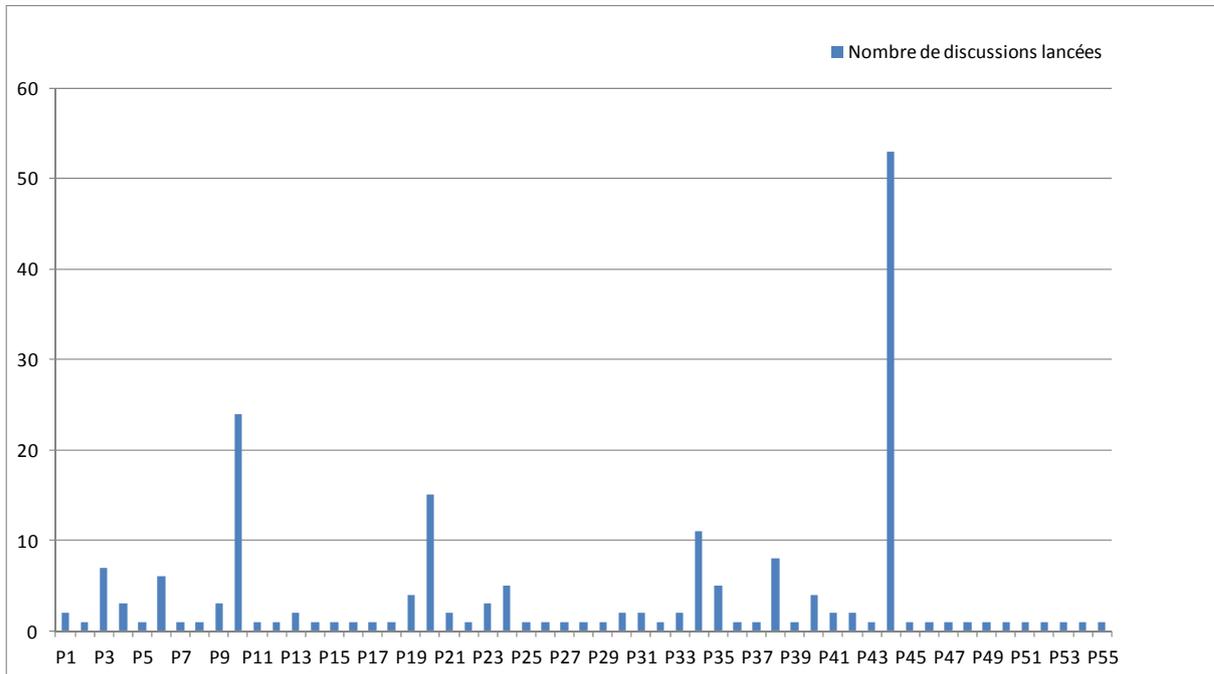
La curation soulève au moins deux questions : celle du statut de l'auteur/éditeur, en tant que personne qui sélectionne et diffuse l'information médiatique parfois en rajoutant ses propres commentaires ; celle de la transformation des discours, résultat de la recontextualisation de ces derniers et des cadrages d'interprétation éventuellement apportés. Il s'agit en ce sens d'une création « seconde » (Flichy, 2010, p. 13), qui s'appuie sur des contenus existants, et qui rappelle le braconnage de la consommation médiatique dont parlait Michel de Certeau (1980). En tant que médiation de l'information, elle est nommée « sociale » car elle se distingue, du moins partialement, des processus algorithmiques que mettent en place des info-médiateurs comme Google (Smyrnaiois, 2012). En termes économiques, elle constitue la réponse des médias contemporains à la cherté de production de contenus originaux, déjà pointée par les experts de l'audiovisuel dès les années 90, mais soulève aussi la question des pouvoirs et des conflits entre producteurs de contenu (sites d'édition) et info-médiateurs (plateformes numériques qui promeuvent, sous forme de propagation virale, la diffusion de contenus tiers). Même si elle élargit les espaces publics traditionnels, elle doit être comprise « comme étant partie prenante du travail expressif que font les internautes pour construire leur singularité numérique » (Cardon, 2011). C'est le processus de construction identitaire qui se trouve au centre de cette production collective de sens, à une époque où « l'identité prend en effet la place des autres systèmes d'inscription, d'organisation et de régulation pour servir de support, de balise et de cadre aux échanges dans l'espace et le temps » (Merzeau, 2012).

En ce qui concerne le dispositif étudié ici, la pratique de la participation indique davantage une volonté de partage d'un contenu existant (article de presse, vidéo, etc.) dans le but de donner sens à l'actualité, dénoncer un discours institutionnel, etc. Elle semble se fonder sur le plaisir d'échange et la valorisation qui en découle pour l'utilisateur tant sur le plan social qu'en matière d'image. Elle présuppose une activité de veille et de collecte des informations (Flichy, 2010, p. 57) qui semble consolider la thèse de ceux qui rêvaient d'une intelligence collective en ligne. Ainsi que Merzeau (2012) le souligne : « on le sait, la proportion de contenus véritablement produits par les utilisateurs reste globalement très faible ». Mais qui sont alors ces « curateurs », membres du groupe ?

LES ASYMETRIES DE LA PARTICIPATION ET LES ORIGINES DES DISCUTANTS

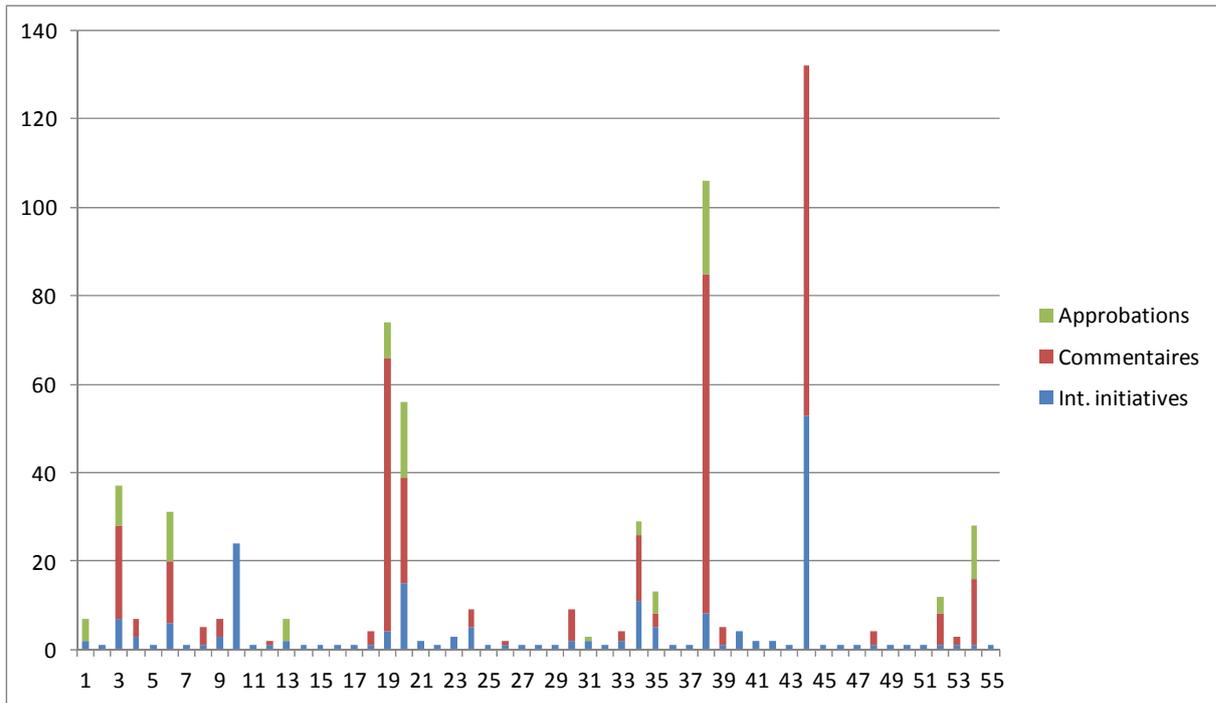
De la « communication à deux étapes » à la « spirale du silence », nombreux sont les chercheurs qui se sont penchés sur les asymétries que les processus de communication contextualisée engendrent au sein d'un groupe. Si la question du rôle – traduit en termes de pouvoir – des leaders d'opinion est sous-jacente de manière explicite ou implicite à ce type de recherches, la démarche adoptée ici ne permet pas d'apporter d'éléments de réponse quant à l'impact de la participation ; mais la mise en lumière de ses asymétries s'avère indispensable pour comprendre le fonctionnement du dispositif étudié. Il est ainsi à noter que les 200 interventions initiatives qui composent le corpus ont été lancées seulement par 55 participants (pour un groupe qui comptait déjà presque 3000 membres au moment de l'enquête) et de façon assez inégale, ainsi que l'illustre le graphique 5 : un seul discutant (participant n° 44) a atteint 53 interventions initiatives, un deuxième en a

effectué 24 (participant n° 10), tandis que la majorité (33 participants sur 55) s'est contentée d'une seule.



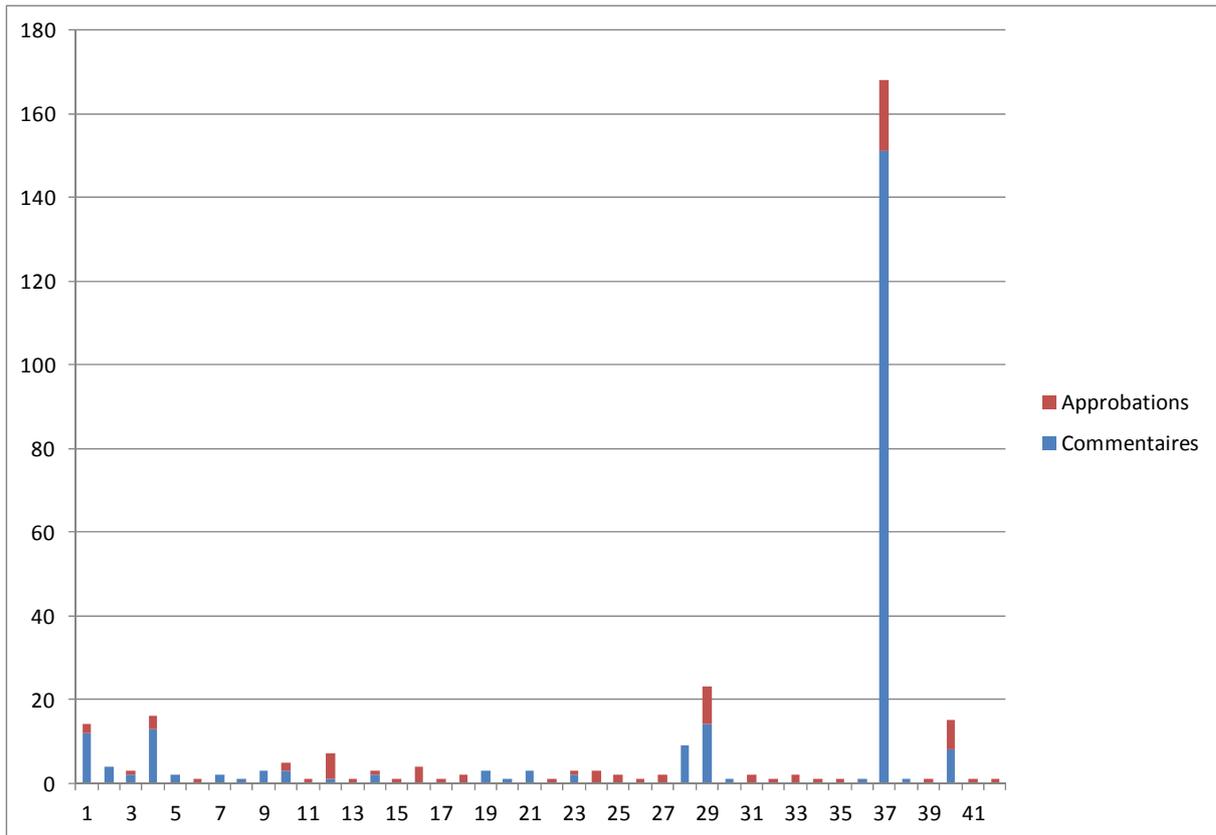
Graphique 5. Nombre de discussions initiées par participant. En abscisse, les participants ; en ordonnée, le nombre des discussions initiées.

L'adhésion à un groupe de discussion ne s'accompagne pas nécessairement par une participation effective. Avec la démultiplication récente des dispositifs de réseaux sociaux, le nombre des comptes inactifs a également augmenté. Derek Hansen, Ben Schneiderman et Marc A. Smith (2011, p. 129) montrent l'existence d'un modèle récurrent de participation (pattern of participation) au sein des groupes de discussion en ligne, avec un noyau de quelques membres contribuant à la majorité du contenu proposé, quelques membres périphériques intervenant de façon irrégulière et un grand nombre de « consommateurs passifs » (lurkers) lisant les discussions sans y participer. Ces asymétries en matière de fréquence de participation deviennent encore plus flagrantes lorsque l'on regarde l'origine de l'ensemble des activités (interventions initiatives, interventions réactives sous forme de réponses-commentaires et approbations) qui composent le corpus étudié (graphique 6). Parmi ceux qui lancent un fil de discussion, le rôle très important du participant n° 44 semble incontestable ; ce dernier n'est pas uniquement un « lanceur » très fréquent, mais aussi un discutant impliqué qui poste souvent des commentaires sans recourir aux simples approbations. Le rôle important du participant n° 38 – qui est, signalons-le, l'un des gérants-administrateurs de ce groupe – est aussi à noter : avec moins d'interventions initiatives, il participe beaucoup aux discussions et exprime de temps en temps ses approbations aux contenus postés. Son activité est, dans ce sens, sous-tendue par son statut et constitue un cas à part : les administrateurs des conversations en ligne ayant pour rôle d'encourager la participation et de stimuler les débats, ils sont souvent parmi les membres les plus actifs d'un groupe (Hansen, Schneiderman, Smith, 2011, p. 136).



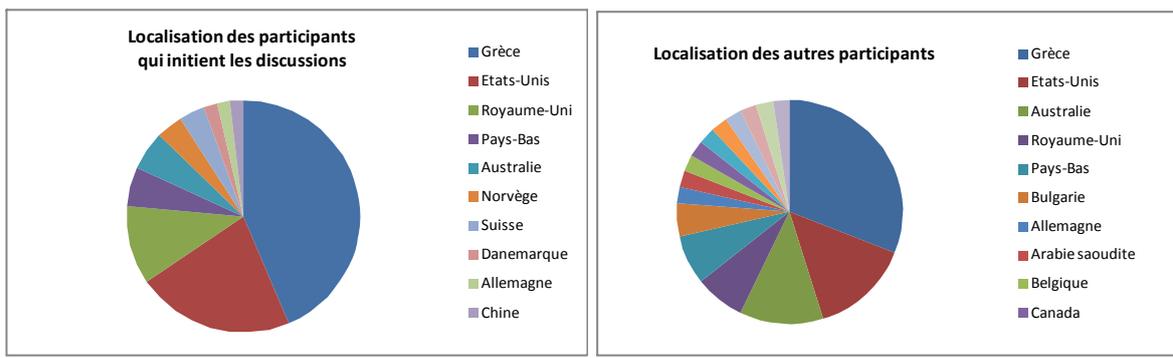
Graphique 6. L'activité des « lanceurs » de discussions : interventions initiales, réponses-commentaires, approbations. En abscisse, les participants ; en ordonnée, le nombre des posts par catégorie.

Néanmoins, le groupe ne fonctionne pas uniquement grâce à ceux qui initient les discussions. Le graphique 7 montre l'activité de ceux qui s'engagent aux débats sans les provoquer. Leur intérêt à participer aux discussions s'avèrerait moins fort. En effet, si leur nombre (42) avoisine celui des « lanceurs » (55), leur activité globale est réduite sur le plan quantitatif : ils comptabilisent 318 posts, ce qui confirme leur rôle plus annexe au sein du groupe (dont le nombre total d'actions s'élève, rappelons-le à 975).



Graphique 7. L'activité des « non-lanceurs » de discussions : réponses-commentaires, approbations. En abscisse, les participants ; en ordonnée, le nombre des posts par catégorie.

Qui sont ces participants qui font vivre le groupe ? D'où viennent-ils ? Un bref calcul révèle que 78% de ceux-ci sont des hommes (47 sur 55 pour les lanceurs de discussion et 30 sur 44 pour les autres), cadres supérieurs dans leur majorité selon les éléments fournis sur la plateforme. Presque la moitié de ceux qui initient les discussions affichent une localisation en Grèce (graphique 8). Le monde anglo-saxon, notamment les États-Unis, connu pour son nombre élevé de migrants grecs (Clogg, 1999), occupe aussi une place relativement significative. Quant à ceux qui se contentent de participer sans initier de discussions (graphique 9), leur répartition en termes d'origine est un peu plus diversifiée, mais la place occupée par les locuteurs affichant une localisation en Grèce reste importante.



Graphiques 8 et 9. La localisation géographique des participants

Notre approche ne permet pas de savoir dans quelle mesure les discutants localisés en Grèce peuvent être considérés en tant que membres du groupe ni les raisons pour lesquelles ils participent à celui-ci. À l'ère des mobilités accrues des populations, réelles voire virtuelles, le sens même de la localisation, en tant que territorialisation des activités des individus, apparaît problématique (Mattelart, 2007). Il semblerait néanmoins que la dynamique du groupe est dans une grande partie portée par des Grecs de Grèce. On peut certainement supposer que certains discutants se connaissent déjà et se fréquentent « dans la vraie vie », ce qui est courant dans ce type d'interactions (Cardon, 2011). Néanmoins, le contenu et les modalités d'échanges (modes d'adresse, etc.), sujet qui dépasse la portée de cet article, empêchent toute généralisation dans cette direction.

CONCLUSION

Malgré son inscription au sein d'une plateforme de réseautage professionnel et sa promesse de « relier les communautés grecques dans le monde et de faciliter la circulation des offres et d'opportunités de travail », le groupe d'expatriés grecs que nous avons étudié dans cet article opère fondamentalement comme un groupe de partage de contenus. Ces derniers portent presque exclusivement sur la Grèce et sont souvent initiés par des discutants localisés en Grèce. Le contexte de la crise profonde et très médiatisée que traverse le pays depuis 2010 doit certainement être pris en considération pour comprendre cet usage que l'on pourrait qualifier de, du moins partiellement, détourné. Néanmoins, même si le regard du groupe reste fixé sur la Grèce, les dynamiques qui se développent au sein de ce dernier semble loin de valider la consolidation d'une dynamique communautaire d'ordre nationaliste. Cela est dû à la fois aux caractéristiques techniques du dispositif qui structurent les discussions tout en les fragmentant, mais aussi aux modalités de participation des membres : beaucoup de curation, peu d'interaction, faible participation. Le développement de dynamiques sociales au sein de ces espaces fait partie de possibilités ouvertes aux usagers mais il n'est pas inhérent aux dispositifs.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Anderson, Benedict (1983), *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, London : Verso.
- Anderson, Benedict (1998), *The Spectre of Comparisons. Nationalism, Southeast Asia and the World*, London : Verso.
- Appadurai, Arjun (1996). *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis : University of Minnesota Press.
- Boyd, Danah M., Ellison Nicole B. (2007), « Social Network Sites : Definition, History, and Scholarship », *Journal of Computer-Mediated Communication*, n° 13(1), [en ligne] <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>.
- Byrne, Dana N. (2008), « The Future of (the) "Race". Identity, Discourse and the Rise of Computer-mediated Public Spheres » (p. 15-38), in Everett, Anna (dir.), *Learning Race and Ethnicity. Youth and Digital Media*, Cambridge, MA : MIT Press.

Cardon, Dominique (2008), « Le design de la visibilité□: Un essai de typologie du Web 2.0. », Internet Actu.net, [en ligne] <http://www.internetactu.net/2008/02/01/le-design-de-la-visibilite-un-essai-de-typologie-du-web-20/>.

Cardon, Dominique (2011), « Tous éditeurs□? Les promesses incertaines de la “curation” », Le blog de la culture et du numérique, Ministère de la culture et de la communication, [en ligne] <http://cblog.culture.fr/2011/04/26/tous-editeurs-les-promesses-incertaines-de-la-%C2%AB%C2%A0curation%C2%A0%C2%BB>

Charaudeau, Patrick (2005), *Les médias et l'information*, Paris : INA/De Boeck.

De Certeau, Michel (1980), *L'invention du quotidien. Les arts de faire*, Paris : Gallimard.

Dufoix, Stéphane (2010), « Un pont par-dessus la porte. Extraterritorialisation et transétatisation des identifications nationales » (p. 15-57), in Dufoix, Stéphane ; Guerassimoff, Carine ; De Tinguy, Anne (dir.), *Loin des yeux, près du cœur. Les États et leurs expatriés*, Paris : Les Presses Sciences Po.

Flichy, Patrice (2010), *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris : Éd. du Seuil/La République des Idées.

Foucault, Michel (1977), *Dits et écrits. T. II.*, Paris : Gallimard.

Clogg, Richard (éd.) (1999), *The Greek Diaspora in the Twentieth Century*, New York : Palgrave.

Goffman, Erving (1987), *Façons de parler*, traduit de l'anglais par Alain Kihm, Paris : Éd. de Minuit (éd. orig. 1981).

Hansen, Derek, Ben Schneiderman, Marc A. Smith (2011), *Analyzing Social Media Networks with NodeXL. Insights from a Connected World*, Burlington : Elsevier Inc.

Jouët, Josiane (1993), « Pratiques de communication et figures de médiation », *Réseaux*, n° 11(60), p. 99–120.

Kerbrat-Orecchioni, Catherine (2008), *Les actes de langage dans le discours. Théories et fonctionnement*, Paris : Armand Colin.

Latzko-Toth, Guillaume, Serge Proulx (2013), « Enjeux éthiques de la recherche sur le Web » (p. 32-48), in Barats Christine (éd.), *Manuel d'analyse du Web*, Paris : Armand Colin.

Marcoccia, Michel (2004), « L'analyse conversationnelle des forums de discussion. Questionnements méthodologiques », *Les Carnets du Cediscor*, n° 8, p. 23-37, [en ligne] <http://cediscor.revues.org/220>

Mattelart, Tristan (éd.) (2007), *Médias, migrations et cultures transnationales*, Paris : De Boeck.

Mercklé, Pierre (2004), *Sociologie des réseaux sociaux*, Paris : Éd. La Découverte.

Merzeau, Louise (2012), « La médiation identitaire », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 1, [en ligne] <http://rfsic.revues.org/193>

Proulx, Serge, Latzko-Toth Guillaume (2000), « La virtualité comme catégorie pour penser le social. L'usage de la notion de communauté virtuelle », *Sociologie et sociétés*, n° 32 (2), p. 99-122, [en ligne] <http://www.erudit.org/revue/socsoc/2000/v32/n2/001598ar.pdf>

Sacriste, Valérie (2007), *Communication et médias. Sociologie de l'espace médiatique*, Paris : Éd. Fourcher.

Saunders, Robert (2011), *Ethnopolitics in Cyberspace. The Internet, Minority Nationalism and the Web of Identity*, Lanham MD : Lexington Books.

- Siapera, Eugenia (2012), *Understanding New Media*, London : Sage Publications.
- Smyrnaioi, Nikos (2011), « Social Networks. A Reflection of Cultural Differences? », Inaglobal.fr, [en ligne] <http://www.inaglobal.fr/en/digital-tech/article/social-networks-reflection-cultural-differences>.
- Smyrnaioi, Nikos (2012), « How does News Infomediation operate Online? The Examples of Google and Facebook », Communication à la World Media Economics and Management Conference, Thessaloniki, 23-27 mai.
- Stenger, Thomas, Coutant Alexandre (2013), « Médias sociaux : clarification et cartographie. Pour une approche sociotechnique », *Décisions Marketing*, n° 70 (à paraître).
- Tönnies, Ferdinand (1887), « Communauté et société » (p. 195-211), in Van Meter, Karl (dir.), *La sociologie*, Paris : Larousse.
- Trognon, Alain (1993), « La négociation du sens dans l'interaction » (p. 91-120), in Halté, Jean-François (dir.), *L'interaction, Actualités de la recherche et enjeux didactiques*, Metz : Université de Metz.
- Van Dijk, Teun Adrianus (1977), *Text and Context*, London : Longman.
- Vanderveken, Daniel (1988), *Les actes de discours*, Bruxelles : Mardaga.

Les techniques d'information et de communication (Tic) et l'évolution de l'économie africaine : vers une hybridation des activités

Article inédit, mis en ligne le 17 décembre 2013

Alain François LOUKOU

Maître-assistant à l'Université Alassane OUATTARA de Bouaké, en Côte d'Ivoire. Géographe de formation, ses recherches portent principalement sur la dimension spatiale des techniques d'information et de communication ainsi que sur l'analyse du rôle de ces outils dans le développement. Elles portent également sur les études prospectives dont l'intérêt est de favoriser la prise en compte de l'avenir dans les décisions du présent.

Plan

Introduction

Les TIC et les nouvelles activités formelles en Afrique

L'émergence de nombreuses activités informelles dans le domaine des télécommunications

Conclusion

Références bibliographiques

RÉSUMÉ

Le traditionnel dualisme de l'économie, se traduisant par la coexistence d'un secteur formel et d'un secteur informel, est la principale caractéristique du système des activités de la plupart des pays africains. On observe presque partout qu'en marge d'une activité formellement reconnue gravite toujours une autre, dans une semi ou totale clandestinité. Pendant longtemps cette caractéristique a plus ou moins épargné le secteur global des télécommunications et des nouvelles techniques d'information et de communication (Tic). Secteur de très haute spécialisation par nature, les Tic ne se prêtent pas a priori à l'informel. Cependant leur omniprésence dans les différentes activités contemporaines semble modifier cette vision, voire l'évolution du modèle même des activités économiques de l'Afrique. L'analyse et les enquêtes de terrain sur lesquelles s'appuie cette étude montrent dans les faits une réelle complexité du problème. En effet les Tic ont résolument introduit, ici, de la formalité dans les activités alors que, là, elles ont induit de façon inattendue des activités informelles. Cette ambivalence laisse présager une évolution vers un système économique hybride.

Mots clés

Tic, modèle économique, évolution, Afrique, Côte d'Ivoire

ABSTRACT

The traditional dualism of economy, resulting in the coexistence of a formal sector and an informal sector is the principal feature of the system of activities of most African countries. We noTice almost everywhere that on the fringe of a formally recognized activity, another one always exists, in a semi or total clandestine nature. For a long time, this feature has more or less spared the global sector of telecommunications, and the information and communication technologies (ICT). A sector of very high specialization by nature, ICT in principle are not suitable for the informal sector. However their omnipresence in the different contemporary activities seems to change that vision, or even the

evolution of the model of African economic activities. The analysis and the field inquiries on which is based this study show a real complexity of the problem in the facts. Here, we actually notice that ICT have firmly introduced formality in activities whereas there they have unexpectedly created some informal activities. This ambivalence is a sign of an evolution toward a mixed economic system.

Key words

ICT, economic model, evolution, Africa, Côte d'Ivoire

RESUMEN

El tradicional dualismo de la economía, traducándose por la existencia de un sector formal y de un sector informal, es la principal característica del sistema de las actividades de la mayoría de los países africanos. Se observa casi por todas partes que una margen de una actividad formalmente reconocida gravita siempre otra, en una mitad o total clandestinidad. Durante mucho tiempo esta característica dejó más o menos el sector global de las telecomunicaciones y las tecnologías de la información y de la comunicación (Tic). Sector de muy alta especialización por naturaleza, las Tic no se prestan a priori al informal. Sin embargo su omnipresencia en las diferentes actividades contemporáneas parece modificar esta visión, incluso la evolución del modelo mismo de las actividades económicas de África. El análisis y las investigaciones de terreno sobre los cuales se apoya este estudio muestran en los hechos una real complejidad del problema. Se constata en efecto que las Tic introdujo decididamente, aquí, de la formalidad en las actividades aunque, allí, indujeron de manera inesperada actividades informales. Esta ambivalencia deja predecir una evolución hacia un sistema económico híbrido.

Palabras clave

TIC, modelo económico, evolución, África, Côte d'Ivoire

INTRODUCTION

Les économies africaines semblent se distinguer des autres par une caractéristique très particulière : la coexistence quasi systématique dans chaque type d'activités d'une économie formelle et d'une économie informelle. Pratiquement aucun secteur d'activité n'est épargné par ce schéma, à l'exception notable de quelques secteurs comme celui des télécommunications. Ce schéma est toujours en vigueur et évolue même au gré des mutations socio-économiques notamment celles induites par l'avènement des Technologies de l'information et de la communication (Tic) dérivées du secteur global des télécommunications. La prégnance dans les activités a-t-elle une influence quelconque sur le modèle en vigueur ? En d'autres termes, les Tic favorisent-elles plus d'économie formelle dans leur secteur et dans le reste de l'économie ? Sont-elles plutôt devenues, elles aussi, génératrices d'activités informelles ? Dans ce dernier cas de figure, seraient-elles alors en mesure de bouleverser un schéma si solidement établi, c'est-à-dire de modifier l'équilibre d'un modèle légendaire au point d'en faire un modèle hybride ?

En effet la pratique d'activités dans le secteur des télécommunications a été, pendant longtemps, le seul fait de professionnels reconnus. Ce secteur, très pointu, était à l'abri des amateurs et autres bricoleurs qui peinaient à s'y aventurer pour exercer quelque activité annexe. Cette spécificité l'a donc épargné de « l'informalisation » tous azimuts qui a littéralement phagocyté les autres secteurs

d'activités des économies africaines. Mais, les Tic sont aujourd'hui le moteur de nombreuses mutations sociales et économiques qui, en Afrique, engendrent parfois des pratiques inventives originales aux implications insoupçonnées. A propos de la relation entre Tic et progrès économique, des travaux anciens (Solow, 1956 ; Swan, 1956) avaient déjà mis en évidence le rôle crucial des progrès techniques dans la croissance économique. Ainsi, dans son article majeur « *A contribution to the theory of economic growth* », Solow fonde la théorie économique qui deviendra par la suite la base du modèle de croissance dit exogène. Beaucoup plus récemment, d'autres chercheurs tels que Zysman et Newman (2006) ont montré le rôle de la révolution numérique dans le développement des pays riches. Par ailleurs, dans un entretien accordé en 2001 à la revue française *Sciences humaines*, Cohen et Zysman évoquent l'impact croissant des Tic sur l'économie, l'éducation, la vie quotidienne, etc. De même, les différents rapports annuels de l'Union internationale des télécommunications (UIT) ne manquent pas d'établir le lien croissant entre les usages innovants des Tic et le progrès économique et social. Pour sa part, le Rapport 2011 de la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (CNUCED) relatif à l'économie de l'information indique que l'exploitation des Tic, tant dans le secteur privé que dans le secteur public, peut être un facteur notable de progrès. Ledit rapport précise que « *le succès de toute initiative faisant appel aux Tic dans l'optique du développement passe par une prise en compte des besoins des utilisateurs et des contraintes possibles (analphabétisme, pénurie d'énergie, coûts excessifs pour les utilisateurs, etc.)* ». Cette précision trouve toute sa justification en considération du contexte africain où les contraintes énoncées sont manifestes.

Prenant donc acte de ces constats, nous nous sommes fixé comme objectif d'essayer d'analyser les conséquences socio-économiques de ces mutations, y compris, dans leur déploiement géographique. Nous nous intéressons également aux liens entre les pratiques issues des Tic et l'évolution du dualisme traditionnel de l'économie africaine. Ces différentes préoccupations nous amènent à formuler, dans le cadre spécifique de cette étude, les questions de recherche suivantes : Les Tic ont-elles préservé leur statut traditionnel de secteur formel ? Le domaine des Tic a-t-il lui aussi été gagné par l'informel ? En d'autres termes, les Tic contribuent-elles à générer aussi des activités informelles à l'instar des autres secteurs de l'économie africaine ? Si oui, une telle évolution pourrait-elle, par son ampleur éventuelle, modifier le modèle économique existant ? Nous formulons les hypothèses suivantes : Les Tic constituent des outils contribuant à la formalisation des activités. La prégnance des Tic dans les activités humaines a fini par les exposer, de sorte qu'à l'instar des autres secteurs d'activités, elles contribuent à la création d'activités informelles. Cette évolution serait en passe de modifier le modèle économique africain et d'en faire un système économique hybride.

La formulation de ces deux hypothèses apparemment contradictoires n'est pas du tout illogique. Cette contradiction tire sa justification de la complexité de la situation, tant on a du mal à se situer sur la place actuelle des Tic au sein des économies africaines. En tout état de cause, les questions de recherche dont découlent ces deux hypothèses, sont liées. Pour autant, une réponse positive à la première question, donc une validation de la première hypothèse, ne suggère pas nécessairement que les Tic n'induisent pas d'activités informelles. Si les faits sont tels qu'ils nous forcent à rejeter la première hypothèse, nous pourrions accepter que son contraire, donc la seconde, est au moins plausible, c'est-à-dire que les Tic seraient génératrices d'activités informelles.

LES TIC ET LES NOUVELLES ACTIVITES FORMELLES EN AFRIQUE

La production scientifique sur l'économie informelle en Afrique et dans le Tiers-monde en général, tant à partir des ressources de l'Internet qu'à partir des bibliothèques physiques, est abondante (citons par exemple Adair P., 1985 ; Touré A., 1985 ; Hugon P., 1993 ; Lautier B., 1994). En revanche, sur la relation entre Tic et économie informelle, elle l'est beaucoup moins, sinon rare, à

l'exception de quelques études menées sur l'économie informelle dans le domaine de la téléphonie mobile cellulaire (Cheneau-Loquay A., 2001 ; Gnamien, 2002 ; Loukou, 2003, 2008 ; etc.). Aussi, hormis un rapport de la Banque Africaine de Développement (BAD, 2009) relatif aux transferts de fonds des migrants au Maghreb et en Zone franc, ni les consultations en bibliothèque ni celles effectuées via l'Internet ne permettent-elles de trouver de la documentation conséquente sur cette relation qui est pourtant au cœur de notre recherche. De toutes les façons, la recension des informations issues des ouvrages ou de publications en ligne sur l'Internet n'aurait pas été suffisante pour apprécier tous les contours de la problématique posée. Dans ces conditions, il nous revenait de constituer entièrement les données par des enquêtes et par des entretiens, voire par la simple observation directe qui s'avère dans certaines conditions de recherche particulièrement utile. À cet égard, pour valider ou pour infirmer nos hypothèses, nous nous intéresserons aux diverses formes d'entreprises exerçant une activité quelconque en rapport avec le secteur des Tic, qu'il s'agisse des entreprises classiques de télécommunications au sens large (téléphonie, télévision, Internet, etc.) ou de petites entreprises annexes du secteur ou d'autres encore. Au besoin, nous aurons recours à de petites études de cas (exemples détaillés), à des illustrations (photos), qui fourniront aux hypothèses des arguments empiriques et des preuves d'ordre factuel.

L'avènement des Tic a généré en Afrique diverses activités légalement constituées qui étaient jusque-là inconnues dans le secteur global des télécommunications. Il s'agit notamment de la téléphonie mobile cellulaire, de l'Internet, de la télévision à péage, des systèmes de transactions électroniques monétaires, des écoles spécialisées en formation Tic. Ces activités viennent donc renforcer le statut formel du secteur.

La téléphonie mobile cellulaire, championne des activités formelles du secteur des Tic

De toutes les activités générées par le secteur des Tic, celles liées à la téléphonie mobile cellulaire sont de loin les plus répandues et les plus dynamiques en Afrique. Chaque pays du continent est aujourd'hui doté d'au moins un opérateur de réseaux mobiles.

Le secteur du mobile, très concurrentiel en raison de la libéralisation étendue du secteur, est extrêmement ouvert aux investissements étrangers. Ces investissements permettent d'injecter d'importants capitaux dont bénéficie le secteur. Un rapport du cabinet conseil Price Waterhouse Coopers (PWC), cité par le magazine Jeune Afrique¹, estime que l'Afrique comptait en 2011 plus de 200 opérateurs. Selon ce rapport, on trouve aussi bien de grandes multinationales que des entreprises de taille plus modeste parmi ces opérateurs. D'après le Global System for Mobile Communications Association (GSMA), du nom de la norme numérique GSM, qui représente les intérêts de près de 800 opérateurs de 220 pays, on dénombrait 649 millions de cartes SIM en Afrique au 4ème trimestre de 2011. Cela en fait le deuxième marché mondial de la téléphonie mobile derrière l'Asie, et celui qui connaît le plus fort taux de croissance depuis dix ans : soit 30 % par an en moyenne. En 2006, un rapport de l'Union Internationale des Télécommunications (UIT) indiquait déjà que toutes les prévisions d'expansion de la téléphonie mobile en Afrique avaient été dépassées.

Ce dynamisme déborde du strict cadre du secteur des télécommunications. En effet, adaptée au contexte africain, l'innovation dans le secteur de la téléphonie mobile est presque sans limites. De nouveaux services et usages y sont régulièrement imaginés avec des répercussions socio-économiques directes sur le mode de vie des Africains. Ces innovations leur permettent, par exemple, d'avoir

.....

¹ *Jeune Afrique*, 19 septembre 2012, Rapport : 600 millions d'abonnés mobiles en Afrique en 2016.

accès aux services de paiements électroniques très sollicités ainsi qu'à l'Internet mobile. En effet, le téléphone mobile cellulaire ne sert plus seulement qu'à téléphoner en Afrique. Il sert aussi à faire des transactions monétaires. Opportunistes, les opérateurs ont eu l'ingéniosité de proposer des offres de services monétaires grâce à ces outils (voir ci-après). Ce sont là autant de services formels qui rendent le secteur particulièrement dynamique avec de nettes répercussions sur la croissance économique du continent tout entier.

À côté de la téléphonie mobile, le secteur de l'Internet est aussi en plein essor.

L'Internet, un secteur en plein essor malgré de nombreux obstacles à sa diffusion

Quoique confrontées à de nombreux obstacles tels que la connectivité, les moyens économiques, l'illettrisme d'une bonne partie de la population, les activités liées à Internet se développent aussi en Afrique. Certes, le secteur de l'Internet ne connaît pas la même effervescence que celui de la téléphonie mobile ; toutefois, il offre des services utiles, crée des richesses et des emplois non négligeables.

Il y a moins de vingt ans à peine, on ignorait l'existence des métiers de fournisseurs d'accès à l'Internet (FAI) et de gérance de cybercafé en Afrique. Aujourd'hui dans tous les pays où l'Internet est disponible, ces métiers existent avec dans certains cas, plusieurs fournisseurs d'accès contribuant au dynamisme du secteur (voir photos ci-dessous). Dans des pays comme l'Afrique du Sud, l'Internet est considéré comme le pôle d'activités le plus dynamique, selon Sky Vision². Toutefois, les fournisseurs d'accès sont généralement adossés à des entreprises occidentales en raison du coût des investissements.

Indépendamment du volet financier, le développement de ce secteur est aussi lié à certains déterminants tels que les infrastructures de connectivité ; le coût d'accès aux équipements terminaux ; le pouvoir d'achat des populations, leur niveau d'alphabétisation ; l'environnement concurrentiel ; la réglementation en vigueur ; le degré de qualification des techniciens de réseaux (que les écoles de formation en Tic, très récentes en Afrique, ne sont pas encore parvenues à élever aux standards occidentaux).

De leur côté, les activités de cybercafés qui constituent le pendant des pourvoyeurs d'accès, sont aussi en plein essor, même s'il faut déplorer la cybercriminalité qui y prend généralement sa source. Ces espaces d'accès partagés sont de plus en plus nombreux et constituent même à certains égards le levier de la dynamique des activités du secteur et le principal vecteur de la diffusion de l'Internet en Afrique.

Dans un contexte où l'accès à l'information est devenu capital, les entreprises, quelle que soit leur taille, les services administratifs, les particuliers, etc., se trouvent dans la nécessité d'avoir accès à l'Internet. Aussi, des activités formelles seront-elles encore développées dans ce secteur. Le caractère utile de l'Internet (recherche d'information, envoi de messages, vitrine pour les entreprises et services administratifs, participation aux réseaux sociaux, etc.) indique que le secteur possède un fort potentiel de développement en Afrique si les obstacles significatifs à son accès sont levés.

.....

²SkyVision est l'un des plus grands fournisseurs de services de télécommunications IP à l'échelle mondiale, pour les marchés émergents, avec des solutions par voie satellite et des systèmes de fibre optique.



Fig. 1 & 2 : Panneaux publicitaires géants d'offre Internet de deux fournisseurs d'accès, à Abidjan (Clichés de l'auteur, juin 2013)

Le secteur de la télévision : un marché émergent, dominé par les privés occidentaux

Le domaine de la télévision n'est pas en marge de la création d'activités formelles dans le secteur des Tic. Depuis quelques années, de nombreuses chaînes privées de télévision ont vu le jour en Afrique. Les unes appartiennent à des privés africains, les autres (les plus prisées par les téléspectateurs) sont des filiales de puissants distributeurs nord-américains ou européens.

Avec la disparition progressive des monopoles publics de la communication audiovisuelle dans la plupart des pays africains, l'évolution vers une suprématie du secteur privé a ouvert la porte à une offre télévisuelle privée fondée sur des chaînes payantes. Toutefois, il convient de noter que le marché de la télévision en Afrique subsaharienne est peu développé et tourné essentiellement de consommation. Qu'il s'agisse de supports ou d'équipements de transmission et de diffusion ou de réception de télévision, ou même d'industries de production de films, le continent africain dans son ensemble est à la traîne, à l'exception de l'Afrique du Sud, de l'Égypte et dans une certaine mesure du Nigeria. Le problème est que les investissements pour de tels projets coûtent excessivement chers. Cela explique le fait que le développement des activités de télévision (privées ou publiques) reste dans l'ensemble timide sur le continent. Pour le moment, le marché payant de la télévision par satellite en Afrique subsaharienne est dominé par Canal Horizons (français) et Multichoice (sud africain), dont les programmes sont les plus connus et se trouvent particulièrement appréciés des téléspectateurs africains. Les enjeux que constitue le marché africain, relativement vierge et émergent, pourraient toutefois remettre en question la domination de Multichoice et de Canal Horizons, avec la venue potentielle d'autres distributeurs.

Les systèmes de transfert électronique d'argent : un exemple de modélisation des nouveaux types d'activités formelles du secteur des Tic

Naguère, en Afrique, lorsque quelqu'un souhaitait apporter de l'argent à un parent résidant dans une ville plus ou moins éloignée, trois solutions principales s'offraient à lui : soit il sollicitait la bienveillance d'une connaissance qui se rendait opportunément dans la localité concernée, soit il effectuait un mandat-poste, soit encore il recourait aux services d'une société de transport interurbain desservant la localité, moyennant quelques frais de commission. Cette dernière solution, pratiquée par de nombreuses sociétés de transport routier interurbain, constitue en fait une activité informelle car elle n'est pas officiellement déclarée. Elle vient illégalement en appont de l'activité principale de transport. De ce fait, d'ailleurs, en cas de litige, l'expéditeur n'avait aucun recours légal pour espérer recouvrer ses fonds.

Aujourd'hui, l'avènement des Tic a totalement bouleversé le mode de transfert d'argent. Au demeurant, il convient de noter que le transfert d'argent est une activité très développée en Afrique

en raison de la dépendance financière de nombreuses populations des zones rurales vis-à-vis de celles des zones urbaines, et parfois inversement. Dans ces conditions, le transfert dit électronique d'argent est dorénavant la procédure la plus utilisée, parce que très fiable et de surcroît ultra-rapide (résultat quasi instantané). En effet, dans les instants qui suivent le dépôt de l'argent dans une agence, pourvu qu'il soit informé par téléphone (voix ou SMS), le destinataire peut immédiatement retirer l'argent qui lui a été transféré en se rendant dans une agence locale. Muni d'une pièce d'identité, il lui suffit de communiquer le numéro de transfert, le code secret ainsi que le montant de l'argent qui lui ont été préalablement communiqués par l'émetteur.

A côté du géant américain Western Union (pionnier de cette procédure en Afrique)³, d'autres entreprises internationales ou nationales spécialisées dans le transfert d'argent (Money Gram, Money Express, Express Union, etc.), des banques, des compagnies de transport interurbain se sont fortement investies dans cette activité en implémentant des interfaces clients favorisant la collecte et le paiement d'argent.

Plus récemment, même des entreprises de téléphonie mobile cellulaire ont fait de ce produit (ou service) une forte valeur ajoutée à leurs activités traditionnelles. Le paiement par téléphone mobile, quelle que soit la désignation qu'on lui donne selon les pays et les opérateurs (Mobile paiement ou M-payment, Mobile Banking ou M-Banking, SMS Banking, Orange Money, MTN Mobile Money, Moov Flooz, etc.), permet de transférer⁴ et de recevoir en temps réel de l'argent à faible coût. Ayant nous-même expérimenté cette solution, nous pouvons témoigner de sa commodité et de sa grande utilité au service des citoyens. Il donne même la possibilité de régler ses achats ou ses factures. Ce type de service qui profite à la fois de la forte croissance de l'usage du téléphone mobile cellulaire et du faible taux de bancarisation⁵ sur le continent africain, rencontre un vif succès. La forte expansion de la banque mobile a obligé le Groupement interbancaire monétaire de l'UEMOA⁶ (GIM-UEMOA) à mettre en place une plate-forme regroupant plusieurs opérateurs de la sous-région ouest-africaine et quelques 80 banques pour améliorer les services proposés aux clients et surtout pour

.....

³Selon le site corporatif de la société (<http://www.westernunion.com>), Western Union est représentée dans plus de 200 pays et territoires, et dispose de plus de 350 000 points de présence (via notamment les partenaires agréés). Par exemple, pour la seule Côte d'Ivoire, il existerait plus de 570 agences à la fin de l'année 2009.

⁴Pour l'instant, les transferts d'argent par téléphone mobile sont essentiellement nationaux. Mais des partenariats avec des banques internationales ou des structures de dimension mondiale comme Western Union pourraient permettre d'étendre à l'international le réseau de ce type de transferts.

⁵La Banque mondiale estime que moins de 20 % des ménages africains ont accès aux services bancaires et ce taux descend jusqu'en dessous de 5% dans certains pays. En vue de combler cette lacune, les opérateurs de téléphonie mobile ont investi le terrain du paiement par mobile et concurrencent les banques et structures classiques de transfert de fonds. Pour ce faire, ils procèdent soit par des solutions « orientées mobile » où l'opérateur contrôle toute la chaîne de valeur (de la création et gestion du compte au paiement), soit par des solutions « orientées banques » à travers des partenariats avec des établissements bancaires où la banque se charge de la création et de la gestion du compte, et l'opérateur télécom du transport des données et de la distribution de l'offre. *Source : Afrique Avenir, 29 octobre 2010, <http://senegal.conceptforum.net/t2345-lafrique-championne-du-paiement-par-telephone-mobile>*

⁶L'UEMOA (Union économique et monétaire Ouest Africaine) est la principale institution économique et financière de huit pays d'Afrique occidentale (Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Guinée-Bissau, Mali, Niger, Sénégal, Togo).

mieux organiser et sécuriser le secteur. Ce projet se concrétisera par l'installation de bornes faisant office de distributeurs automatiques. Ce faisant, en matière d'usage des Tic, il semble que l'Afrique propose des services innovants dont pourraient bien s'inspirer les autres parties du monde. En effet, selon une étude de l'Association européenne de management et marketing financier, pour 88% des banquiers interrogés et 66% des clients, la gestion de compte se fera via le Mobile Banking dans les années futures en Europe.

Le transfert électronique d'argent est une activité qui connaît un remarquable succès en Afrique pour les diverses raisons évoquées ci-dessus. Jusqu'ici, cette activité demeure encore formelle, dans la mesure où selon les entretiens que nous avons eus avec les acteurs de cette activité, les entreprises qui la pratiquent seraient déclarées.



Fig. 3 & 4 : Photos d'agences de transfert d'argent des entreprises Western Union (à Bouaké) et de l'opérateur de téléphonie mobile Orange-CI (Orange Money) à Yamoussoukro (Clichés de l'auteur, juin 2013)

Une multitude d'écoles de formation en réseaux informatiques et de télécommunications

La généralisation progressive du recours à l'informatique, au téléphone cellulaire et à l'Internet dans presque toutes les entreprises, administrations et activités humaines, souligne que la formation dans le domaine des Tic est manifeste partout sur le continent. Cet état de fait est à l'origine de la création de plusieurs écoles dans le domaine des réseaux informatiques et des télécommunications.

Avec l'avènement des Tic, un grand nombre d'établissements d'enseignement supérieur technique et professionnel proposant des formations dans les domaines des réseaux télécoms et informatiques, de l'électronique et du génie logiciel, ont essaimé dans de nombreux pays africains. Cette floraison de structures de formation contribue ainsi à la dynamique globale de ce secteur qui comprend aussi bien des établissements publics que des établissements privés, ces derniers en plus grand nombre. L'activité de formation de ces grandes écoles se situe dans le contexte de la convergence des télécommunications, de l'informatique et de l'audiovisuel. Elle se situe également dans le cadre général de l'émergence de la société dite de l'information, de la connaissance et de la communication, dominée par la téléphonie mobile cellulaire et l'Internet. Si la création de ces établissements répond à une nécessité de compétences spécialisées, lié au contexte, on peut, néanmoins, noter que les formations se déroulent parfois dans des conditions douteuses ou approximatives, que déplorent les apprenants eux-mêmes. En effet, la plupart de ces structures ne disposent pas d'équipements nécessaires pour une formation adéquate (insuffisance ou obsolescence des équipements). En tout état de cause, ces formations débouchent sur un certain nombre de métiers : ingénieur réseaux, développeur d'applications, ingénieur d'étude, chef de projet, ingénieur commercial, consultant en informatique, etc.

Les techniques d'information et de communication ont connu un essor sans précédent en Afrique au cours des dix dernières années et représentent un des principaux facteurs de création de richesses et d'emplois sur le continent. Le foisonnement des établissements de formation est donc proportionnel à cet essor. D'une façon générale, le secteur de la formation dans le domaine des Tic est lui aussi très dynamique et en perpétuelle évolution.

Comme en témoignent les différents exemples qui précèdent, les Tic ont généré de nouvelles activités formelles. Ce constat laisse, a priori, supposer que les Tic ont conservé leur statut de secteur d'activités formelles. Cependant, parallèlement, de nombreuses activités informelles ont vu le jour dans pratiquement chacun des secteurs ci-dessus analysés, en raison justement de l'avènement des Tic. Un tel constat renforce le sentiment d'ambiguïté quant au pouvoir créateur de celles-ci.

L'ÉMERGENCE DE NOMBREUSES ACTIVITÉS INFORMELLES DANS LE DOMAINE DES TÉLÉCOMMUNICATIONS

Le fort développement de l'informel dans le secteur de la téléphonie mobile cellulaire

Le développement des activités informelles dans le secteur de la téléphonie mobile cellulaire semble être proportionnel au dynamisme du secteur formel dont elles émanent. Le domaine de la téléphonie mobile est en effet celui où le taux d'intrusion des activités informelles est vraisemblablement le plus élevé.

La démocratisation du téléphone mobile en Afrique, qui se traduit par son accessibilité partout, sa facilité d'usage et surtout son appropriation par toutes les catégories de la population est incontestablement une grande réussite sociale. Toutefois, cette rapide généralisation a eu pour corollaire la prolifération d'une multitude d'activités informelles jusque-là inconnues (Loukou, 2008). Des populations aux revenus très faibles ont innové en créant de nouveaux services dans le but de répondre aux nouvelles attentes. Il s'agit notamment des cabines dites cellulaires (voir photos ci-après) à partir desquelles des usagers peuvent téléphoner comme on le faisait naguère dans les cabines publiques⁷ des opérateurs historiques. Dans un pays telle que la Côte d'Ivoire, ce type particulier de cabines se compte par dizaines de milliers sur toute l'étendue du territoire (dans les zones rurales comme dans les zones urbaines).

À l'activité de gestion de cabines proprement dite, se sont ajoutés des métiers annexes tels que le transfert d'unités de communication, la vente de téléphones portables, de cartes de recharge et d'accessoires de téléphone. Ces usages nouveaux s'expriment généralement dans des cadres informels, puisque ces activités échappent au contrôle des pouvoirs publics davantage soucieux de préserver la paix sociale face au chômage élevé des jeunes. C'est un phénomène si informel et incontrôlé qu'il parvient même à modifier dans certaines villes le paysage urbain initial, avec l'implantation anarchique d'étals, de kiosques et de pancartes à l'aspect inesthétique pour la plupart. C'est notamment le cas à Abidjan, en Côte d'Ivoire, où des milliers de cabines, installées dans un désordre total, ont défiguré le paysage urbain (Loukou, 2003). À certains égards, les nouvelles trames urbaines générées par cette anarchie spatiale sont de nature à perturber nos représentations

.....

⁷Dans certains pays africains (la Côte d'Ivoire, par exemple) les cabines publiques ont totalement disparu au profit des «cabines cellulaires» plus accessibles, pratiques et adaptées aux besoins des populations locales.

classiques de la ville moderne. Cette situation invite à renouveler les modes de gouvernance urbaine ainsi que les comportements individuels et collectifs à l'origine de ces modifications et perceptions.



Fig. 5 & 6: Alignement de « cabines téléphoniques cellulaires » dans une rue à Abidjan / Usager téléphonant d'une de ces « cabines » en bordure de rue dans une ville rurale (Clichés de l'auteur, juin 2013)

L'informel a aussi gagné l'Internet, un secteur si pointu et si récent

Le domaine de l'Internet, quoique récemment apparu sur le marché des activités économiques en Afrique, et malgré sa relative complexité technique, n'est pas épargné par l'informel qui a fini par le marquer à son tour, comme en témoigne l'exemple ci-dessous à Abidjan (Côte d'Ivoire).

Conséquence de la pauvreté des populations, l'informel est aussi un indicateur d'une forme de génie inventif. L'internet, secteur de haute technologie par excellence, semble, a priori, inaccessible aux bricoleurs et opportunistes. Pourtant, très vite, ils sont parvenus à investir aussi ce secteur en fournissant de façon détournée la connexion à certains usagers. Le modèle économique de cette nouvelle forme d'activité informelle repose sur une approche simple et ingénieuse : à l'aide de petites affiches ou de prospectus (voir illustration ci-dessous) ou de pancartes très attrayantes, ces nouveaux types de « fournisseurs d'accès » proposent de fournir la connexion au voisinage à des tarifs très bas. En fait, ils partagent leur propre connexion, obtenue légalement auprès d'un fournisseur agréé, moyennant une mensualité qui varie entre 4000F CFA (6,10 €) et 5000F CFA (7,63 €) par souscripteur. Toutefois, à « l'abonnement », une somme forfaitaire d'environ 15000 F CFA (22,9 €) est requise auprès de chaque souscripteur parallèle pour les frais dits d'installation. À tout considérer, comparée aux tarifs excessifs (20000F CFA au minimum, soit 30,53 €) des fournisseurs légaux, cette solution apparaît nettement avantageuse pour les populations aux faibles ressources, en dépit des débits extrêmement faibles qu'ils reçoivent.

Circonscrite, à ses débuts, à quelques quartiers très pauvres, cette activité lucrative pour ceux qui l'exercent, s'est rapidement étendue à pratiquement tous les quartiers et communes de la ville d'Abidjan, sans considération de niveau social. Elle est en passe de devenir l'une des principales activités informelles du secteur des Tic.



Fig. 7 : Exemple type de petite affiche publicitaire proposant des services informels de connexion Internet

Plus qu'une économie informelle, le piratage menace le secteur de la télévision à péage

La télévision à péage désigne un mode de distribution d'images de télévision pour laquelle un paiement est nécessaire pour recevoir certains programmes. Précisons que le paiement en question est différent des redevances perçues sur les récepteurs de télévision. En Afrique, des stratégies bien élaborées de contournement ont permis de développer une activité parallèle à celle des distributeurs classiques.

Dans ce domaine, plus qu'une économie informelle, il s'agit parfois d'activités de piratage, à large spectre, qui bénéficient à des milliers de personnes. Le cas de Canal Horizons, filiale africaine de la chaîne française de télévision cryptée Canal Plus, illustre très bien cette situation. Avec probablement la complicité d'agents techniques et commerciaux de la chaîne, un réseau assez élaboré de piratage a été mis en place depuis des années. Moyennant un abonnement mensuel de 3000 f.cfa (4,57 €) et 10000 FCFA (15,24 €) de frais d'installation, un souscripteur légal peut aisément sous-abonner frauduleusement des dizaines voire des centaines d'utilisateurs, selon le nombre de paraboles, de décodeurs et de cartes de connexion qu'il a acquis. L'activité est si lucrative pour les uns (les pirates) et si bénéfique pour les autres (les usagers) que pratiquement tous les foyers des quartiers pauvres des grandes villes ont désormais facilement accès à cette chaîne cryptée bien appréciée des populations des pays africains où elle diffuse des programmes variés (sports, informations, divertissements, documentaires, etc.). De nombreuses personnes ont fait de ce type de piratage une activité principale ou secondaire qui leur rapporte de substantielles ressources financières, suivant les cas. À ce titre, un article du quotidien sénégalais en ligne, «Le Soleil», rapporte le cas insolite d'un habitant de la ville de Saint-Louis du Sénégal, qui aurait pendant longtemps frauduleusement connecté plus de 500 foyers, avant d'être finalement démasqué et traduit en justice⁸. Bien entendu, le grand perdant en est la chaîne qui, de ce fait, perd de nombreux abonnés légaux. À ce propos, il convient de dire que les tarifs de Canal Horizons, longtemps jugés prohibitifs par la plupart des foyers des pays africains où la chaîne diffuse ses programmes, sont en grande partie responsables du développement de ce piratage. Quoique la chaîne se soit récemment engagée dans une politique tarifaire plus abordable, le mal semble déjà fait, et le piratage est désormais difficile à endiguer.

En définitive, en Afrique, d'une manière générale, en marge d'une activité formellement reconnue gravite chaque fois une autre, informelle mais tolérée pour diverses raisons. Les différents exemples que nous venons de signaler confortent cette analyse au point de caractériser l'économie africaine comme étant hybride c'est-à-dire mi-formelle mi-informelle.

CONCLUSION

La pratique des activités informelles est si enracinée dans les routines de l'ordre économique et social des pays africains que même le secteur des techniques de l'information et de la communication n'est plus épargné par le phénomène. Moins encore, ce secteur n'est en mesure d'inverser, seul, la tendance longtemps établie. Loin de freiner le phénomène, les Tic, quoiqu'elles aient induit de nombreuses activités formelles, ont aussi favorisé l'émergence de nouveaux types d'activités informelles. En effet, même là où elles ont induit du formel, il existe en parallèle des

.....

⁸ *Le Soleil*, « Le pirate avait branché 500 «abonnés» à Canal Plus Horizon », [en ligne] http://www.lesoleil.sn/arTicle.php3?id_arTicle=29110

circuits informels⁹ fort dynamiques et généralement bien appréciés. De ce fait, à partir de nos investigations, de nos observations de terrain et de nos analyses, il n'est guère possible d'affirmer que les Tic génèrent exclusivement des activités formelles. Leur statut de secteur formel a été violé. Au demeurant, l'avènement des Tic a contribué à renforcer le développement du génie inventif des adeptes de l'économie informelle dans des domaines jusqu'ici insoupçonnés. Aussi, constate-t-on que dans le secteur des Tic, le taux d'intrusion des activités informelles dans les activités formelles est de plus en plus élevé. En clair, le secteur a été lui aussi gagné par l'informel.

En fait, de façon plus générale, les activités formelles et informelles sont très imbriquées et d'importance presque égale en Afrique. Aussi, peut-on légitimement imaginer une hybridation du modèle économique du continent à moyen ou long terme, avec de fortes synergies entre les deux formes d'économie, compte tenu de l'étroite interdépendance qui les lie. Par ailleurs, en raison du dynamisme inégalé des activités informelles dans le secteur des Tic et du poids croissant de celui-ci dans les économies africaines, cette hybridation, dans cette hypothèse, pourrait être à dominance Tic. En tout état de cause, ce modèle hybride serait un moyen de concilier deux modes parallèles de développement des activités. Au sein d'un tel modèle, l'informel ne devrait pas être considéré comme un « parasite » du formel mais plutôt comme son indispensable appendice.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Ressources académiques

Adair, Philippe (1985), *L'économie informelle : figures et discours*, Paris : Anthropos.

Chéneau-Loquay, Annie (sous la direction de) (2000), *Enjeux des technologies de la communication en Afrique. Du téléphone à Internet*, Paris : Karthala.

Cohen, Steve & Zysman, John (2001), Entretien : «*L'aube d'une ère nouvelle*», dans Dossier «*La société du savoir. L'impact des nouvelles technologies sur la vie quotidienne, l'économie, l'éducation, la démocratie, ...*», Revue *Sciences humaines*, hors-série n° 32, mars-avril-mai 2001, p. 34-35.

Gnamien Guy, *Différenciation des accès et usages des NTIC dans la ville d'Abidjan : l'exemple de la téléphonie mobile*, mémoire de DEA en géographie, Bordeaux III, 2002, sous la direction d'Annie Chéneau-Loquay, <http://www.africanti.org/résultat>

Hugon, Philippe (1993), *L'économie de l'Afrique*, Paris : La Découverte.

Lautier, Bruno (1994), *L'économie informelle dans le tiers-monde*, Paris : La Découverte.

Lautier, Bruno ; De Miras, Claude ; Morice, Alain (1991), *L'État et l'informel*, Paris : L'Harmattan.

Loukou, Alain François (2003), «*Economie informelle et télécommunications en Côte d'Ivoire : le cas des cabines téléphoniques privées*», *NETCOM*, vol. 17, n° 1-2, p. 99-112

.....

⁹Selon le lien http://www.lamicrofinance.org/files/16666_file_BIM_20_09_05.pdf (World Bank Group), à la page 3 de l'article intitulé «*Les transferts d'argent*», de récentes études montrent que plus de la moitié des transferts d'argent de la France vers le Sénégal et le Mali sont effectués par voie informelle ; 85% dans le cas du Soudan. Ces chiffres montrent que les systèmes informels concurrencent largement les plus gros acteurs du marché formel des transferts. Les systèmes informels nécessitent un minimum de formalités écrites et présentent donc l'avantage de la discrétion. De ce fait, pour les clients en situation de résidence illégale en Occident, ils constituent le recours idéal pour leurs transferts d'argent. Ils sont par ailleurs généralement moins chers que les mécanismes formels soumis à réglementation et taxation.

Loukou, Alain François (2005), *Télécommunications et développement en Côte d'Ivoire à l'ère de la société de l'information et de la mondialisation*. Thèse de doctorat, Université Montpellier III (France).

Loukou, Alain François (2012), Les Tic au service du développement en Afrique. Simple slogan, illusion ou réalité ? *Revue Tic&Société*, vol. 5, n° 2-3 (2^{ème} semestre 2011 / 1^{er} semestre 2012, pp 49-67.

Norro, Michel (1998), *Économies africaines. Analyse économique de l'Afrique subsaharienne*, Bruxelles : De Boeck Université (2^{ème} édition).

Ossama, François (2001), *Les nouvelles technologies de l'information. Enjeux pour l'Afrique subsaharienne*, Paris : L'Harmattan.

Solow, Robert Merton (1956), « A Contribution to the Theory of Economic Growth », *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 70, No. 1. (Feb., 1956), pp. 65-94,
http://faculty.lebow.drexel.edu/LainczC/cal38/Growth/Solow_1956.pdf

Tidiane, Diouh (2009), *Histoire des télévisions en Afrique noire francophone, des origines à nos jours*, Paris : Karthala.

Touré A. (1985), *Les petits métiers à Abidjan : l'imagination au secours de la conjoncture*, Paris : Karthala.

Zysman, John & Newman, Abraham (2006), *How revolutionary was the digital revolution? National responses, market transitions, and global technology (innovation and technology in the world economy)* (A BRIE/ETLA Project), [en ligne]
<http://brie.berkeley.edu/ETLA%20Brief%20Release.pdf>

Autres articles

Cohen S. et Zysman J., (2001), Entretien : « L'aube d'une ère nouvelle », dossier « La société du savoir. L'impact des nouvelles technologies sur la vie quotidienne, l'économie, l'éducation, la formation, la démocratie... », *Sciences humaines*, hors série n°32, mars-avril-mai 2001, p. 34-35.

Loukou, Alain François (2008), "The informal economy in the sector of mobile telephony in Ivory Coast: survey of the productive and social role of an original activity", *IEEE Transactions on Professional Communication Journal* (2008), [en ligne]
http://ieeexplore.ieee.org/xpl/freeabs_all.jsp?arnumber=4610203

Études, rapports,

Banque Africaine de Développement (BAD) (2009), *Rapport final sur les transferts de fonds des migrants au Maghreb et en Zone Franc*, [en ligne]
<http://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/RapportAteliersTransfertversion%20d%C3%A9finitive.pdf>

Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED) (2011), *Rapport sur l'économie de l'information. Les Tic comme catalyseurs du développement du secteur privé*, [en ligne] http://unctad.org/fr/docs/ier2011overview_fr.pdf

Union Internationale des Télécommunications (UIT) (2006), *Rapport 2006 sur le développement des télécommunications/Tic dans le monde : mesurer l'incidence des Tic sur le développement économique et social*, [en ligne] http://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/ind/D-IND-WTDR-2006-SUM-PDF-F.pdf

Union Internationale des Télécommunications (UIT) (2010), *Rapport 2010 sur le développement des télécommunications/Tic dans le monde suivi des progrès réalisés dans la mise en œuvre de cibles du SMSI. Examen à mi-parcours*, [en ligne] http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/wtdr_10/material/WTDR2010_ExecSum-fr.pdf

Union Internationale des Télécommunications (UIT) (2012), [en ligne] *Mesurer la société de l'information* <http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/material/2012/MIS2012-ExecSum-F.pdf>

Western Union Côte d'Ivoire, [en ligne]

<http://www.westernunion.ci/WUCOMWEB/staTicMid.do?method=load&countryCode=CI&languageCode=fr&pagename=HomePage>

Sites web

Afrique Avenir, (29 octobre 2010), « L'Afrique, championne du paiement par téléphone mobile », [en ligne] <http://senegal.conceptforum.net/t2345-lafrique-championne-du-paiement-par-telephone-mobile>

Bladi.net, « France/transfert d'argent : la concurrence s'intensifie », [en ligne] <http://www.bladi.net/france-transfert-mre.html>

Canal France International (CFI), « Les enjeux de la télévision en Afrique : écrans d'Etats, écrans d'ailleurs, écrans miroirs », colloque organisé par CFI au Sénat, Paris, 15 septembre 2005, [en ligne] http://www.cfi.fr/content/download/700/6829/version/1/file/Colloque_Senat_CFI.pdf

Microfinance, « Les transferts d'argent », [en ligne]

http://www.lamicrofinance.org/files/16666_file_BIM_20_09_05.pdf

Sénégalaisement, « Envoi et transfert d'argent au Sénégal », [en ligne] http://www.senegalaisement.com/senegal/envoyer_de_l_argent_au_senegal.php

Le Soleil, « Le pirate avait branché 500 «abonnés» à Canal Plus Horizon », [en ligne] http://www.lesoleil.sn/arTicle.php3?id_arTicle=29110

La contestation des « nanos » : redéfinir la notion de « politisation de la science »

Article inédit. Mis en ligne le 30 décembre 2013

Marie Gabrielle Suraud

Mme Marie Gabrielle Suraud est professeure en Sciences de l'Information et de la Communication, au CERTOP, UMR 5044, CNRS, Université Toulouse II, Université Toulouse III. Ses travaux portent sur l'analyse des processus de démocratie participative dans le domaine des risques environnementaux. Elle est notamment membre du Conseil Scientifique : du GIS « Participation du public, décision, démocratie participative » et du Conseil scientifique du programme CDE (Concertation, Décision, Environnement) du Ministère de l'Environnement.

Plan

De la thématique des risques à la thématique de la recherche

Les « nanos » : un thème spécifique ?

« Démocratiser la science » : rupture ou continuité ?

S'entendre sur la « démocratisation de la recherche » ?

Quand il s'agit de définir la « participation civique »

L'émergence d'une tension entre chercheurs et « citoyens non chercheurs » Introduction

Conclusion

Références bibliographiques

RESUME

L'objectif de ce texte est de montrer en quoi la thématization publique des « nanos » constitue une évolution dans le mode d'inscription de la recherche scientifique « en société » et, plus particulièrement, en quoi elle révèle une inflexion dans le processus de politisation de la science, tel qu'il se décline en France. La perspective participative de la « démocratisation des politiques scientifiques » crée en effet une double difficulté : pratique, à propos des conditions d'entente au sein de la société civile ; théorique à propos d'une nécessaire conceptualisation des rapports entre la sphère de la recherche et la discussion publique. La critique renouvelée des politiques de recherche a pour particularité d'échapper aux chercheurs et génère des tensions entre les scientifiques du domaine des « nanos » et la composante associative de la société civile.

Mots clés

Contestation civique ; nanotechnologies ; politique de recherche ; démocratie participative

ABSTRACT

This text argues that public thematization of “nanos” reveals a turning point in the way along which scientific research fall within society. It is possible to show that politization of Science is renewed by protests against “nanos”. The idea of democratizing scientific research through public participation raises two questions: firstly, concerning the very conditions of social consensus in civil society; secondly, concerning the need of conceptualizing the relations between the scientific sphere and public discussions. The new

critics about research policies are particular because they develop without any participation or control by researchers. So, it creates tensions between these last and civil society.

INTRODUCTION

Depuis les années 1970, s'est installée en France et dans la plupart des pays industrialisés une contestation des pollutions, des catastrophes et du nucléaire... et, de façon plus générale, des risques environnement-santé. La montée en puissance de ces contestations apparaît comme une thématization publique des risques, c'est-à-dire comme la formation dans l'espace public (au sens habermassien) de normes universalisantes telles que la « protection de l'environnement et de la santé ». L'universalisation, comme processus, exprime un détachement des contestations vis-à-vis d'intérêts particuliers antérieurement défendus tels que ceux des propriétaires fonciers ou immobiliers, par exemple (Le Roux et Letté, 2013)

Même si la construction de ces exigences relève d'une relative constance dans leur dimension contestataire, elles se sont progressivement déplacées. Ainsi, les associations traditionnellement engagées sur le thème des risques « environnement-santé » sont passées de revendications visant à contrôler les développements technologiques et leurs applications à des revendications centrées sur l'exigence d'une participation civique à l'élaboration des programmes et des politiques de recherche. En interrogeant de façon renouvelée la légitimité de l'activité de recherche, ces mouvements se démarquent de ceux qui, au cours des années 1960-1970, critiquaient le mode de fonctionnement de la sphère de la recherche ainsi que le rôle et la place de la science « en » société (Bensaude-Vincent, 2003 ; Debailly, 2010).

De ce point de vue, le développement récent des « nanos » (nano sciences, nano technologies, nano activités industrielles) se présente comme une étape nouvelle de la mise en public des risques. Le thème des « nanos » élargit le mouvement civique de mise en cause de la science et pose la question de la définition des orientations de recherche de façon généralisante, dépassant des revendications antérieures, le plus souvent restreintes à des pans de recherches ou à des développements scientifico techniques bien identifiés (comme c'est le cas pour les OGM et les recherches sur le vivant, par exemple) (Bonneuil, 2004 ; Gaudillière et Bonneuil, 2001). Jusqu'au tournant des années 2000, bien que les avancées scientifiques soient explicitement intégrées aux débats, les mobilisations associatives interrogent avant tout les politiques technologiques et/ou les changements techniques (Miège et Vinck, 2012). Avec les « nanos », la réflexion sur les développements scientifiques est constitutive de la thématique elle-même.

L'objectif de cet article est de montrer en quoi la thématization publique des « nanos » constitue une évolution dans le mode d'inscription de la recherche scientifique en société et révèle une inflexion dans le processus de « politisation de la science ». Dans ce texte, la notion de « politisation de la science » ne renvoie pas à la perspective classique de la régulation de la science par la sphère du pouvoir et celle de l'argent, mettant en jeu les rapports de la science au politique et à l'économique (Pestre, 2003 ; Pestre, 2007). Elle se réfère plutôt à l'idée d'une évolution des rapports entre la sphère de la recherche et la société civile, qui figure l'espace public de discussions à travers des représentations associatives ou syndicales. La notion de « politisation de la science » est donc entendue ici

comme un processus civique visant la démocratisation des choix scientifiques par l'intégration accrue -et directe- des citoyens aux débats qui président à l'orientation et aux choix scientifiques. Cette exigence civique de démocratisation (au sens de l'ouverture aux citoyens des lieux de décision) suggère de nouvelles formes d'articulation entre la société civile et la sphère de la recherche. Le pas effectué réside dans la redéfinition des formes et des conditions de participation civique visant à transformer les formes traditionnelles de gouvernance de la recherche. Le texte se propose de montrer en quoi les mouvements civiques sur ou contre les « nanos », qui ont fait du « co-pilotage de la recherche » une de leurs revendications, tracent une étape supplémentaire dans le processus de démocratisation des choix scientifiques et, de façon corrélative, transforment les rapports entre la sphère de la recherche et la société civile.

Le mouvement de « démocratisation des politiques scientifiques » s'ancre dans le cadre national même s'il le déborde, quoique de façon bien moindre que dans le cas de la contestation des risques. Bien que puisse être identifiée une dynamique européenne sur les « nanos », notamment les nanomatériaux, portée par des ONG environnementalistes ou de consommateurs ainsi que par le syndicalisme européen, le niveau national apparaît le plus pertinent pour traiter l'évolution des rapports entre la sphère de la recherche et la sphère civique et aborder les problèmes spécifiques liés au processus de « démocratisation de la recherche ».

La perspective d'une « démocratisation des politiques scientifiques » crée une double difficulté : celle, pratique, des conditions d'entente au sein de la société civile sur la façon d'appréhender cette question ainsi que des conditions d'adhésion des chercheurs à ce principe ; celle, théorique, d'une nécessaire conceptualisation des rapports entre la sphère de la recherche et la discussion publique ou civique. En effet, plus que toute autre sphère d'activité, celle de la recherche comporte des particularités : elle n'est réductible, ni à une activité pouvant être régulée par le pouvoir et l'argent, ni à un agir communicationnel, puisqu'elle est tendue vers la formation de connaissances - scientifiques - non immédiatement corrélées à des principes moraux et à des normes éthiques. De ce point de vue, l'accès citoyen aux orientations de la recherche a pour enjeu de faire contrepoids au pilotage des nano activités par le système (pouvoir et argent), pour des groupes civiques, porteurs d'enjeux non marchands et vecteurs d'orientations alternatives aux paradigmes technoscientifiques dominants.

Cette analyse est issue de travaux effectués dans le cadre d'opérations de recherche financées par : (a) un programme du Ministère de l'Ecologie (REPERE « Recherche et Expertise pour Piloter Ensemble la Recherche et l'Expertise ») qui vise à questionner les rapports entre « société civile et science », (b) le programme NanoInnov, volet « impact sociétal », sous l'égide de l'ANR, qui interroge plus particulièrement l'enjeu sociétal des nanotechnologies et (c) la MSHS-Toulouse (thématique « risques, environnements, vulnérabilités »). L'auteure a été coordinatrice scientifique des deux premières opérations et participante de la troisième. Les résultats synthétiques présentés dans ce texte s'appuient sur la participation directe à des réunions publiques (notamment le débat public CNDP qui s'est tenu en 2009-2010), des séminaires interdisciplinaires dédiés au thème des « nanos », ainsi que sur des entretiens, menés en 2010-2011, auprès de chercheurs et d'acteurs associatifs sur les sites grenoblois et toulousain.

DE LA THEMATIQUE DES RISQUES A LA THEMATIQUE DE LA RECHERCHE

Les « nanos » : un thème spécifique ?

Bien que la mise en cause des nano activités s'inscrive dans l'expérience sociale des risques techno-industriels (nucléaire, amiante, OGM...), des spécificités, inhérentes à leur développement, expliquent en partie l'évolution opérée par la contestation civique (Papilloud, 2010). Une particularité essentielle des nano activités est d'embrasser un ensemble, non restreint, d'activités s'étendant de la production industrielle de matériaux à la surveillance des comportements en passant par les biotechnologies et la transformation du vivant (Vinck, 2009 ; Lafontaine, 2010 ; Laurent, 2010). Une seconde particularité est liée aux « promesses » (Chateauraynaud, 2005) largement diffusées qui accompagnent le développement des « nanos », suggérant par exemple, un renforcement de la sécurité ou la transformation de l'humain.

Cependant, pour l'essentiel, les nano activités, considérées ici dans le domaine des nanomatériaux, n'en sont qu'au stade de la pré industrialisation, jusqu'en 2020 tout au moins¹. Les tonnages de nano substances nouvelles se situent à des niveaux ne dépassant qu'exceptionnellement les centaines de tonnes dans le monde (nano tubes de carbone). S'ajoutant aux problèmes, néanmoins évolutifs, de faisabilité technique, la commercialisation se heurte en effet à l'acquis de précaution, valorisé par la société civile, issu du règlement européen « *Registration, Evaluation, Authorization of Chemical Substances* » ou *Reach* : « pas de données, pas de marché ». Dans ce cadre, le risque économique représenté par des difficultés de commercialisation, liées à un boycott potentiel des consommateurs à l'instar des OGM, constitue une face de la précaution mise en œuvre par les groupes industriels (Chaskiel, 2013).

Les données scientifiques sur ces objets, relatives à la fois à leur définition, leurs propriétés ou leurs comportements dans certains milieux, sont en cours de constitution et loin d'être acquises ou stabilisées. Ainsi, l'absence de métrologie *ad hoc* crée une situation non pas d'incertitude, mais bien d'indétermination sur ce qu'il faut évaluer. La production nano technologique fait alors face à une incertitude tant économique que politique, notamment après le « scandale » de l'amiante.

Avec les « nanos », les contestations civiques sont donc confrontées, non pas à une activité identifiée, mais plutôt à des « projets », en termes d'application et de commercialisation des produits. Le caractère générique des applications et l'impossibilité d'en cerner les contours ou d'identifier les produits concernés est au cœur des réflexions et des contestations civiques. Dans cette situation, la perspective d'un affaiblissement de la capacité de contrôle *public* (tant des produits que de leurs effets sur la santé et l'environnement) a fortement contribué à ce que soit questionnée *la légitimité* des recherches sur les « nanos ». L'idée qu'un point de non retour, économique et environnemental, pourrait être rapidement atteint, rendant inopérante toute interruption *a posteriori* des nano activités, représente un aspect essentiel des démarches associatives, ou syndicales, visant à traiter le problème « le plus en amont possible » en interrogeant les politiques de recherche elles-mêmes et en faisant de la maîtrise du développement scientifique, une clé du contrôle des nano produits ou de leurs usages.

.....

¹ Voir par exemple Robert Plana (ancien responsable de programmes de recherche) : « *Les nanotechnologies, une filière entre promesses et interrogations* », Le Monde.fr | 10.04.2013.

« Démocratiser la science » : rupture ou continuité ?

Dès les années 1960, la science et la technique sont analysées comme une idéologie, incluant son rôle politique, notamment dans le débat entre Marcuse et Habermas, portant principalement sur la possibilité ou non d'émanciper les sciences et les techniques des contraintes bureaucratiques et monétaires (Habermas, 1990). Dans la « société du risque » (Beck, 2001, p. 352), les sciences doivent passer des « tests politiques ». Avant les années 2000, la mise en débat public qui affecte certains pans de recherche (issus des controverses internes aux OGM, scandale du sang contaminé...) ne conduit que de façon relativement marginale à une exigence d'intégration civique aux choix scientifiques. Dans cette perspective, la création des Boutiques des sciences dans les années 70 aux Pays-Bas, avec pour objectif de faciliter l'accès aux connaissances ou de répondre à des « besoins » de recherche formulés, le plus souvent, par des associations ou des groupes de citoyens, ou encore celle de « forums hybrides » intégrant les associations de patients dans l'orientation de la recherche biomédicale (Callon et Rabeharisoa, 2008), restent des expériences relativement ponctuelles et ne suscitent pas un engagement associatif élargi.

Les années 2000 marquent une inflexion dans le mouvement de questionnement des sciences et de leurs orientations. D'une part, le mouvement civique s'élargit et, d'autre part, les revendications prennent une autre teneur. Plusieurs associations mettant le problème des politiques de recherche au cœur de leurs démarches se créent durant cette période : Fondation Sciences Citoyennes en 2003, Science et Démocratie en 2005, Vivagora en 2003, Avicenn en 2011... Par rapport aux initiatives des années précédentes, on assiste à une montée en généralisation progressive de la question de la science et surtout à la volonté de redéfinir les formes de participation civique. Le renouvellement de la mise en question de la science et de la recherche par des mouvements issus de la tradition des luttes contre les risques « environnement-santé » n'a donc pas émergé avec la contestation des « nanos ». Au tournant des années 2000, les mobilisations contre les biotechnologies et les OGM ne se sont pas limitées au contrôle des produits et des développements technologiques mais ont ouvert la voie à l'idée « de faire entrer les sciences en démocratie » (Gaudillière et Bonneuil, 2001 ; Joly, 2001). Des expériences comme celles relatées par Kitcher (Kitcher 2010), qui rendent compte du cas des programmes de développement en génomique aux Etats-Unis, contribuent à éclairer les motifs du renouvellement des questionnements relatifs à la science. Alors qu'une partie du financement dédié à l'innovation et aux développements technologiques est attribuée à des projets visant à définir les risques et à élaborer des systèmes de protection, Kitcher explique les échecs des politiques de prévention par l'inefficacité d'une mise en œuvre, *a posteriori*, de mesures de contrôle et de régulation des applications industrielles et de la circulation des produits dans certains domaines d'innovation, comme le vivant par exemple.

Le thème des « nanos » amplifie ce mouvement et tend à le généraliser, mais corrélativement, pose au tissu associatif des difficultés inédites qui conduisent à réinterroger les voies démocratiques traditionnellement privilégiées (débat publics, collaborations entre chercheurs et citoyens...).

Non seulement, plusieurs disciplines scientifiques sont désormais concernées (Miège et Vinck, 2012), mais en outre, les thèmes de recherche sur les « nanos » nécessitent le croisement entre plusieurs champs scientifique, contraignant les chercheurs à établir des

collaborations interdisciplinaires². A cette complexité accrue s'ajoute le fait que les discussions et les confrontations entre les chercheurs n'ont conduit à ce jour à aucun accord sur ce que sont les « nano sciences »³, ni sur le fait qu'elles pourraient constituer, à terme, « un champ de recherche unifié »⁴.

Face à ce constat, les associations s'accordent à reconnaître la nécessité de dépasser le cadre des démarches traditionnelles visant certains pans de recherches identifiés. Les pratiques associatives antérieures, consistant à partir de l'identification d'un problème (pollution géographiquement repérée, maladie rare, produits néfastes pour la santé...) puis de repérer les pans de recherche concernés afin d'envisager des collaborations « chercheurs-citoyens » pour réintégrer des recherches dites « orphelines » (dans le domaine du vivant par exemple) ou d'en ré-orienter d'autres est un schéma qui n'est plus opérant dans le cas des « nanos ». Dans ce contexte, les associations sont amenées à réinterroger à la fois les formes de collaboration entre chercheurs et citoyens ayant prévalu jusqu'ici (tiers-secteur de la recherche, boutiques des sciences, forums de discussion...) et les modes « d'interpellation » de la science (remise en cause des manipulations génétiques, remise en cause de certaines substances chimiques sources de risques majeurs ou de pollution...). La complexité de la situation au sein de la recherche, à laquelle s'ajoute l'étendue des domaines scientifiques concernés, impose aux associations de reconsidérer les modes d'articulation entre la sphère de la recherche et la sphère civique, et la façon dont les groupes civiques pourraient se constituer comme une partie prenante des développements scientifiques. Dans ce contexte, l'idée d'intervenir « plus en amont » dans le choix des orientations de recherche et de « façon plus généralisée »⁵ conduit les différents groupes civiques à engager une réflexion sur le renouvellement des processus de « démocratisation des politiques scientifiques ».

L'enjeu pour les associations confrontées aux annonces « politico industrielles » relatives aux débouchés et aux applications est de dépasser le débat sur la régulation de la science par le système (pouvoir et monnaie) et de l'étendre à des revendications visant à transformer l'institution scientifique et les politiques de recherche. Aux contraintes que le pouvoir politique et le marché font peser sur le développement de la recherche, les réflexions publiques et civiques intègrent le dessin des conditions d'une implication *directe* des composantes de la société civile dans l'élaboration des politiques de recherche.

La mise en question de la science portée par les associations prend sa source dans les expériences antérieures aux « nanos ». Cependant, elle s'étend désormais à l'ensemble des associations traditionnellement engagées dans le domaine des risques environnement-santé et elle est soumise à la nécessité de donner une expression originale et une portée nouvelle à la critique des politiques scientifiques et aux formes d'intégration des citoyens.

.....

² Entre chimie, physique, biologie... Par exemple, les recherches sur la toxicologie et sur l'éco-toxicologie dépendent en partie des avancées en physique et chimie relatives à la caractérisation de certaines substances « nanos ». Entretiens avec des chercheurs

³ Entretiens avec chercheurs sur le site de Toulouse et résultats du séminaire Sonano

⁴ « ... nous avons eu une difficulté dans un comité scientifique de programme national sur les nanos cette année. Plusieurs projets déposés s'affichaient « nanos », mais ce n'étaient pas des « nanos » !! Donc on les a refusés » (entretien avec un chercheur toulousain, mars 2013).

⁵ Entretiens avec des associatifs

Les formes que pourrait prendre cette « intégration civique » font cependant l'objet de désaccords dans le milieu tant associatif que scientifique. A ce jour, la perspective démocratique, consistant à intégrer les citoyens dans les débats présidant aux orientations de la recherche, n'est pas partagée par l'ensemble des associations. Ainsi, la notion de « démocratisation de la politique de recherche » n'est consensuelle qu'en apparence. Allant du simple débat public à une participation plus formelle aux structures institutionnelles de la recherche, la gamme des propositions est large. L'enjeu est alors de repérer si, et le cas échéant en quoi, la société civile peut représenter un contrepoids au système économique et au système politique, intervenant sur la définition des programmes de recherche, sur les financements prioritaires et, plus généralement, sur les orientations scientifiques.

S'ENTENDRE SUR LA « DEMOCRATISATION DE LA RECHERCHE » ?

Quand il s'agit de définir les formes de « participation »

La « montée en généralité » des contestations relatives à la recherche scientifiques met les associations engagées dans le mouvement sur / contre les « nanos » en difficulté, puisqu'elles ne s'accordent ni sur leur analyse des politiques scientifiques (ou le rôle et la place de la science « en » société), ni sur les revendications pratiques à formuler. Les désaccords se situent tant au plan normatif, autour de la définition de la « démocratisation de la recherche » (1), qu'au plan pratique, quand il s'agit d'envisager les solutions qui permettraient de répondre à ce principe ; la notion de « démocratisation de la recherche » ouvre la voie à des expériences et à des solutions variées que l'appel récurrent au « principe participatif » ne suffit pas à rendre convergentes ou cohérentes (2).

(1) D'une part, les différends civiques qui traversent la mobilisation sur et contre les « nanos » s'ancrent dans des dissensions relatives au statut et au rôle à accorder à la recherche scientifique dont on ne sait quelle dimension privilégier : source d'émancipation ou facteur de risques ? Le fait que ces dimensions apparaissent comme inextricablement mêlées freine l'émergence de positions clairement affirmées dans l'espace public quant à la poursuite ou non des recherches sur les « nanos ». Par exemple, la demande d'un « moratoire total sur la recherche » (portée par les Amis de la Terre lors du débat de la CNDP 2009-2010) heurte, de fait, l'exigence d'un renforcement des financements de la recherche en toxicologie ou en écotoxicologie portée par d'autres associations. De façon plus générale, les débats normatifs qui animent le mouvement de contestation contre les « nanos » peuvent être illustrés par les propos de Kitcher selon lesquels la liberté de la recherche ne peut se situer au-dessus de tout principe moral : « Prendre au sérieux l'idée que la liberté à laquelle nous aspirons est celle de définir et poursuivre notre propre vision du bien, c'est admettre la possibilité que des recherches menées sans contraintes peuvent parfois interférer avec l'espèce la plus importante de liberté, tout au moins pour certains membres de la société. » (Kitcher, 2010). En d'autres termes, se pose dans les débats qui animent l'espace public la question de savoir si la production de connaissances doit ou non surdéterminer tout système de valeurs morales et de normes éthiques⁶.

.....

⁶ Entretien avec un chercheur grenoblois : « On ne peut pas demander à une société d'arrêter d'accroître ses connaissances. Ce ne sont pas les connaissances qui posent problème, c'est l'utilisation qu'on en fait. Ça aussi ce sont des débats qu'on a avec les gens ».

(2) Le principe participatif est souvent critiqué par des associations elles-mêmes (Blatrix, 2002 ; Fung et Wright, 2005 ; Rui et Villechaise, 2005 ; Surraud, 2009), et sa portée politique est régulièrement interrogée. Il ne fait ainsi aucun doute que : d'une part le mouvement dit de *constructive technology assesment* (Schott and Rip 1997) [...] *can be seen as a new design practice* » (p. 255), et donc soit encastré dans l'innovation elle-même sans laisser ouverte la possibilité de la rejeter ; d'autre part l'*upstream* engagement puisse être questionné dans son fondement, notamment dans sa capacité à sortir d'une conception linéaire de l'innovation (Joly et Kaufmann, 2008).

Cependant, de façon générale (au-delà du champ des sciences et des techniques), la « solution participative » tend à constituer une perspective démocratique largement défendue par les mouvements civiques ces dernières années (Joly et Kaufmann, 2008 ; Callon et Rabeharisoa, 2008).

Sur le thème des « nanos », si le principe d'une participation à l'élaboration des politiques scientifiques semble largement partagé et représente une position dominante dans le milieu associatif, cette perspective ne conduit pas à des revendications univoques et ne se traduit pas par une convergence immédiate des modalités de sa mise en œuvre. Cette question renvoie à une gamme variée de propositions qui traduisent trois orientations très différentes : (a) celle, classique, d'un développement des « débats publics », que ce soit des débats publics peu procéduralisés et « ouverts » (débats type CNDP, démarches « nanoForum » du CNAM...) ou au contraire des débats très fortement cadrés par la législation comme le projet de « Conférence de Convention » (Les « Conférences de Convention » reprennent, pour l'essentiel, le format des « Conférences de Citoyens »), porté notamment, par la Fondation Sciences Citoyennes ; (b) celle relative à la mise en place de partenariats « citoyens-chercheurs » pour développer certains pans de recherche et collaborer de façon plus étroite à la production de connaissances scientifiques (projets notamment soutenus et mis en place par l'INRA dans le domaine du vivant (Joly, 2010 ;) ; développement du « tiers-secteur de la recherche » par la Fondation Sciences Citoyennes) ; (c) celle, enfin, visant une intégration civique dans les instances de pilotage de la recherche (participation aux Comités des programmes ANR par exemple et/ou participation aux instances de gouvernance de la recherche).

Ces différentes formes de participation ne sont pas équivalentes, ni du point de vue des freins qu'elles pourraient susciter dans le développement de la recherche, ni au niveau des transformations qu'elles pourraient engendrer dans le fonctionnement des institutions scientifiques.

Actées dans le Grenelle de l'environnement, ces revendications civiques ont trouvé, ces dernières années, différents échos institutionnels : le financement d'un programme de recherche par le ministère de l'environnement sur le « co-pilotage de la recherche », le développement des Picri (Partenariat institutions-citoyens pour la recherche et l'innovation) par la région Ile-de-France (programmes de recherches fondés sur une collaboration entre les laboratoires de recherche publics et les organisations de la société civile), les conclusions des Assises de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche (2012) relatives à la « démocratisation des choix scientifiques » (proposition 73), ou encore la mission « sciences citoyennes » du CNRS. Ces démarches et ces positions révèlent bien l'existence d'un mouvement politico institutionnel naissant, relayant les exigences civiques de « démocratisation de la recherche », mais confirment aussi l'absence, à ce jour, d'un format hégémonique ou directeur qui donnerait une traduction à ce principe.

Au-delà des débats et des dissensions qui traversent l'espace public et la sphère politico institutionnelle qui cherche à répondre aux exigences de « démocratisation de la recherche », l'analyse du renouvellement des rapports entre la sphère scientifique et la sphère civique est un élément essentiel pour appréhender le processus de démocratisation des politiques de recherche.

L'émergence d'une tension entre chercheurs et « citoyen non chercheurs »

A partir des années 1970, les différents mouvements qui interrogent les « sciences en société » prennent, pour une large part, leur origine dans le milieu scientifique lui-même. Aux contestations liées aux développements du nucléaire, domaine phare en termes de mobilisations, participent un nombre élevé de chercheurs, sensibilisés par les enjeux politiques et les effets sociétaux de leurs recherches (Topçu, 2007). D'un côté, les critiques visent la régulation de la recherche par l'Etat à des fins politiques ou marchandes et, de l'autre, elles questionnent la portée éthique de la recherche. Ces mouvements ne manifestent généralement pas de clivage ou de tensions entre les chercheurs directement concernés par ces travaux et le tissu associatif. Ils en manifestent d'autant moins que les exigences civiques se limitent essentiellement à la demande d'un « décloisonnement » de la recherche visant des actions de « vulgarisation », de « valorisation » ou de « diffusion de l'information scientifique » (Pailliant, 2005). De ce point de vue, ces exigences sont relativement, et paradoxalement, compatibles avec le modèle du déficit de communication, selon lequel les contestations sont ramenées à des craintes, des inquiétudes, provenant d'une insuffisante (in)formation⁷, d'une incompréhension de ce qu'est la science.

Même quand s'exprime l'idée d'une « collaboration plus étroite » entre chercheurs et associations (ou citoyens), la « coopération » est envisagée de façon *asymétrique* laissant aux chercheurs la détermination du degré et des modalités d'intégration de ces demandes dans leurs recherches. Limitées à ces opérations, les démarches « d'ouverture des recherches » ne soulèvent pas d'opposition de principe au sein des structures scientifiques puisque les chercheurs gardent l'entière maîtrise, non seulement des modalités de leur participation à ces démarches mais aussi la maîtrise des conséquences sur les orientations de la recherche à privilégier. En d'autres termes, dans le cadre de ces démarches, l'idée d'un renforcement des rapports avec les citoyens ne conduit pas à la possibilité pour les citoyens *d'être directement partie prenante* de la définition des orientations de la recherche. Celles-ci restent une compétence réservée aux « professionnels ». Les principes qui conduisent à interroger les rapports entre savoir et pouvoir et à dénoncer les inégalités fondées sur la distinction hiérarchique entre « ceux qui savent » et « ceux qui ne savent pas » restent confinés au cadre des échanges « professionnels » et ne débouchent pas sur une redéfinition profonde des rapports entre chercheurs et « citoyens non chercheurs »⁸.

En France, avec la montée de l'exigence d'un « co-pilotage de la recherche » (ministère de l'Ecologie) qui envisage une participation de représentants de la société civile à l'élaboration des politiques scientifiques, l'enjeu de « l'autonomie » de la recherche devient un motif de confrontation entre les chercheurs et le tissu associatif. Cette

.....

⁷ Ce modèle est explicitement remis en cause par la commission européenne elle-même : *Communicating Nanotechnology, Why, to whom, saying what and how? An action-packed roadmap towards a brand new dialogue*, 2010.

⁸ Entretien avec un chercheur grenoblois : « *je pense qu'avant de parler des « nanos », il faut comprendre ce que c'est. Les gens ne savent pas* ».

revendication heurte un principe « d'indépendance » de la recherche, défendu par le milieu scientifique, même si les contours de ce principe, tel qu'il est porté par les chercheurs, ne sont pas toujours bien définis. De ce point de vue, la mise en cause des rapports entre la science et le pouvoir ou le marché, portée par le tissu associatif, est partagée par les chercheurs et peut donc constituer une *critique commune de la régulation systémique*, c'est-à-dire bureaucratique et monétaire, de la recherche. Cependant, l'idée d'une participation de la société civile à la détermination des orientations et des politiques de la recherche ne représente pas une solution de substitution à un rejet consensuel de la régulation systémique puisque, du point de vue des chercheurs, elle ne constitue que le remplacement d'une contrainte sur les orientations de recherche par une autre. La distinction entre la nature d'une contrainte systémique et des orientations civiques orientées vers la défense d'exigences universalisables n'entre pas dans l'analyse d'une refonte de la gouvernance de la recherche, telle qu'elle est envisagée par les chercheurs. La perspective *participative* provoque et marque donc un clivage entre deux tendances reflétant des acceptions divergentes de la notion « d'ouverture de la science au public »⁹. On peut certes noter des réactions différenciées des chercheurs, explicables par une culture disciplinaire ayant, selon les cas, une tradition d'ouverture plus ou moins grande à la société : en ce sens les enquêtes réalisées auprès de chercheurs des domaines de la physique ou de la biologie, par exemple ne révèlent pas une tendance unique. Pour cette raison, le thème des OGM et celui des « nanos », qui dans ce dernier cas affecte toutes les disciplines scientifiques, ne sont pas comparables du point de vue des relations d'ensemble entre chercheurs et société civile et de leur solidarité, face à une transformation « participative » des politiques scientifiques.

Les motifs de la résistance des chercheurs sont multiples mais les obstacles relatifs à une redéfinition des cadres de la profession sont au cœur des préoccupations : évaluation des laboratoires, évolution de carrière, concurrence internationale, incitation à la recherche finalisée... Par analogie, l'appel aux salariés d'entreprise pour se prononcer sur un déficit de légitimité d'activités ne fait pas abstraction des enjeux immédiats, dont l'emploi, que représentent ces activités pour les salariés. Les enjeux professionnels, les retards, les complications engagées dans toute réorientation ou transformation éventuelle de l'activité de recherche ne peuvent être occultés.

Ainsi, on observe que cette « nouvelle » critique des politiques de recherche échappe aux chercheurs et génère des tensions, voire des oppositions, entre les scientifiques du domaine des « nanos » et la composante associative de la société civile. Les « chercheurs » ne forment pas, bien évidemment, une entité homogène ; un travail ultérieur permettrait de dégager de façon plus affinée les différentes positions et tendances qui traversent les milieux de la recherche scientifique. Cependant, le mouvement interrogeant les nanotechnologies apparaît fragiliser la « coopération » antérieure entre associatifs et chercheurs, dont les demandes étaient jusqu'alors, si ce n'est convergentes dans les dénonciations d'un mésusage de la science et des techniques, tout au moins compatibles.

.....

⁹ L'ensemble des entretiens passés auprès des chercheurs convergent vers cette conclusion.

CONCLUSION

Les débats sur les « nanos » révèlent que les clivages entre chercheurs et acteurs associatifs ne se sont pas institués à partir de la seule mise en cause des nanotechnologies. Ils prennent leur source dans le problème posé par le devenir de la recherche, faisant des conditions de travail dans les laboratoires, du fonctionnement de l'institution scientifique et des structures d'évaluation de la recherche, des enjeux publics. Cette situation tranche avec une histoire des relations entre chercheurs et groupes civiques, marquées, en tendance, par une convergence et des coopérations ou, au moins, l'absence d'opposition publique des points de vue. La nature et la profondeur du clivage doivent alors être analysées de façon extensive. En particulier, la perspective d'une « démocratisation de la recherche » implique que soient explicitées et ajustées les formes de participation civique et, corrélativement, que soient mieux repérées les grandes transformations de la recherche qui sont en cours à travers l'expansion des nano activités. Il est, par exemple, nécessaire de questionner la position selon laquelle les façons d'agir se déployant au sein de la sphère de la recherche *et* dans le tissu associatif seraient « spontanément » convergents. La solidarité entre chercheurs et « citoyens non chercheurs » est plus souvent un implicite qu'une hypothèse d'action et de revendication des associations et n'a pas véritablement de fondation conceptuelle. L'activité de production de connaissances scientifiques – telle qu'elle est contrainte et institutionnalisée - et les exigences se formant dans la société civile ne sont pas nécessairement conciliables. Elles relèvent de deux espaces sociaux différents dont les opérations renvoient à des modes de coordination hétérogènes : processus de production et de validation des connaissances scientifiques sur laquelle pèsent les contraintes systémiques, d'une part, revendications universalisantes, d'autre part, ne sont pas immédiatement superposables, même si les chercheurs s'interrogent sur l'usage et la mise en œuvre de leurs résultats et même si les acteurs associatifs se servent de résultats scientifiques pour nourrir leurs demandes.

A ce stade, il convient donc de discuter l'hypothèse envisageant que des rapports privilégiés entre chercheurs et société civile représentent un levier de la transformation des politiques de la recherche. La nature des rapports entre le tissu associatif et le milieu de la recherche - comme la capacité ou la volonté des chercheurs de questionner leur propre activité - pèsent fortement sur les conditions de transformation de l'action étatique dans ce domaine. S'il est question de co-pilotage de la recherche par exemple, autrement dit d'un élargissement de la participation des porteurs d'enjeu à la définition des orientations de recherche, les conditions d'une convergence des points de vue ouvrant sur une coopération et une solidarité entre chercheurs et société civile doivent être questionnées. Cependant, l'évolution de la politique de recherche ne se trouve pas fondamentalement conditionnée par la solidarité politique entre chercheurs et associations. La question d'une mobilisation principalement « extérieure » à la sphère de la recherche, au sens d'une mobilisation qui ne s'appuierait pas sur l'adhésion des chercheurs aux revendications associatives, doit être posée et analysée théoriquement pour définir les contours d'un « co-pilotage de la recherche ».

BIBLIOGRAPHIE

Beck, Ulrich (2001), *La société du risque*, Paris, éditions Aubier.

Bensaude-Vincent, Bernadette (2003), *La science contre l'opinion. Histoire d'un divorce*, Paris, Les empêcheurs de penser en rond.

- Blatrix, Cécile (2002), « [Devoir débattre. Les effets de l'institutionnalisation de la participation sur les formes de l'action collective](#) », *Politix*, n°15/57, p.79-102.
- Bonneuil, Christophe (2004), « Les transformations des rapports entre sciences et société en France depuis la seconde guerre mondiale : un essai de synthèse », *Actes du colloque « Sciences et médias »*, ENS-Lyon.
- Callon, Michel et Rabeharisoa, Vololona (2008), « [The growing engagement of emergent concerned groups in political and economic life](#) », *Science Technology Human Values* March vol. 33 n°2, p. 230-261
- Chaskiel, Patrick (2013), « Syndicalisme et nanotechnologies. De l'espace des relations professionnelles à l'espace public des risques », *Sociologie du travail*, vol 55(4), octobre-décembre (à paraître)
- Chateauraynaud, Francis (2005), « Nanosciences et technoprophéties. Le nanomonde dans la matrice des futur », Version du 30 avril, http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/11/19/98/PDF/nanotechnos_FC.pdf
- Debailly, Renaud (2010), « *La critique radicale de la science en France : Origines et incidences de la politisation de la science en France depuis Mai 1968* », Thèse de sociologie sous la direction de Terry Shinn et Michel Dubois, Université Paris-Sorbonne.
- Fung, Archon et Wright Olin (2005), « Le contre-pouvoir dans la démocratie participative et délibérative », in Bacqué M-H, Ry H et Sintomer Y (dir.), *Gestion de proximité et démocratie participative*, Paris, La Découverte.
- Gaudilliere, Jean-Paul et Bonneuil, Christophe (2001), « A propos de démocratie technique », *Mouvements*, n°18, p. 73-80.
- Habermas, Jürgen (1990), *La technique et la science comme « idéologie »*, trad., Paris, Gallimard.
- Joly, Pierre-Benoît, (2001), « Les OGM entre science et public ? Quatre modèles pour la gouvernance de l'innovation et des risques », *Economie Rurale*, n°266, p. 11-29.
- Joly, Pierre-Benoît, (2001), Intervention au Séminaire du programme Concertation Décision Environnement : « Co-construire des programmes de recherche avec les ONG: quels enjeux, quels défis? » Le 11 février 2010 à l'Engref, Paris.
- Joly, Pierre-Benoît et Kaufmann, Alain (2008). « Lost in translation? The need for 'upstream engagement' with nanotechnology on trial ». *Science as Culture* Vol. 17(3), p. 225-248.
- Kitcher, Philip (2010), *Science, vérité et démocratie*, Paris, PUF.
- Lafontaine, Céline (2010), *Nanotechnologies et sociétés*. Montréal, Boréal.
- Laurent, Brice (2010), *Les politiques des nanotechnologies : pour un traitement démocratique d'une science émergente*, Paris, ECLM.
- Le Roux Thomas, Letté Michel (2013), *Débordements industriels. Environnement, territoire et conflit, XVIII^e-XXI^e siècle*, Presses Universitaires de Rennes.
- Miège, Bernard et Vinck Dominique (coord.) (2012), *Les masques de la convergence. Enquêtes sur sciences, industries et aménagements*, Paris, Editions des archives contemporaines.
- Pailliant, Isabelle (coord.) (2005), *La publicisation de la science, exposer, communiquer, débattre, publier, vulgariser*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- Papilloud, Christian (2010), *Gouverner l'infiniment petit*. Paris, l'Harmattan (série Sociologies européennes).
- Pestre, Dominique (2003), *Science, argent et politique*, Paris, Editions INRA.

Pestre, Dominique (2007), « Science, politique et démocratie », *Cahier d'histoire. Revue d'histoire critique*, n°102, p. 109-126

Rui, Sandrine et Villechaise-Dupont, Agnès (2005), « Les associations face à la participation institutionnalisée : les ressorts d'une adhésion distanciée » *Espaces et Sociétés*, n°123/4, p. 21-36

Schot Johan, Rip Arie (1996), « The Past and Future of Constructive Technology Assessment” *Technological Forecasting and Social Change* » 54, p. 251-268 (http://doc.utwente.nl/34163/1/the_past_and_future.pdf)

Suraud, Marie-Gabrielle (2009), « Espaces publics intermédiaires et risques industriels : la concertation après la catastrophe d'AZF », L. Mermet et M. Berlan-Darqué (Editeurs scientifiques). *Environnement : décider autrement. Nouvelles pratiques et nouveaux enjeux de la concertation*, Paris, l'Harmattan, p. 215-233

Topçu, Sezin (2007), « Les physiciens dans le mouvement nucléaire : entre science, expertise et politique », *Cahier d'histoire. Revue d'histoire critique*, n°102, p. 89-108.

Vinck, Dominique (2009), *Les Nanotechnologies*. Paris, Le Cavalier Bleu.

Médiation de la médiation au musée du Louvre

Des logiques de recherche au sein d'un projet politique

Article inédit, mis en ligne le 29 mars 2014

Yves Jeanneret & Camille Rondot

Yves Jeanneret et Camille Rondot sont chercheurs au GRIPIC EA 1498 - Université Paris Sorbonne (Celsa) - Sorbonne universités.

Plan

Introduction

L'écriture en musée : une approche politique et globale de la médiation

 Une recherche action inscrite dans une histoire et une politique

 L'espace complexe des écritures en musée

 Une poétique entre grammaire et geste créateur

La médiation des médiations

 De la médiation aux médiations, une notion polychrétique

 La médiation, un principe communicationnel ouvert, à la rencontre d'un cadre contractuel

 La médiation comme processus d'ajustement et comme condition de possibilité : le rôle de l'économie organisationnelle des écritures

Conclusion

Références bibliographiques

Notes

RESUMÉ

L'article présente la portée scientifique d'une recherche-action menée au Musée du Louvre. Agissant dans le cadre d'un projet politique de refonte globale de l'accueil des publics, les chercheurs ont élaboré un modèle théorique et des outils de médiation permettant de prendre en charge toute la complexité d'un monde d'écritures traversé par de multiples enjeux. Pour ce faire, par-delà les interventions proprement muséographiques, les multiples formes de l'écriture en musée ont été repérées et intégrées à une approche de la place de l'institution dans l'espace public et des multiples logiques de communication que son intervention mobilise. En outre, la traduction de ce modèle en un dispositif de médiation réellement ancré dans la réalité de l'institution et de ses publics a supposé un dialogue avec l'équipe des médiateurs pour inventer des formes documentaires et médiatiques capables de concilier l'appropriation d'une démarche et l'initiative locale des acteurs : une médiation de la médiation. Ce travail est l'occasion d'un retour réflexif sur l'économie des écritures dans le musée, le sens donné par les différents acteurs à la médiation et la circulation des savoirs entre médiateurs et chercheurs.

Mots clés

Écriture en musée - médiation - logique de communication - recherche-action - trivialité - public

ABSTRACT

This paper brings into light the scientific dimension of an applied research project in the Louvre Museum. Within the frame of the plan adopted by the museum to globally reshape communication

with the visitors, the researchers conceived a theoretical framework and several mediation tools in order to support the complexity of a world of writing involving different stakes. For this purpose, beyond the interventions limited to museology, the various forms of writing in museum were identified and integrated into a reconsideration of the place of the institution in the public sphere and of the multiple rationalities of communication underlying its interventions. In addition, the translation of this model into an apparatus of mediation, grounded in the reality of the institution and its audiences, required a dialog with the team of mediators in order to create documentary and media forms able to simultaneously promote the appropriation of a common frame of action and adapt the forms of communication to local and specific purposes: i.e. a mediation of mediation. This research gives an opportunity to reflect on the economy of the forms of writing in the museum, the various meanings given by actors to mediation and the sharing of knowledge among mediators and researchers.

Key words

Writing in museum - mediation - applied research - communication rationalities - audience

RESUMEN

El artículo presenta el ámbito científico de la investigación-acción en el Museo del Louvre. Los investigadores - actuando en el enmarcado en un proyecto político de reforma integral de la recepción del público - han desarrollado un modelo teórico y herramientas de mediación para manejar la complejidad de un mundo de la escritura atravesado de múltiples estacas. En este respeto, más allá de las intervenciones museográficas en sí mismo, se identificaron las varias formas de escritura que fueron integradas a un enfoque sobre la función de la institución en el espacio público y las múltiples lógicas de comunicación que su intervención moviliza. Además, la traducción de este modelo en un aparato de mediación realmente arraigado en la realidad de la institución y de sus públicos supone un diálogo con el equipo de mediadores para inventar formas documentales y mediáticas capaz de conciliar la apropiación de un enfoque y la iniciativa local de actores: la mediación de la mediación. Este trabajo es una oportunidad de reflexión sobre la economía de las escrituras en el museo, el significado dado por los diferentes actores a la mediación y la circulación de conocimientos entre los investigadores y los mediadores.

Palabras clave

Escritura en Museo - Mediación - Lógica de comunicación- Investigación-acción - trivialidad

INTRODUCTION

Nous proposons ici l'analyse d'un processus de création concertée d'un ensemble de dispositifs de médiation destiné à accueillir et accompagner le visiteur de musée dans sa propre démarche. Un tel processus d'écriture collective, déployé dans le cadre organisationnel et politique d'un musée de premier plan international, le Louvre, est par son existence même et son ampleur en mesure d'affecter globalement la relation qu'un musée entretient avec ses publics. Il est porteur d'un point de vue très large sur la communication puisque le caractère délibéré du projet conduit à qualifier le geste de fréquenter le musée à la fois comme une démarche spatiale (marche en avant(1)), sociale

(relation d'hospitalité), culturelle (appropriation d'œuvres et de savoirs) et politique (regard sur l'institution). Approche multidimensionnelle qui autorise et même exige la prise en compte de formes multiples de communication et qui se place d'emblée dans un espace de circulation des discours et d'hétérogénéité de leurs usages.

Un tel processus suppose une théorisation de la démarche de médiation, de ses formes et enjeux ; il repose sur une stratégie revendiquée par l'institution (le projet Pyramide (2)) ; il donne lieu à un travail d'élaboration, de concertation et d'écriture complexe, polyphonique et ancré dans la structure organisationnelle du musée ; il est fortement marqué par l'identité historique, politique et culturelle de l'institution mais soulève des enjeux qui traversent l'espace public contemporain de la culture et souligne ainsi la structuration de ce dernier sur les plans territorial, national et international.

Les auteurs de l'article ont été impliqués dans ce processus selon une modalité de recherche-action (3) décrite ci-dessous. L'objet du présent article n'est pas toutefois d'en exposer les résultats, qui opèrent au sein du musée sous la forme de ressources d'écriture actuellement à l'œuvre, mais de revenir sur cette expérience dans le but d'en tirer une analyse susceptible de concerner les dynamiques sociales d'un espace public de la culture. Une telle analyse doit prendre en compte la singularité de l'institution et la compétence particulière de l'équipe de médiateurs – y compris leur importante culture de la recherche – autant que le cadre politique de l'action. En effet, la démarche initiée par le Louvre et la manière dont ce dernier a sollicité le concours de chercheurs sont très originales et il serait absurde de généraliser aux musées cette situation très spécifique. Toutefois, on prendra ici une distance pour comprendre comment ce type particulier d'interaction entre acteurs du musée et chercheurs (4) révèle certains enjeux et certains problèmes théoriques et pratiques liés plus largement au rôle qu'une institution muséale peut se donner dans l'économie générale de la circulation sociale des savoirs. Enjeux et problèmes que le présent article s'emploie à théoriser par un retour critique sur des contraintes, des initiatives, des implications – interrogeant, pour parodier Joëlle Le Marec, « ce que le terrain fait aux concepts » (2002).

Plusieurs questions interagissent dans une telle perspective. L'approche politique et globale de la médiation engage un objet complexe, l'écriture *en musée* (5), pris dans sa globalité tant en vertu des catégories pragmatiques à l'œuvre (ici la marche en avant) que de la complexité des espaces pris en compte (ici, le palais entier) et des outils politiques envisagés (ici, une charte). Mais à une échelle plus circonscrite les dispositifs documentaires conditionnent la mise en œuvre de ces écritures complexes, notamment la communication entre chercheurs et médiateurs. Or ces productions ne prennent sens que dans le cadre plus large d'une économie organisationnelle des écritures qui s'avère déterminante dès qu'on tente d'associer la question du discours à celle des écrivains (6) : l'écriture effective s'avère suspendue entre le *que dire* ? et le *qui signe* ?, deux questions qui sont respectivement fondamentale et cruciale. Les relations entre ces trois plans d'action (modèle communicationnel, outils de médiation, économie des écritures) mettent en relief une difficulté insistante et transversale qui est celle de la définition d'une posture des chercheurs, plus exactement de sa redéfinition constante. Ce qui suscite une réflexivité particulière concernant la façon dont cet espace de pratiques interroge les catégories de la recherche en communication comme la manière dont ce travail concerté entre chercheurs et acteurs renvoie au musée certains questionnements sur son rôle politique et son identité.

Comme on peut le voir, cette recherche concerne le musée et elle suppose une prise en compte précise des exigences muséographiques, mais elle ne relève pas de la seule muséologie. Son intérêt particulier tient au fait qu'elle se situe à la croisée d'une approche des médiations de la culture, des enjeux sociopolitiques de la circulation des savoirs et valeurs, des dispositifs de communication en organisation et des enjeux communicationnels de la recherche en sciences humaines. Selon nous, l'enjeu principal du projet ici décrit n'est pas de produire une innovation de plus dans tel dispositif de communication ou dans telle médiation sémiotique des objets – ce qui se produit de fait – mais

plutôt de mettre à l'épreuve une capacité du musée à intervenir dans une économie politique de la circulation des objets et valeurs de la culture (Bouquillion, Miège et Moeglin, 2013) : jusqu'à quel point et sous quelle forme le musée peut-il avoir prise sur ces processus complexes et dépendant de multiples déterminations ? Dans un contexte historique, politique et économique où le musée n'est pas seul maître de la vie triviale des êtres culturels (Jeanneret, 2008), il peut agir sur celle-ci, l'infléchir, la stimuler, à la fois par une visée politique, par une action créative (poétique) sur les dispositifs et par la définition d'une certaine figure médiationnelle de l'institution.

C'est pourquoi les objets concrets que cette recherche s'emploie à transformer en objets de recherche (Davallon, 2004) info-communicationnels (7) – fondamentalement le musée, la médiation, l'écriture – reçoivent une définition complexe et multidimensionnelle. Il faut bien noter que si cet enjeu est manifestement en écho avec les préférences théoriques des chercheurs (8), il est avant tout tributaire d'un parti adopté par les responsables du musée avant même le début de cette recherche, celui d'un effort politique pour qualifier ces mêmes catégories (médiation, écriture, musée lui-même) à partir d'une approche des missions d'un musée public international multidimensionnelle, non réduite à la technique et non circonscrite à un public spécialisé.

L'ÉCRITURE EN MUSÉE : UNE APPROCHE POLITIQUE ET GLOBALE DE LA MÉDIATION

Si le projet de comprendre ce que signifie *écrire en musée* structure l'approche scientifique proposée ici, le cadre politique dans lequel cette question s'est posée détermine le tour qu'a pris la relation entre concepts et terrain : un contexte marqué par la présence de savoirs constitués sur la médiation, une écriture non réduite à la muséologie et un système de communication dynamique, en redéfinition constante.

Voici succinctement résumé le cadre de cette recherche-action. L'établissement public du musée du Louvre a publié début 2011 un appel à marché public de prestations intellectuelles concernant la définition de la ligne éditoriale de médiation du Projet Pyramide, concours qui a été remporté par l'équipe du Gripic (Celsa) avec une proposition intitulée « Accompagner la marche en avant du visiteur », projet élaboré dans le cadre du programme scientifique de la chaire pour l'innovation dans la communication et les médias. Ce marché concernait une prestation consistant principalement en la rédaction d'un document pilote, intitulé « Charte éditoriale de la médiation », mais il est apparu d'emblée qu'il supposait en réalité une intime coopération entre les chercheurs impliqués et l'équipe de la DPPEA (9) et qu'un dispositif plus complexe serait indispensable pour remplir les objectifs poursuivis, structurer et accompagner un processus de déploiement graduel, sur plusieurs années, de dispositifs destinés à occuper l'ensemble du musée. Le travail a été mené sur un peu plus d'une année, avec une séquence d'implication dans l'équipe de médiation (DPPEA) et une série de rencontres avec les acteurs de la direction, de la conservation et de la médiation ; il a abouti, outre la rédaction et la validation de la charte, à la production d'un ensemble documentaire complexe (décrit ci-dessous) et à l'organisation d'un séminaire réunissant les protagonistes du projet Pyramide.

Une recherche action inscrite dans une histoire et une politique

La direction des publics du Louvre (10) a commandé plusieurs études sur la forme des documents, leur intégration aux espaces d'exposition, les usages et pratiques des visiteurs. Cela crée les conditions dans la durée pour une collaboration confiante entre acteurs et chercheurs pour observer les usages, d'abord dans le cadre d'espaces d'exposition définis. Les acquis de ce type d'analyse, qui se fonde sur la théorie de l'exposition comme média (Davallon, 1999), l'étude sémio-linguistique des écrits de médiation muséale (Jacobi, 1998 ; Poli, 2002) et l'évaluation qualitative en muséologie (Le Marec, 2007), constituent un fonds conceptuel déterminant pour le travail ici décrit. Peu à peu des approches plus transversales ont élargi le cadre d'interprétation vers l'espace matériel, relationnel et symbolique du musée dans son ensemble : ainsi, une étude consacrée à la place des textes et de la

lecture a dégagé quelques traits structurants d'un paysage et d'une culture des écrits dans le musée (Jacobi et Jeanneret, 2007). Dans un tel contexte, l'écriture muséographique reste déterminante, mais elle interagit avec une multiplicité de pratiques.

Lorsque l'équipe de recherche a engagé le nouveau projet consistant en l'élaboration d'une charte éditoriale de la médiation, la DPPEA et les chercheurs partageaient ces constats effectués dans la durée : caractère labyrinthique du musée, feuilletage de projets différents de médiation, écriture adressée à un large public mais régie par une discipline experte, multiplicité des discours qui traversent le musée (11).

Toutefois, le projet de réaliser une charte éditoriale de la médiation a une source plus institutionnelle. Il s'inscrit dans une démarche concernant le musée dans son ensemble et incarne une volonté politique de la direction du musée. D'échanges structurés menés au sein du musée émanait un projet dans lequel l'institution s'était engagée depuis plusieurs années avec en 2006 le schéma directeur du projet (intitulé « Pyramide ») puis un document essentiel, intitulé « Réinventer la médiation », rédigé en octobre 2010, base de discussion fondamentale à partir de laquelle le concours des chercheurs à un tel projet politique fut envisagé.

Ce dernier document est essentiel pour les chercheurs, puisqu'il oriente l'espace de leur pratique. Par son titre et son énonciation éditoriale (12), il légitime la notion de médiation et confirme le rôle des spécialistes des publics (DPPEA) qui apparaissent comme moteurs du projet sans pouvoir toutefois revendiquer une pleine qualité d'auteurs pour une écriture qui engage l'ensemble des acteurs du musée. En cohérence avec les constats relatifs aux tensions qui traversent le monde des écrits du musée, ce texte programmatique marque des partis pris sur lesquels le travail s'appuiera, par exemple une approche symbolique et non simplement technique de la notion d'accueil et un souci assumé des publics peu familiers de l'art. On y lit par exemple la phrase suivante, qui servira de point d'appui à l'intervention : « Il ne s'agit pas de faire croire à une simplicité illusoire mais au contraire de proposer, avec toutes les garanties scientifiques d'une vulgarisation exigeante, un ensemble de "premières marches" mettant à la portée des moins instruits des choses de l'art les clés de base pour faire évoluer progressivement leurs regards [...] » (13) L'équipe engagée dans la recherche-action peut donc se référer à un « corps de doctrine » qui la dispense d'avoir à produire elle-même les principes de son action ; et, bien entendu, elle s'engage dans le projet parce qu'elle souscrit globalement à ces principes. Enfin, ce document pilote définit l'espace de la communication en invitant le musée à raisonner en termes de « marche en avant » du visiteur, ce qui a deux conséquences : d'une part, présenter le musée comme un lieu à parcourir et à investir, d'autre part décloisonner le travail sur les écrits en imposant la nécessité de prendre en compte toutes les logiques de communication auxquelles le musée est confronté, depuis sa présence dans l'espace de la cité jusqu'à la présentation des œuvres, en passant par les multiples moments de la découverte et du choix. Ces principes de médiation interfèrent avec un volet de réorganisation des espaces physiques du musée, développé parallèlement par une équipe d'architectes et de designers, ce qui fait que l'expérience de création des médiations interagit avec un cadre matériel de dispositifs lui-même mouvant.

L'espace complexe des écritures en musée

Pour prétendre intervenir dans un tel espace, il est indispensable de le penser, c'est-à-dire de comprendre à la fois la façon dont il fait communication et la manière dont il peut être structuré. Il n'est pas question de développer ici l'ensemble des outils conceptuels qui ont été proposés. On se bornera à montrer, à partir de quelques exemples limités, en quoi consiste la teneur théorique de ce travail. On peut pour cela partir de la relation qu'une telle recherche entretient avec la tradition muséologique, une relation marquée par un décalage significatif dans le fil d'une continuité forte. Nous sommes dans un espace surdéterminé par la spécificité de l'exposition comme média et du

musée comme institution (Davallon, 1999). Non seulement les formes médiatiques imposent d'associer des signes très hétérogènes, mais l'objet y joue un rôle déterminant, car c'est autour de lui que s'organisent les parcours et les pratiques (14). D'autre part, visiter un musée n'est pas seulement découvrir un message, c'est interagir avec une institution et lui attribuer un discours. Ces deux enjeux, ici résumés de façon très sommaire, détournent donc d'emblée de vouloir normaliser trop fortement les espaces de communication : en effet, seul un travail fin et spécifique dans chaque espace peut définir la pertinence d'une proposition et toute « marche en avant » débouche sur une pluralité de dimensions et d'enjeux de la relation au lieu, à l'institution, au discours sur la culture. D'une certaine façon, la recherche est donc le prolongement de la problématique de la muséologie comme forme communicationnelle, à ceci près qu'elle se déploie dans un espace qui, loin d'être marqué par un projet singulier au sein d'une exposition particulière, ouvre d'emblée le travail vers la circulation sociale des formes et discours du musée, en interaction avec l'institution, le marché, les pratiques culturelles, les industries touristiques.

Par rapport au cadre architectural de Pyramide, qui définit l'enveloppe formelle de la marche en avant, la charte de la médiation vise à créer une dynamique de représentation, de sens et de choix. L'enjeu est la création d'un espace *pratiqué* (Certeau : 1990). Le parti pris de découper le musée en parcours et en pôles définit une logistique d'espaces associée à une grammaire d'entités : parcours, points de ponctuation, unités de taille variable. Certains espaces sont fortement individualisés, par exemple le hall situé sous la pyramide de Pei qui constitue un espace de présentation du projet muséal dans sa cohérence. D'autres sont plutôt spécifiés par leur place fonctionnelle qui caractérise une série : zones, points d'accueil relais, séquences muséographiques (15). Dans la mesure où l'approche globale des dispositifs privilégie la marche en avant, l'impératif de lisibilité et de cohérence s'impose au système général de la communication ; toutefois, seule la singularité des œuvres et des savoirs peut donner sens localement à chaque parcours et à chaque choix médiatique. La clarté d'une démarche et d'un discours du musée, d'un côté, de l'autre la pertinence d'une proposition d'expérience de visite, sont les deux pôles entre lesquels se déploient les multiples étapes d'un choix subjectif, individuel ou collectif.

Une poétique entre grammaire et geste créateur

Effectuer ces constats, c'est aller vers des *concepts médiateurs* (16), capables d'incarner une structure transversale, tout en se pliant à un travail poétique et local qui constamment les précise, les concrétise ... et les altère. Mais la focale large, le regard transversal, donnent du relief à un certain nombre de distinctions. Le fait de considérer dans sa globalité la marche en avant du visiteur aide à dénaturer ce qui paraît évident dans les musées, par exemple l'idée que le visiteur serait un avatar de l'étudiant d'art. Le musée regarde son visiteur comme un citoyen confronté à une institution politique, un usager qui déploie des programmes d'activités, un amateur qui ajuste sa relation au monde culturel et aux médias, autant que comme un adepte de l'art qui contemple et apprend.

Il est donc possible de distinguer des logiques de communication qui peuvent se déployer tout au long de la marche en avant du public : une *logique pragmatique*, qui permet à l'usager de s'approprier des ressources, une *logique relationnelle*, qui régit la relation entre l'institution musée et son public, une *logique représentationnelle*, qui porte le discours que le musée tient sur son monde, une *logique didactique*, orientée vers la construction de savoirs et une *logique contractuelle* qui fournit un mode d'emploi de la communication du musée. De la même façon, la construction des médias ne peut être ni anticipée ni formalisée de façon rigide d'un espace à l'autre, mais repérer la façon dont les dispositifs jouent des espaces peut être une aide pour concilier cohérence et créativité : ainsi peut-on prendre en compte *l'espace disposé* (que définissent les lieux et l'exposition), *l'espace vectorisé* (que dessinent les types de parcours proposés aux visiteurs), *l'espace médiatisé* (fondé sur

les supports et les formes médiatiques) et *l'espace représenté*, (qui résulte du travail du musée pour élaborer son monde idéal).

Ces notions, qui synthétisent toute une muséologie communicationnelle, présentent un caractère de généralité et de plasticité qui les rend malaisées d'accès ; mais elles correspondent à des objets bien tangibles, certes toujours différents. Il s'agit par exemple de comprendre que l'éparpillement de plusieurs tableaux de Ingres dans des zones très éloignées du musée (*espace disposé*) impose un parcours très improbable (*espace vectorisé*) au visiteur qui entend tirer profit du rapprochement entre deux toiles proposé par un cartel (*espace médiatisé*) et d'en tirer certaines conclusions sur la façon dont le musée aborde le monde de la peinture française (*espace représenté*) (17). Comme le montre l'exemple, c'est le fait que ces espaces interagissent et se déterminent toujours mutuellement, mais selon des figures infinies, qui rend indispensable ce niveau conceptuel de l'analyse. Bien entendu, il existe nombre de solutions différentes au problème ici décrit (tiré d'une étude antérieure) : déplacer les toiles, éliminer l'allusion présente sur le cartel, proposer des reproductions en situation de visite, etc.

Ce travail est marqué par une recherche constante de compromis entre deux définitions de la poétique, l'une comme grammaire des formes possibles, l'autre comme geste singulier de création, qui sollicite beaucoup les conceptions établies de la recherche : ce qui questionne incontestablement la prétention théorique de la recherche en communication. Mais, d'un autre côté, il occasionne un travail heuristique important de la part des chercheurs. Prenons ici un exemple unique, celui des reproductions d'œuvres, nommées dans le projet initial « œuvres phares ». Elles sont innombrables au sein du musée pour des raisons qui convoquent toutes les logiques de communication précédemment écrites. Il s'agit d'objets-signes qui condensent les enjeux de la marche en avant et restent tendus entre l'aura de l'œuvre et la reproductibilité du signe. Objets qui sont appelés à jouer un rôle très important dans les jalons d'une marche en avant, en vertu de leur capacité à évoquer, par métonymie, tout le monde du musée comme par anticipation (18). Or la recherche a montré qu'un travail méthodique pouvait s'organiser autour de ces images, dans la mesure où elles sont le lieu d'une dialectique entre identité et altération. Toujours les mêmes en tant que représentantes d'une œuvre, elles changent en permanence de fonction sémiotique (de signification et de modalité d'interprétation) en vertu des logiques de communication qu'elles servent, mais aussi des contextes dans lesquels elles s'insèrent, à la jonction entre un espace de représentation médiatisé par l'image photographique et un espace vectorisé par la marche en avant : le visiteur qui avance mobilise en même temps la *sémiosis sociale* (Veron, 1986) qui saisit et transforme en permanence les œuvres-signes. À l'entrée du musée, la reproduction d'œuvre participe à la représentation des ressources du musée et elle peut susciter une interrogation sur le projet de visite ; dans un point relais important, elle aide à se représenter la structure des collections et promet en quelque sorte un type de délectation ; au sein des séquences muséographiques, elle complète la perception d'un champ de l'art et de l'histoire ; face aux œuvres, elle se prête à tout le travail d'écriture de la médiation des savoirs. Partout, elle incarne une conception de l'art et sa charge idéologique.

Ces concepts dynamiques, destinés à accompagner un travail d'écriture en équilibre entre cohérence et créativité, doivent être eux-mêmes travaillés, appropriés, socialisés. Le but des chercheurs, en les proposant, n'est pas de donner des leçons aux acteurs des musées, mais de développer des ressources pour penser ensemble les exigences et les enjeux d'un geste de médiation.

LA MÉDIATION DES MÉDIATIONS

La mise en place de ces concepts médiateurs, pour penser la médiation dans un espace complexe comme le Louvre, nous a amenés à interroger notre propre posture et notre forme d'implication dans le projet. Si la production d'une « charte éditoriale de la médiation » a révélé la nécessité de

travailler de concert avec les équipes du musée du Louvre, cette collaboration particulière et notre fréquentation assidue « des murs de la DPPEA » nous ont amenés à produire au-delà de principes de médiations propres au projet une réflexion sur la médiation de la médiation.

Ceci est lié à la dimension problématique de la notion de médiation qui s'accroît dans le cadre d'une recherche-action. En effet, ce cadre, bien spécifique, amène le chercheur à faire se rencontrer son approche de la médiation, elle-même liée à une théorie de la communication, avec celles qui circulent dans l'institution et qui sont mobilisées, tant par les professionnels de la médiation conçue comme un métier (sont considérés comme médiateurs les acteurs de la DPPEA qui conçoivent les dispositifs de médiation du musée) que par les acteurs de conduite d'un projet défini politiquement comme affectant la posture du musée. On voit plus précisément se confronter trois définitions de la médiation : la première qui circule au sein de l'espace académique des sciences de l'information-communication et de façon plus partielle en sociologie de la culture ; la seconde qui appartient à la culture professionnelle des médiateurs et définit leur modèle professionnel (19) élaboré dans le temps long ; la troisième qui émane de l'organisation opérationnelle d'un projet de grande ampleur, à certains égards industriel, et qui exprime une division du travail organisationnel. En d'autres termes, la pratique de la recherche est immédiatement en prise avec le statut multiple de la médiation, pratique institutionnelle, geste militant et concept scientifique (Bordeaux, 2003 ; Thonon, 2004 ; Caune, 2010). Ainsi « la mixité des savoirs mobilisés ne vient pas que du chercheur, elle vient du terrain lui-même, des situations dans lesquelles il est plongé. Sur le terrain, le chercheur ne peut maîtriser la signification des situations de communication, qui engagent d'autres acteurs que lui-même, et dont le sens global ne peut être revendiqué par une seule des parties. » (Le Marec, 2002). Il s'agit donc de s'interroger sur un travail de co-construction du sens donné à la médiation et s'incarnant dans un objet particulier : « la charte éditoriale de la médiation ». En effet, il a été question de concevoir, à travers cet objet, à la fois, une conceptualisation des formes de médiation amenant à produire un document de référence général, et une réflexion sur les formes de médiation à l'égard des acteurs du Musée : en d'autres termes une médiation des médiations.

Le chercheur qui produit cet objet particulier est amené lui-même à adopter une démarche de médiation, pour trouver en quelque sorte un langage commun et surtout des outils partageables susceptibles de faire le lien, entre les approches des deux catégories d'acteurs (académiques et muséaux) impliqués dans le processus de travail. Ce constat initial et essentiel entraîne deux déplacements, que l'équipe a compris et intégré à la stratégie de recherche progressivement (sans en avoir initialement une conscience claire). D'une part, on sort clairement de la logique du « produit » ou du « livrable » dont les chercheurs seraient les seuls auteurs, et dont on pourrait mesurer, a posteriori, la conformité avec la « commande », au bénéfice de l'élaboration dialoguée d'un dispositif de médiation qui doit intégrer les savoirs produits par la recherche (20). D'autre part, la dimension de l'ingénierie documentaire devient déterminante dans cette polyphonie : en effet, il s'agit bien d'inventer un dispositif info-communicationnel, un complexe documentaire permettant la circulation des idées, principes et façons de faire ; d'abord entre les chercheurs et les acteurs de la médiation, puis entre les multiples contributeurs du projet Pyramide au sein des différents services du musée. L'importance de ce travail de recherche de la bonne forme documentaire hybride (Couzinet et Courbières, 2011) dans une communication à la fois spécialisée et polyphonique est apparue peu à peu. Elle a conduit à chercher des formes textuelles, des genres discursifs, des supports manipulables qui s'apparentent à la logique de la « vulgarisation exigeante » - sans entrer dans la typologie des genres de discours habituellement associés à la divulgation médiatique (Jacobi, 1999).

En réalité, l'importance de cette invention de formes documentaires écrites ne doit pas surprendre les chercheurs, même s'ils ne l'avaient pas anticipée, puisqu'elle s'est déjà manifestée sur beaucoup de terrains. On retrouve dans cette ingénierie destinée à créer une écriture des médiations de la médiation la propriété des formes écrites qui, capables de circuler dans une organisation, peuvent se

décontextualiser et se recontextualiser sans cesse, ce qui est précisément un moyen de concilier la permanence d'éléments de grammaire avec la singularité des gestes créatifs. La propriété qu'a l'écrit de délier une relation de son contexte et donc de permettre de multiples auctorialités, celle-là même qui gênait Platon, l'adapte à une relation à la fois distanciée et dialoguée avec le terrain.

Dès lors, il est nécessaire de s'interroger avant tout sur la polychrésie (21) du terme de médiation afin de bien saisir le travail d'ajustement réalisé, pour ensuite aborder la nature des outils déployés ainsi que leur auctorialité. L'analyse portera donc d'abord sur les textes produits pour définir le cadre institutionnel de l'action, avant de se centrer sur la production documentaire réalisée.

De la médiation aux médiations, une notion polychrétique

Nous l'avons vu, la médiation peut se décliner selon plusieurs niveaux : il faut partir de la façon dont le terme « médiation » circule au sein du musée du Louvre pour comprendre comment le concept des Sciences de l'Information et de la Communication peut intervenir.

Un système de médiation est défini par les textes institutionnels du Louvre, comme un « ensemble constitué de dispositifs et des contenus de médiations tels qu'ils permettent de répondre aux objectifs définis dans le programme "Réinventer la médiation" - Octobre 2010 » (22). Cette première définition donnée dans le cadre du contrat de recherche est ainsi exprimée en référence à un modèle hypertextuel du musée comme espace où des points de passage distribuent des réseaux de parcours possibles. Sa définition est le résultat d'un travail de réflexion mené en amont et publié dans un document figurant en annexe du contrat. Ainsi la médiation est présentée comme une donnée complexe, voire comme un concept (23), elle est déjà le fruit d'une démarche réflexive et relève d'une polyphonie assumée de la part des acteurs du Louvre. Cela vient signifier la posture de l'institution culturelle comme celle d'un acteur engagé et au centre d'une réflexion sur son propre rôle dans l'espace public.

Ce concept institutionnel de médiation est ensuite décliné, dans le cadre du projet Pyramide, à partir de plusieurs éléments : le *discours* de médiation, les *espaces* de médiation, mais encore les *supports* du discours de médiation. Ce qu'il est important de noter, c'est la séparation qu'instituent les documents opérationnels (le contrat) entre le « Nouveau discours de médiation », dont sont chargées les équipes du musée du Louvre, et les « supports du discours de médiation », réalisés par des prestataires extérieurs, et ce de façon parallèle. Même si elle est pour le musée une idée synthétique et politique, une fois devenue opérationnelle, la médiation obéit à une logique de division du travail et à des contraintes dictées par la mise en place d'un document contractuel.

La répartition méthodique du travail signifie alors la séparation entre support et discours, et laisse apparaître un troisième acteur : les auteurs de cet article. Ces derniers, travaillant en étroite collaboration avec les équipes de la DPPEA ont alors pour vocation d'accompagner le Louvre dans son travail en créant « une charte éditoriale de la médiation ». On se retrouve alors dans une situation où la forme du fond et la forme du support sont réparties entre deux prestataires extérieurs, impliqués dans « l'aventure » avec des statuts différents.



Figure 1 : Organigramme autour du terme de "médiation", construit par les auteurs de l'article suite à une analyse du contrat de la mission.

Cette lecture rapide du contrat nous amène à nous interroger sur notre propre posture. En effet, entre la réponse à l'appel d'offre et l'appropriation des termes du contrat il nous a fallu interroger la médiation à plusieurs niveaux et surtout à travers un prisme communicationnel.

La médiation, un principe communicationnel ouvert, à la rencontre d'un cadre contractuel

Afin de comprendre comment peuvent s'articuler ces conceptions de la médiation en une *médiation de la médiation*, nous allons désormais nous focaliser sur l'ensemble des productions réalisées par les auteurs de cet article. En effet, cette démarche médiationnelle de production de savoirs et d'écrits orientés vers l'action prend corps à travers un ensemble de documents dont le rôle essentiel est de structurer l'espace qui conduit de la division opérationnelle du travail (supports/discours), nécessaire mais insatisfaisante, à une démarche dynamique et poétique permettant aux acteurs d'ajuster leur écriture entre cohérence du discours, pertinence des situations locales et inventivité des écritures.

<u>Documents</u>	<u>Situations de communication</u>	<u>Publics</u>	<u>Formes documentaires</u>
Note méthodologique	Document contractuel	Les commanditaires du projet	Déclaration d'intention
Charte éditoriale de la médiation V1	Document contractuel	Les commanditaires du projet	Document présentant les grands principes
Guide méthodologique V1	Document ajouté pour montrer la nécessité de la co-construction de certains principes	Les commanditaires du projet	- Document avec des fiches spécifiques par thématiques transverses
Fiche synthétique	Fait de concert avec l'équipe pilote en interne et présenté en réunion de service	Les équipes du service éducatif	- Une feuille A3 présentant les grands principes de la charte
Schéma de Marche en avant	Fait de concert avec l'équipe pilote en interne et présenté au séminaire	Les participants du séminaire : conservateurs	- Schéma reprenant un scénario type de visite
Mémo - Charte éditoriale de la médiation	Fait de concert avec l'équipe pilote en interne et présenté au séminaire	Les commanditaires du projet et les conservateurs	- Feuille A4 avec quelques définitions

Charte éditoriale de la médiation V2	Document contractuel demandé dans le contrat : fait partie du rendu final	Les commanditaires du projet et les conservateurs	Charte avec des grands principes
Fascicule expliquant l'utilisation du guide méthodologique	Documents ajoutés par l'équipe et formant le rendu final	Les commanditaires du projet et les conservateurs	Mode d'emploi du guide méthodologique : fiches techniques, notices explicatives
Fiches techniques du guide méthodologique	Documents ajoutés par l'équipe et formant le rendu final	Les commanditaires du projet et les conservateurs	6 fiches opérationnelles : principes, mode d'emploi, conseils d'utilisation, outil vierge à déployer
Notices explicatives du guide méthodologique	Documents ajoutés par l'équipe et formant le rendu final	Les commanditaires du projet et les conservateurs	6 fiches explicatives : principes, illustration. Mises en application des fiches techniques.

Figure 2 : liste des productions documentaires

Il faut dès lors distinguer trois types de documents :

- tout d'abord les *documents contractuels* (note méthodologique, structure de la charte éditoriale, documents organisationnels de gestion de projet, charte éditoriale de la médiation), ceux qui répondent à la commande initiale ;
- ensuite les *documents intermédiaires*, et plus spécifiquement créés dans une démarche de médiation auprès des médiateurs du Louvre (fiche synthétique explicitant les grands principes à l'origine de la charte) et des conservateurs (le schéma de marche en avant, dont le principe est explicité plus haut) ;
- enfin des *suppléments au contrat*, c'est-à-dire des documents venant s'ajouter à la « charte éditoriale de la médiation » (un guide méthodologique et des notices explicatives qui donnent des outils techniques permettant de mettre en place les grands principes de la charte).

Cette pluralité de documents hétérogènes est liée à notre posture d'acteurs impliqués et vecteurs d'implication dans le processus d'élaboration de la « charte éditoriale de la médiation ». Cette dernière est, d'un côté, le fruit d'un travail d'ajustements, liés aux différents acteurs impliqués dans la mission mais aussi dans la finalité du projet ; de l'autre côté, elle actualise la complexité et la polychrésie de la notion de médiation.

Afin de constituer une « charte éditoriale de la médiation » pour le projet Pyramide, nous avons donc tout d'abord élaboré des principes clés, permettant à terme de constituer l'armature normative du projet. Ces éléments ont pris corps dans la note méthodologique sous la forme de déclaration d'intention et de mise en place de grands principes. Après l'ajustement et la validation de ces principes de méthode ces orientations ont été « fixées » dans les différentes versions intermédiaires de la « charte éditoriale » tout en étant explicitées aux équipes avant d'être finalisées et détaillées dans la charte éditoriale et les fiches synthétiques. La réalisation d'une fiche synthétique, outil de communication entre l'équipe des chercheurs et médiateurs et les autres acteurs du musée, a joué un rôle essentiel dans cette phase de publicisation et d'ajustement du cadre d'écriture. S'il n'était pas question ici de normaliser la médiation mais plutôt d'en proposer une approche poétique, c'est à dire une approche permettant d'offrir d'un côté une grammaire des formes tout en permettant une démarche créative, c'est la nature polychrétique de la médiation et la spécificité du musée concerné qui nécessitaient la formalisation d'éléments structurants. « On le voit, dès qu'elle est contextualisée, dès lors qu'elle est située, la définition qui paraissait pouvoir faire consensus éclate pour désigner des réalités très différentes. » (Davallon, 2004 [2] : p. 38). D'un bout à l'autre de ce processus, c'est la

recherche de la bonne forme documentaire qui guide le passage de la conceptualisation à l'action, dans la mesure où le document est le moyen d'élaborer un cadre qui pourra être pratiqué, ajusté, altéré. Aussi cette démarche de médiation pose-t-elle la question de l'auctorialité et des acteurs impliqués dans chacune de ces formes documentaires, qui elles-mêmes sont porteuses d'une représentation de la communication et notamment de sa dimension programmatique sous forme de projet. C'est la mise en évidence des logiques d'acteurs et d'auteurs qui permet alors de bien comprendre les différents niveaux de la médiation déployée ici.

La médiation comme processus d'ajustement et comme condition de possibilité : le rôle de l'économie organisationnelle des écritures

Il n'est pas question ici de revenir sur l'ensemble des principes structurants que nous avons énoncés dans la charte. Ce qui nous intéresse dans le cadre de cet article est d'adopter une posture réflexive sur notre rôle au musée du Louvre dans un contexte bien particulier : la réponse à une commande émanant d'un marché de prestation intellectuelle. Comme on l'a vu plus haut, cette commande au départ « classique », d'une institution culturelle vers un prestataire universitaire visait à produire un document unique, une « charte éditoriale de la médiation » avec une double vocation : tout d'abord celle d'être ce qu'on nomme en SIC un *tiers symbolisant* (Quéré, 1982), un ensemble de principes et de formes auxquelles peut se référer l'ensemble des acteurs du Musée ; ensuite de concrétiser et réaffirmer le rôle d'un département et plus largement d'un corps de métiers, des médiateurs. Cette charte venait réasseoir la position d'auteur partiel des médiateurs dans le Musée, au côté, notamment, des conservateurs (24).

Or, c'est sans doute cette pluralité des enjeux liés à la médiation, en tant que champ de compétences, de métiers et de concepts déployé par des médiateurs et par des chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication, qui nous a amenés à adopter une posture particulière. Pour bien comprendre le travail d'ajustement du chercheur qui a été nécessaire, nous déploierons ici la panoplie documentaire mise en place pour arriver à produire *in fine* « la charte éditoriale de la médiation », à travers une démarche de médiation de la médiation que nous avons décrite précédemment.

Le premier élément clé pour bien comprendre l'enjeu de notre mission est le déroulement opérationnel : rapidement nous avons compris que sa réussite dépendait d'une implication particulière de notre part et de la mise en place d'un dialogue constant avec l'équipe référente au sein du Musée du Louvre. La charte devait être une « co-production » et ce pour plusieurs raisons. La première est la dimension politique de ce discours : par-delà la médiation il engage la communication, au sens large du terme, du musée. « Bien plus que forme donnée à la diffusion publique du produit artistique, la communication est stratégie de légitimité de l'institution culturelle, elle est manifestation d'un certain type de rapport social établi avec un certain type de public, enfin elle exprime un point de vue sur l'objet même qu'elle tente d'insérer dans l'espace social. » (Caune, 1991 : p 3) La « charte éditoriale de la médiation » et le projet Pyramide assumant de s'adresser au « grand public » il s'agit clairement d'un document politique. Ensuite la charte devait toucher à des concepts et notions relevant de compétences professionnelles développées et discutées en interne. Ainsi, la typologie des publics que nous avons déployée dans un premier temps s'est vue rejetée par les équipes de la DPPEA : nous proposons à ce sujet une typologie fondée sur des scénarios des pratiques, fortement inspirée d'un travail antérieur réalisé pour les équipes multimédias du Musée, mais éloignée de l'héritage des études de publics développées par la DPPEA et proches de la sociologie des publics. Ce rejet, venait montrer, une nouvelle fois, la nécessité de construire des interprétants communicationnels pour éviter une simple juxtaposition des procédés, et le sentiment pour les équipes de se voir proposer un outil parmi d'autres, relevant de leur compétence et produit

en externe. Il mettait aussi en évidence l'utilisation d'objets similaires mais avec une multiplicité des approches au sein même du musée.

D'un autre côté certains éléments relevant de notre propre expertise ont nécessité un travail de médiation et d'ajustement avec l'idée de construire des interprétants communicationnels pour les différentes parties prenantes : la logique méta communicationnelle est devenue la logique contractuelle, et la notion de vulgarisation a servi de repère dans le dialogue. Le premier changement est venu d'une demande de nos interlocuteurs de simplifier notre vocabulaire, trop complexe, avec l'idée qu'il serait un frein à une appropriation future au sein du musée. Quant à la notion de vulgarisation, c'est nous-même qui avons fait le choix de l'employer, reprenant la question de la vulgarisation exigeante développée dans le programme *Penser la médiation*. Ces deux ajustements ont donc été à l'initiative des deux parties et illustrent parfaitement la nécessité de trouver un vocabulaire commun entre deux sphères professionnelles différentes. Dans le premier cas, il s'agissait d'une difficulté d'appropriation de vocabulaire par une partie des équipes du musée – une expression propre à notre discipline universitaire et ne faisant pas sens pour elles –, et dans le second cas il s'agissait *a contrario* d'utiliser une terminologie commune, en mettant de côté la dimension foncièrement problématique de la vulgarisation en Sciences de l'Information et de la Communication. En effet, si c'est sur cette notion que s'est construite au départ la discipline, elle est aujourd'hui remise en question. Si certains pensent qu'elle est l'occasion d'une mythification de la science, pour d'autres elle décrit une réalité révolue depuis la fin du XIX^{ème} siècle, au profit d'une communication scientifique publique et de sa publicisation, d'autres encore y voient, dans la même lignée, la marque d'un biais idéologique. Si nous avons malgré ces remises en questions utilisé le terme de vulgarisation, c'est que nous souscrivons à sa dimension heuristique. En effet, si la vulgarisation est liée à une formulation idéologique de la science elle est aussi l'occasion du développement d'une poétique des discours et c'est cette dimension qui semblait déterminante sur le terrain.

Enfin, c'est le déploiement d'une panoplie documentaire avec des documents dont la vocation était purement médiationnelle qui est venu nourrir et s'ajouter à la charte. Nous avons produit des fiches synthétiques sur des questions cruciales venant renforcer la charte avec notamment des outils pouvant être utilisés par les équipes, mais aussi des exemples d'applications de ces outils. Aussi, la situation dans laquelle nous étions nous a-t-elle amenés à aller au-delà de la création d'un élément purement symbolique et normatif en allant vers la mise en place d'une ingénierie documentaire à visée pragmatique.

Ces différentes stratégies médiationnelles déployées nous renvoient à la question de l'auctorativité. Pour chacun des documents produits il y a polyphonie, mais à des degrés différents et en fonction d'une situation particulière : ainsi le schéma de marche en avant, basé sur un modèle déployé en interne s'est vu enrichir de notions déployées par la charte. Aussi la conception de ces différents éléments signifie-t-elle la nécessaire posture de *médiateurs de la médiation* occupée par les auteurs de cet article : plus largement, elle amène à s'interroger sur la possibilité de construire un document de référence sur la médiation dans une institution particulière sans adopter une démarche réflexive.

CONCLUSION

Les leçons à tirer de cette *recherche-communication-action*, si l'on ose l'expression, sont multiples. Nous soulignerons seulement pour finir les effets heuristiques de ce processus pour les deux parties engagées, acteurs du musée et chercheurs. Pour l'équipe de recherche, ce retour sur ses pratiques prolonge avant tout le questionnement élaboré en SIC sur la réflexivité que les chercheurs doivent exercer dans leur relation aux acteurs dits « de terrain », au double plan des savoirs produits et des modalités d'écriture (Le Marec, 2002). C'est aussi la source d'une réflexion sur la structure même

des recherches en communication culturelle, à partir de la multiplicité des formes d'écriture et des enjeux qui traversent le musée. La démarche a aussi conduit, d'une façon qui n'était pas anticipée dans la proposition de recherche, à constater à quel point la production documentaire et l'adoption d'une écriture de recherche originale (à la croisée de la structure informationnelle et de la démarche de communication) était cruciale si l'on entendait parler, en SIC, de recherche-action : il s'agit bien en effet d'une situation particulière pour la polyphonie du texte de recherche, qui en l'occurrence constitue moins une monographie qu'une polygraphie (Jeanneret, 2004 ; Jeanneret et Meeùs, 2012). Enfin, c'est une réflexion sur la relation entre processus de communication global et spécificité de l'écriture située au contact des publics et des œuvres qui ouvre une voie d'approfondissement théorique dans les études de médiation culturelle.

Pour les acteurs professionnels de la médiation, et d'après les nombreux échanges liés au projet et à la lecture d'une version provisoire de cet article, l'expérience apporte avant tout une réflexion sur la relation qui s'établit entre la conceptualisation du processus de communication et la dimension poétique de l'écriture dans un cadre politiquement défini. Une telle entreprise engage un retour sur l'économie générale des écritures dans le musée qui s'avère radicale, interrogeant les normes et latitudes de tous les acteurs. L'expérience est aussi une étape dans la capacité de l'institution à voir et reconnaître la spécificité du travail communicationnel et des écritures de médiation, qui tient beaucoup aux nombreuses situations dans lesquelles médiateurs et chercheurs ont eu à communiquer ensemble sur le projet avec les différents métiers (25). Enfin, le travail pour penser un dispositif médiatique à partir de la marche en avant du visiteur renvoie au musée avec insistance le besoin d'explicitier le monde qu'il entend représenter.

Les outils élaborés dans la collaboration entre médiateurs professionnels et chercheurs en SIC continueront donc d'évoluer et de définir peu à peu leur impact, leur sens et leurs limites.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Babou, Igor. 2008. Dir. « Images et sciences », *Communication & langages*, n° 157.
- Barthes, Roland. 2002 [1960]. « Écrivains et écrivains », dans *Œuvres complètes*, vol II, p. 403-410. Paris : éditions du Seuil.
- Bordeaux, Marie-Christine. 2003. « La médiation culturelle dans les arts de la scène ». Thèse de doctorat, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.
- Bouquillion, Philippe ; Miège, Bernard ; Mœglin, Pierre. 2013. *L'industrialisation des biens symboliques : les industries créatives en regard des industries culturelles*. Grenoble : PUG.
- Boure, Robert. 2000. « L'interdisciplinarité en débat », *Sciences de la société*, n°50-51, mai 2000, p. 5-19.
- Caune, Jean. 2010. « Les territoires et les cartes de la médiation ou la médiation mise à nu par ses commentateurs », *Les Enjeux de l'information et de la communication*. <http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2010-dossier/Caune/Caune.pdf>
- Caune, Jean, 1991. « De l'influence de la communication sur la diffusion artistique », *Études de communication*, n°12, p.97-114.
- Couzinet, Viviane. 2009. *Dispositifs info-communicationnels : questions de médiations documentaires*. Paris : Hermès.
- Couzinet, Viviane ; Courbières, Caroline. 2011. Dir. *Médiations et hybridations : construction sociale des savoirs et de l'information*. Actes du colloque Mussi. Toulouse : Université de Toulouse.

- Davallon, Jean. 2004. « Objet concret, objet scientifique, objet de recherche », *Hermès*, n° 38, p. 30-37.
- Davallon, Jean. 2004. « La médiation : la communication en procès ? ». *MEI « Médiation et information »*, n°19, p. 37-59.
- Davallon, Jean. 1999. *L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique*. Paris : L'harmattan.
- De Certeau, Michel. 1990 [1980]. *L'invention du quotidien - 1 Arts de faire*. Paris : Folio.
- Jacobi, Daniel. 1998. « Communiquer par l'écrit dans les musées », dans Schiele, B. & Koster, E. (dir.), *La révolution de la muséologie des sciences ; des musées pour le XXIe siècle*, p. 260-285. Lyon : PUL.
- Jacobi, Daniel. 1999. *La communication scientifique : scientifique : discours, figures, modèles*. Grenoble : PUG.
- Jacobi, Daniel ; Jeanneret, Yves. 2007. Dir. « Textes et lectures dans les collections au musée du Louvre : enquête qualitative conduite auprès d'un échantillon aléatoire et raisonné de visiteurs du musée », *Rapport d'étude, Laboratoire Culture et communication, pour la Direction des Publics du Musée du Louvre*.
- Jeanneret, Yves. 2011. *Where is Monna Lisa et autres lieux de la culture*. Paris : Cavalier bleu.
- Jeanneret, Yves. 2008. *Penser la trivialité : la vie triviale des êtres culturels*. Paris : Hermès.
- Jeanneret, Yves. 2004. « Une monographie polyphonique : le texte de recherche comme appropriation active du discours d'autrui », *Recherches en communication*, n° 27, p. 57-74.
- Jeanneret, Yves ; Depoux Anneliese ; Luckerhoff, Jason ; Vitalbo, Valérie ; Jacobi, Daniel. 2010. « Written Signage and Reading Practices of the Public in a Major Fine Arts Museum », *Museum Management and Curatorship*, n°25-1, p. 53-67.
- Jeanneret, Yves ; Meeùs, Nicolas. 2011. Dir. *Que faisons-nous du texte ?* Paris : PUPS.
- Lambert, Frédéric. 2007. *L'écriture en recherche*. Paris : Parcours.
- Le Marec, Joëlle. 2002. « Situations de communication dans la pratique de recherche : du terrain aux composites », *Études de communication*, n°25, p. 15-40.
- Le Marec, Joëlle. 2002. « Ce que le "terrain" fait aux concepts : vers une théorie des composites », mémoire pour l'habilitation à diriger les recherches, Université Denis Diderot.
- Le Marec, Joëlle. 2007. *Publics et musées : la confiance éprouvée*. Paris : L'Harmattan.
- Le Marec, Joëlle ; Topalian, Roland. 2003. « Énonciation plurielle et publication de la parole du public en contexte muséal : le cas de "La tribune des visiteurs" », *Communication & langages*, n°135, p. 12-24.
- Lesaffre, Gaëlle ; Jeanneret, Yves. 2010. « Les nouvelles salles d'art grec : enquête sur la compréhension du parcours d'exposition et l'usage des éléments de médiation écrite par les visiteurs du Louvre », *Rapport d'étude, Équipe culture et communication du Centre Norbert Elias pour la Direction de la Politique des Publics et de l'Éducation artistique, Musée du Louvre*.
- Ollivier-Yaniv, Caroline. 2008. « La communication comme outil de gouvernement : définition et enjeux de la politique des discours », mémoire pour l'habilitation à diriger les recherches, Université Paris Val-de-Marne.
- Poli, Marie-Sylvie. 2002. *Le texte au musée : une approche sémiotique*. Paris : L'Harmattan.
- Quéré, Louis. 1982. *Des miroirs équivoques ; aux origines de la communication moderne*. Paris : Aubier-Montaigne.

Rondot, Camille. 2012. « Le prix comme manifestation d'une légitimité politique : la médiatisation de l'évaluation sur le site Internet de l'Unesco comme élément performant », Colloque international : « La médiatisation de l'évaluation », Paris, 15-16 mars 2012

Souchier, Emmanuël. 1998. « L'image du texte : pour une théorie de l'énonciation éditoriale », Cahiers de médiologie, n°6, p. 137-145.

Veron, Eliseo. 1986. La sémiologie sociale : fragments d'une théorie de la discursivité. Saint-Denis : Presses universitaires de Vincennes.

Walter, Jacques. 1995. Directeur de communication : les avatars d'un modèle professionnel. Paris : L'Harmattan.

NOTES

(1) « La marche en avant » est une expression utilisée par les équipes de la DPPEA (Direction de la politique des publics et de l'expression artistique), elle envisage le musée à travers la définition de scénarii types de visite.

(2) Le projet Pyramide est un projet de refonte de l'accueil du Louvre.

(3) L'expression ne désigne pas une méthode précise, telle qu'elle a pu être décrite par exemple par la psychologie sociale, mais une formulation commode pour prendre en compte le fait que le travail de production de concepts et d'écriture se déploie entre les deux visées de la recherche et du projet. Donner un contenu communicationnel au trait d'union entre recherche et action est précisément l'objet de cet article.

(4) Il ne s'agit nullement d'une division étanche du travail : la dynamique du projet est fortement tributaire de la réflexion des chercheurs et de l'initiative des acteurs du musée, mais tout autant de la réflexion des acteurs et de l'action des chercheurs, les unes et les autres médiatisées par diverses formes de communication organisationnelle qui sont décrites ci-dessous.

(5) Nous retenons cette formulation, librement inspirée de Frédéric Lambert (2007) pour ne pas circonscrire l'analyse à ce qu'on peut nommer l'écriture *muséographique*, celle qui concerne la réalisation de dispositifs d'exposition, l'écriture *muséologique*, celle qui élucide le fonctionnement sémiotique de tels dispositifs ou l'écriture *muséale*, celle qui porte le discours de l'institution. Comme on le verra, la gamme des écritures concernées inclut ces trois modalités mais elle est plus large dès lors qu'on décide d'accompagner le public dans sa « marche en avant ». C'est bien entendu le fait que le musée propose une démarche *en musée* non réduite à une démarche *muséologique* qui a suscité l'intérêt et l'engagement de l'équipe de recherche.

(6) La catégorie, empruntée à Barthes (2002 [1960]) prend un sens particulier dans le cadre de l'analyse des pratiques organisationnelles pour désigner tous ceux qui, identifiés ou non comme auteurs et communicants, élaborent les discours et les écrits institutionnels (Ollivier-Yaniv, 2008 : 30).

(7) La formule renvoie à la problématique proposée par Viviane Couzinet (2009).

(8) Notamment en ce qui concerne la circulation des textes (Jeanneret, 2008) et la genèse des prétentions de médiation des institutions culturelles et politiques (Rondot, 2012).

(9) Direction de la Politique des Publics et de l'Éducation Artistique

(10) Depuis 2008 Direction de la politique des publics et de l'éducation artistique (DPPEA)

(11) Pour les principaux résultats théoriques de cette étude, cf. (Jeanneret et al., 2010)

- (12) Notion empruntée à Emmanuel Souchier (1997). Par exemple, le document n'est pas signé par les acteurs de la médiation mais il exprime une grande part des idées qui émanent du service.
- (13) *Réinventer la médiation*, 2010, CR 8. Le passage concerne le Centre de ressources, l'équipe de recherche a proposé de l'étendre à l'ensemble des écrits.
- (14) Par exemple l'étude sur la nouvelle muséographie des collections grecques (Lesaffre et Jeanneret, 2010) a montré le caractère déterminant de la disposition des œuvres dans l'appropriation des textes de médiation par le public.
- (15) Subdivisions proposées dans le projet Pyramide : les Points d'Accueil Relais viennent apporter des informations sur un ensemble de salles et les séquences muséographiques sont des unités muséographiques particulières dans ces ensembles.
- (16) Sur cette notion cf. (Boure, 2000)
- (17) Exemple tiré de l'étude des textes au musée (Jacobi et Jeanneret, 2007).
- (18) L'étude déjà mentionnée (Jacobi et Jeanneret, 2007) met en évidence par exemple l'omniprésence des reproductions photographiques de la Joconde et les multiples pratiques auxquelles celles-ci donnent lieu ; cf. aussi (Jeanneret, 2011).
- (19) Notion entendue dans le sens que lui donne Jacques Walter (1995).
- (20) Cf. pour une démarche comparable (Le Marec et Topalian, 2003)
- (21) Yves Jeanneret, *Penser la trivialité*
- (22) Extrait de l'appel à marché public.
- (23) Il est important de souligner que, si un concept ne désigne pas le même type de production dans la politique de l'institution et en recherche, il s'agit bien dans les deux cas de la construction d'une théorie de la communication.
- (24) Ceci s'insère dans une problématique plus large d'identité professionnelle : une étude a par ailleurs été menée au sein du musée du Louvre sur cette question.
- (25) De ce point de vue, on peut rapprocher l'expérience du dialogue qui s'institue entre professionnels de la communication et chercheurs autour de la gestion des images scientifiques (Babou, 2008).