

**LES ENJEUX** de l'information et  
de la communication

# VARIA 2024

REVUE SCIENTIFIQUE EN SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

Numéro 4/2024 (24/4) - Varia

Bernard Miège - Iliya Kiriya - Matina Magkou - Nicolas Pélissier - Rania Karchoud - Anastasia Choquet - Karen Nuvoli - Sébastien Rouquette - Fateh Chemerik

Mise en page : Cédric Coustellié  
Design graphique : Laurence PAYAN  
Tous droits réservés  
Publication numérique : 4<sup>er</sup> trimestre 2024  
© 2024 *Les Enjeux de l'information et de la communication*

## TABLE DES MATIÈRES

<b>Bernard Miège</b>	p. 5
▶ Mutations et indéterminations de l'Espace Public contemporain	
<b>Ilya Kiriya</b>	p. 17
▶ Vivre des deux côtés de la frontière numérique : des pratiques d'ajustement des russes aux blocages communicationnels en temps de guerre	
<b>Matina Magkou - Nicolas Pélissier</b>	p. 31
▶ Friche ou tiers-lieu ? Le cas du pôle 109 (Nice) au prisme de la médiatisation des politiques culturelles	
<b>Rania Karchoud</b>	p. 45
▶ Le conseil en communication politique en Tunisie : la professionnalisation à l'épreuve de la « transition démocratique »	
<b>Anastasia Choquet</b>	p. 59
▶ Programmation musicale et « virage numérique » à Radio France : les pratiques des programmeurs face à l'évolution des matérialités de la musique.	
<b>Karen Nuvoli</b>	p. 75
▶ Le questionnement éthique des internautes face à l'intelligence artificielle. Le cas ChatGpt sur X	
<b>Sébastien Rouquette - Fateh Chemerik</b>	p. 89
▶ Réceptions et interprétations des documents communaux d'information sur les risques majeurs : le cas des inondations.	



# Mutations et indéterminations de l'Espace Public contemporain

Article inédit, mis en ligne le 18 octobre 2024.

## Bernard Miège

*Bernard Miège est Professeur émérite de sciences de l'information et de la communication. Il est membre fondateur du laboratoire GRESEC, Université Grenoble Alpes. Ses travaux portent sur les industries culturelles et informationnelles ; la communication médiatique et l'avancée des techniques numériques (d'information et de communication) ; l'Espace Public ; et l'épistémologie des sciences de l'information - communication.*  
[bernard.miege@gmail.com](mailto:bernard.miege@gmail.com)

## Plan de l'article

Introduction

L'Espace Public, concept heuristique pour les sciences de l'information et de la communication

Considérations méthodologiques

Crise pandémique et fonctionnement de l'Espace Public

Compléments et interrogations quant à la théorie de l'Espace Public

Notes

Références bibliographiques

## RÉSUMÉ

Le présent article provient du constat selon lequel les travaux de recherche portant sur l'Espace Public ont significativement diminué au cours de la dernière décennie, se distinguant en cela des deux décennies précédentes. Il s'attache à montrer en quoi la perspective de l'Espace Public reste heuristique dans les recherches info-communicationnelles, marquant la différence avec les sociétés non-démocratiques, et la spécificité des approches des sciences de la communication (notamment en France les sciences de l'information et de la communication), par rapport à la sociologie ou à la science politique. Il insiste sur le fait que cette perspective a été profondément contestée (ou ébranlée) dans la dernière décennie, en relation avec la numérisation des médias, historiques ou nouveaux, mais également par la survenue de crises (entre autres sanitaires) ainsi que de guerres, qui mettent au premier plan les stratégies de communication politique, et de façon générale les actions relevant de la médiatisation.

## Mots clés

Espace Public politique, Espace Public sociétal, médias, médiatisation, nouveaux médias, sciences de l'information et de la communication

## MUTATIONS AND INDETERMINATIONS OF CONTEMPORARY PUBLIC SPACE

### Abstract

This article originates from the observation that research work on Public Sphere has significantly decreased over the last decade, in contrast to the previous two decades. He tried to show how the Public Sphere perspective remains heuristic in info-communication research, marking the difference with non-democratic societies, and the specificity of communication science approaches (= notably in France the information - communication sciences), unlike sociology or political science. And he insists on the fact that this perspective has been profoundly challenged (or shaken) in the last decade, in relation to the digitization of media, both historical and new, but also by the occurrence of crises (among others: health) as well as wars, which bring to the fore political communication strategies, and in general actions relating to mediatization.

### Keywords

Political public space, societal public space, media, mediatization, new media, information and communication sciences

## MUTACIONES E INDETERMINACIONES DEL ESPACIO PÚBLICO CONTEMPORÁNEO

### Resumen

Este artículo procede de la observación de que la investigación sobre el Espacio Público ha disminuido significativamente durante la última década, en contraste con las dos décadas anteriores. Se propone mostrar cómo la perspectiva del Espacio Público sigue siendo heurística en la investigación infocomunicacional, marcando la diferencia con las sociedades no democráticas, y la especificidad de los enfoques de las ciencias de la comunicación (en particular, en Francia, las ciencias de la información y de la comunicación), en comparación con la sociología o la ciencia política. Subraya el hecho de que esta perspectiva se ha visto profundamente cuestionada (o sacudida) en la última década, en relación con la digitalización de los medios de comunicación, tanto históricos como nuevos, pero también por la aparición de crisis (incluidas las sanitarias) y guerras, que ponen en primer plano las estrategias de comunicación política y, más generalmente, las acciones relacionadas con los medios de comunicación.

### Palabras clave

Espacio público político, espacio público social, medios de comunicación, mediatización, nuevos medios, ciencias de la información y la comunicación

## INTRODUCTION

Le sujet qu'il m'a été proposé de traiter<sup>1</sup> fait le point sur l'évolution de l'Espace Public (désormais EP) dans les sociétés démocratiques, mais surtout dans deux pays, l'Espagne

...

1. Cet article est issu d'une Conférence donnée le 20 septembre 2023, en ouverture de l'International Summer School « The value of the public services in the digital age », organisée par la Facultad de Comunicación de l'Université de Santiago de Compostelle. Sa traduction espagnole est destinée à être publiée dans un ouvrage issu de cette manifestation. Les responsables de la revue *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*

et la France, en prenant en compte non seulement l'impact de changements sociétaux décisifs tels que la récente crise pandémique, mais aussi les mutations économique et technologique inscrites dans la longue durée, entraînées par l'emprise croissante des techniques numériques.

Si les travaux de recherche portant sur l'Espace Public ont été assez nombreux au cours de la dernière décennie du siècle précédent ainsi que dans les débuts du XXIème siècle, ils ont très sensiblement diminué au cours de la dernière décennie, l'accent étant mis désormais sur les mutations des médiatisations. Pour ma part, après un ouvrage synthétique orienté vers la perspective de l'Espace Public sociétal paru en 2010, j'ai peu publié sur cette thématique pendant plus de dix ans, tout en restant attentif et interrogatif. Comme je ne suis pas seul dans ce cas, il y a là incontestablement de quoi s'interroger.

Aussi vais-je m'efforcer de proposer une approche raisonnée des questions en relation avec la thématique de l'EP (dont la terminologie et au-delà, ainsi que je le rappellerai, n'est pas reconnue dans tous les espaces socio-linguistiques). Il ne faut toutefois pas s'attendre à une synthèse de toutes les positions exprimées, qui sont fort nombreuses. Je précise également que je ne pourrai entrer dans le détail des argumentations formulées, mon but étant de les classer et de les catégoriser. Il va de soi que je ne dissimulerai pas les divergences, bien réelles, que j'ai avec certaines de ces positions.

Cette approche raisonnée dépasse, et de loin, le cadre d'un seul article ; aussi, soulèverai-je plus de questions que je n'apporterai de réponses. Et mon argumentation procèdera en quatre étapes. Dans un premier temps, j'observerai que l'Espace Public doit toujours être considéré comme une des perspectives clés pour les sciences de la communication. Dans un deuxième temps, je proposerai un certain nombre de considérations méthodologiques (au sens fort), indispensables à la discussion actuelle autour de l'Espace Public. Dans un troisième temps, je montrerai en quoi la crise pandémique interfère avec l'Espace Public et en modifie le fonctionnement. Dans un quatrième temps enfin, je tenterai de faire le point sur les compléments à apporter et les interrogations relatives à la théorie de l'Espace Public.

## **L'ESPACE PUBLIC, CONCEPT HEURISTIQUE POUR LES SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION**

Tout d'abord, l'Espace Public doit toujours être considéré comme l'une des perspectives clés, heuristiques en quelque sorte, pour les sciences de l'information et de la communication. Cette caractéristique, centrale, ne semble pas devoir être remise en cause, même si, pour de nombreux auteurs aujourd'hui, elle apparaît quelque peu secondaire et se retrouve assez peu dans les agendas de recherche.

À l'origine de cette proposition, se trouve le modèle libéral de la sphère publique bourgeoise où l'accent est mis sur l'exercice public du raisonnement entre gens éclairés, ainsi que sur le principe de Publicité, montrant aussi les limites de la question des rapports privé-public et de l'usage des médias.

« La sphère publique bourgeoise peut tout d'abord être comprise comme la sphère des personnes privées rassemblées en un public. Celles-ci revendiquent cette sphère publique réglementée par l'autorité, mais directement contre le pouvoir lui-même [...] Le médium de cette opposition entre la sphère publique et le pouvoir est original et sans précédent dans l'histoire : c'est l'usage public du raisonnement » (Habermas, 1962/1978, p.38).

Ces discussions en société sont rendues possibles et favorisées, impulsées même, par

l'usage de médias ayant émergé successivement dans les différentes sociétés. Mais ce qui est essentiel à notre réflexion, c'est qu'on ne saurait s'en tenir aujourd'hui à cette unique filiation, si importante soit-elle, y compris avec les prolongements qu'en a donnés J. Habermas lui-même, en s'appuyant sur les théories linguistiques contemporaines. Il faut également tenir compte de différents courants de pensée, venant enrichir et donner de la perspective à l'approche habermassienne : la pensée grecque, particulièrement la pensée aristotélicienne, très présente chez H. Arendt (Arendt, 1958) ; la pensée libérale stricto sensu (distincte du modèle libéral de la sphère publique, énoncé ci-dessus, et dont les initiateurs ont été P. Lazarsfeld, H. Lasswell et C. C. Hovland dès le milieu du XX<sup>ème</sup> siècle) ; ou encore la pensée oppositionnelle et alternative, celle-ci souvent encline à absorber le social dans le politique (entre autres : Fraser, 2001; Haber, 2012).

On ajoutera que la tradition kantienne à laquelle se rattache incontestablement J. Habermas en dépit de sa filiation affichée avec l'École de Francfort, fait fi de deux autres traditions bien distinctes, à savoir l'Espace Public « spéculatif » allemand et l'Espace Public intellectuel et artistique français. Le philosophe allemand contemporain ignore le premier. De plus, il insiste régulièrement sur le fait que l'aspect public (et donc la publicisation) est un idéal, dépendant donc des pouvoirs en place et des conjonctures politiques.

Toutes ces filiations interfèrent plus ou moins, et certains auteurs, sans les remettre en question, en sont venus à proposer des approches s'en différenciant sensiblement, des variantes en quelque sorte qui prennent en compte des phénomènes aujourd'hui observables.

Entre autres auteurs, P. Dahlgren (2000) met l'accent sur l'état préoccupant de la démocratie et les dérives de la technique, ainsi que sur le rôle des médias fabricant un consentement tranquille, à l'origine donc d'une participation instrumentée plus qu'une invitation à la délibération. Aujourd'hui, l'EP est en crise, notamment en raison du tarissement des grands récits légitimant la science (B. Latour insistait régulièrement sur cet aspect) et du caractère communicationnel des faits scientifiques. Pour le sociologue et philosophe des sciences français, L'EP scientifique –élément clé de la fragmentation, quasi-modèle- est durablement en crise. On ne peut en avoir qu'une approche minimaliste, entre raison et raisonnements dans la tradition revisitée du sociologue américain R.K. Merton, et en acceptant sa dimension politique.

De mon côté, constatant les impasses de l'Espace Public global, j'ai développé une approche post-habermassienne, résolument sociologique et politique de l'EP, dont les discussions et les échanges sont une composante centrale, observable avant tout dans les régimes démocratiques, et dont les médias (de toutes sortes) sont le moyen ainsi que le vecteur. Constatant l'hétérogénéité et la disparité croissantes de ces discussions, j'avais émis, avec d'autres, l'hypothèse d'une (re)constitution autour d'espaces sociétaux (ex : santé ; environnement ; sciences, *etc.*), ceux-ci partiels et pas nécessairement sectoriels. Mais l'analyse présentée à l'occasion de la crise pandémique, dont je ferai état ci-après, montre à l'évidence que ces espaces sociétaux sont eux-mêmes sous l'influence et la pression croissantes de la communication politique gouvernementale, celle-ci étant désormais loin de se réduire à une communication de crise.

Et il convient également de prendre en compte l'efficacité de la surveillance numérique, largement en voie de généralisation, non dans le sens avant tout psycho-sociologique de S. Zuboff (2020) mais dans la vision politique économique proposée dès 2007 par A.



Mattelart. Cette dimension est aujourd'hui essentielle.

Ces quatre approches, auxquelles s'ajoute une cinquième, n'épuisent pas le sujet envisagé, mais elles l'élargissent significativement et soulignent combien est complexe la question de l'EP. Cette complexité, rendue parfois opaque en raison des ambiguïtés et des confusions reproduites par certains auteurs, est loin de se réduire. En outre, il y a lieu, sur un plan conceptuel, d'opérer une distinction nette entre les conversations publiques d'une part et les mécanismes institutionnalisés de consultation publique d'autre part (ainsi en France, la Commission nationale du débat public, CNDP, ou même des institutions locales, à l'initiative de communes), même si quelques interférences ont lieu entre ces derniers et l'EP.

## CONSIDÉRATIONS MÉTHODOLOGIQUES

Avant d'envisager ce que sont les mutations en cours de l'EP, je mettrai l'accent sur trois considérations de méthode, assez incontournables, en ce domaine comme en d'autres, et qui me paraissent indispensables à mettre en avant dans toute réflexion scientifique argumentée sur l'avancée des techniques numériques (Miège, 2020). Ces considérations, comme il se doit, ne sauraient être assimilées à des techniques de recherche ; elles éclairent la problématique, et ce sont elles qui aident à faire la distinction avec les discours experts ou médiatiques, et à se prémunir de visions prospectives ou anticipatrices dissimulées (Miège, 2022-b). De mon point de vue, essentielles sont les trois considérations suivantes.

Premièrement, quelle est la temporalité en jeu ? Les outils numériques ont pris la suite des Tic. C'est particulièrement observable si on se positionne dans le temps long qui, seul, permet de mettre en évidence à la fois les discontinuités, les substitutions et les continuités (ces dernières rarement prises en considération). Et ce faisant, on peut évaluer les mutations opérées - par exemple la multiplication des échanges interindividuels directs qui sont généralement mis à l'actif des réseaux sociaux-numériques (cf. ci-après) - et *a contrario* mieux comprendre le « maintien » sous des conditions renouvelées de certains médias en place ou de certaines industries culturelles ou créatives.

Deuxièmement, le déploiement des techniques numériques s'est-il effectué en dehors -ou pas- des échanges institutionnalisés ou conduits par les pouvoirs publics ? La réponse à cette interrogation fondamentale est moins évidente qu'il n'y paraît à première vue, tant le « politique institué » est omniprésent –et de manière croissante– dans les débats publics et même à leur origine. Il en dicte par ailleurs assez souvent le tempo. tout ceci est décisif pour l'autonomie des échanges.

Troisièmement, avec l'appui de quels médias ? Au-delà bien sûr des « médias historiques », toujours actifs, mais sans pour autant prendre en compte toute l'activité des réseaux sociaux-numériques, une partie de celle-ci relevant du domaine privé et une autre, difficilement mesurable, participant, surtout en période de conflit, d'une formation insidieuse des opinions (ainsi des médias dits de ré-information, et de ceux diffusant des *fake news*, l'attention devant se porter tout autant sur ces dernières que sur les nouvelles modalités d'information).

Finalement, ce qui s'observe c'est un élargissement assez considérable des activités-supports des échanges relevant de l'EP (au-delà de la presse, des médias audiovisuels et des productions culturelles) ; mais dans une période marquée également par une crise profonde du journalisme, s'opèrent également des recompositions radicales de la propriété et de la direction des médias et se développent des actions sophistiquées de manipulation, pas seulement en périodes électorales, voire aussi

un mouvement constatable de défiance vis-à-vis des « paroles publiques », et même de refus de les prendre en compte. En situation de publicisation accélérée, ce qui est en jeu c'est assurément de plus en plus la légitimation des paroles institutionnelles-publiques dans les années récentes. Et leur légitimation n'est pas allée de pair avec la prolifération de ces paroles.

Après ces constats largement partagés par les auteurs sinon les observateurs, je vais – quitte à reprendre certains arguments déjà avancés- tenter d'en tirer des conclusions quant au positionnement actuel de l'EP.

Préalablement, et sans entrer dans le détail d'une argumentation développée par ailleurs, il faut rappeler que la perspective tracée ci-dessus offre la possibilité de positionner clairement le raisonnement dans le cadre des sciences de la communication (en France et dans quelques autres pays : Sciences de l'Information et de la Communication), et les différencie des approches relevant de la sociologie ou de la science politique. À l'origine de cette différenciation, deux éléments sont décisifs : la mise en médias et la circulation, dans les sociétés, des informations et des échanges argumentés, pas seulement politiques, ce qui donne la possibilité d'exclure *de facto* les sociétés fonctionnant sous un régime dictatorial ou autoritaire.

## CRISE PANDÉMIQUE ET FONCTIONNEMENT DE L'ESPACE PUBLIC

Une occasion doit être saisie, celle de confronter les évolutions de l'EP contemporain à la crise sanitaire récente (2020-2022). Je m'y suis essayé à l'occasion d'un colloque tenu à Madrid (Miège, 2022-a) et je reprends ici, en les résumant, quatre observations centrales, tirées de l'examen de la situation française. Quatre phénomènes se sont ainsi affirmés. Tout d'abord, la prééminence et même l'omniprésence de la communication politique, gouvernementale ainsi qu'administrative, quasi-quotidiennement. Le chef de l'État, ainsi, n'a cessé de se positionner au premier plan et de s'impliquer supposément ou réellement dans toutes les décisions ou actions. Et ces interventions continues ont évidemment peu à voir avec les exigences pragmatiques d'une discussion ouverte en régime démocratique qui suppose l'égalité distribution des libertés communicationnelles et une relative sincérité dans les échanges et dans les débats. De telles pratiques se sont imposées au détriment de la communication publique et en usant de méthodes très directionnelles, en situation d'état d'urgence non déclarée, mais effective, sous couvert d'un « conseil de défense sanitaire » intervenant quasi-quotidiennement, et mettant en œuvre des mesures d'accompagnement présentées comme « pédagogique ». Cette façon de faire participe incontestablement d'une communication de crise prolongée et ce, pendant plus de deux ans. Pouvait-il en être autrement ? Apparemment oui, quand on observe, comme l'ont fait certains chercheurs, la situation de la Suisse, et ceci en dépit des différences sociopolitiques. Et les conséquences ? Ce sont avant tout des arguments fournis aux irréductibles opposants, anti-vaccins et défenseurs supposés de « la » liberté.

Sur un autre plan, les confusions et les interférences constantes entre espace sanitaire et espace scientifique : au nom de quoi les personnalités qualifiées parlent-elles incessamment dans les grands médias ou sur les réseaux ? Est-ce en tant que représentants des instances sanitaires et des professions médicales ou en tant que scientifiques ? Dès lors que la distinction n'est pas établie, il est très difficile de rendre clairs les enjeux et même de ne pas entretenir ce qui s'apparente à de la cacophonie. Ainsi lorsque des références sont faites à des articles scientifiques, voire que ceux-ci sont débattus sur des chaînes télévisées d'information en continu. Cette situation a été grandement facilitée par le statut hospitalo-universitaire des personnes qualifiées sollicitées.

La polémique sur la chloroquine peut évidemment être envisagée sous cet angle.

Ensuite, la quantification de la gestion quotidienne de la crise : elle se traduit d'abord par le recours à des indicateurs quotidiens qui ont à peine varié depuis les débuts de la crise, sauf bien sûr avec l'ajout des taux de vaccination. Et cette quantification continue n'est pas anodine : non seulement elle participe étroitement de cette société de surveillance individualisée (cf. ci-après) qui, avec la datafication, s'installe progressivement, mais, reprise par les différents médias, elle accompagne une gestion fine et dirigée d'en haut des opinions, sans de réelles possibilités d'interactions ; d'où les rumeurs et les *fake news*; et commencent à s'observer également des actions –inquiétantes– visant à la géolocalisation des individus. Enfin, elle contribue à renforcer la confiance largement (et curieusement) observable dans les données quand bien même la lecture de ces données est illusoire pour beaucoup.

Enfin, l'implantation (précipitée) de techniques numériques dans le quotidien des confinés : le phénomène est difficile à appréhender (c'est en tout cas impossible globalement) car il touche aussi bien le commerce en ligne, les démarches administratives, les relations intrafamiliales, les relations interpersonnelles, la vie de loisir, les relations avec les institutions éducatives, le choix des moyens de transport ou les pratiques culturelles, que le travail à domicile et la « zoomification » des activités professionnelles.

Une fois cette pandémie mise sous contrôle, on n'en finit pas de faire le point sur les changements ainsi provoqués ou accélérés. Cela concerne par exemple la fréquentation du cinéma en salles (qui en France a presque retrouvé son niveau antérieur), tout en prenant son essor sur les plateformes ; et plus généralement on doit mettre l'accent sur les discriminations maintenues et même renforcées.

Quant à l'accélération de la « plateformisation » (la terminologie est assurément critiquable) des industries culturelles et médiatiques, à l'évidence, elle se traduit dans le fait que les grandes plateformes américaines de *streaming* ont profité de la période pour asseoir leur *soft power* dans l'Union Européenne et ailleurs, ainsi que le fait remarquer Antonio Vlassis (2021). À l'image de ce qui s'était produit pour le cinéma et la musique populaire après la 2<sup>ème</sup> guerre mondiale. Le phénomène ne doit pas être interprété seulement à partir de ses effets sur les pratiques audiovisuelles et culturelles ; ses conséquences ne sont pas moindres sur les échanges sociopolitiques, car elles contribuent tout autant à l'individualisation et à la mondialisation de ceux-ci.

## COMPLÉMENTS ET INTERROGATIONS QUANT À LA THÉORIE DE L'ESPACE PUBLIC

À ce stade de l'argumentation, il paraît nécessaire d'avancer un certain nombre de compléments ou de précisions, indispensables à la compréhension des mutations engagées sinon des révolutions en cours. D'abord, il convient de rappeler combien est décisif le refus par principe d'une vision universaliste, y compris au sein de pays connaissant un régime politique démocratique relativement proche. Même au sein de l'Europe, il existe sans doute plus de divergences que de convergences. Ce refus est essentiel si on veut s'en tenir à une approche sociopolitique et se tenir à l'écart de toute approche relevant de la philosophie politique, celle-ci encore dominante. Toutefois, se pose toujours et peut-être plus que jamais, la question de savoir si des embryons d'EP fonctionnent dans des pays dont les régimes sont dictatoriaux ou autoritaires. La question concerne évidemment une part importante de la population mondiale et intéresse de près les auteurs de ces pays mais elle n'a pas donné lieu pour le moment à des réponses ou apports satisfaisants.

On ne s'arrêtera pas sur les questions de terminologie car il importe peu que, çà et là, elle varie, si des termes différents recouvrent des « activités » similaires ou proches : espace (plutôt dans des zones francophones), *sphere* (en Grande-Bretagne) ou *Öffentlichkeit* (en Allemagne). Certes Espace Public est parfois source de méprises avec les activités relevant de l'urbanisme, mais finalement le double usage présente moins d'inconvénients que d'avantages. Il semble, par contre, essentiel de ne pas générer de confusions avec le phénomène de médiatisation qui est généralement retenu pour représenter des activités moins spécifiées (cf. Lafon, 2020), et relevant, dans l'ensemble, de l'activité des médias, soutenues maintenant par des techniques numériques, mais en correspondance avec l'analyse du fonctionnement de tous les médias.

L'orientation centrée sur les médiatisations est clairement centrale en science politique ou en sociologie. Quant à l'approche spécifiquement communicationnelle, (s'intéressant par exemple au fonctionnement des industries culturelles et créatives, désormais sous l'emprise des plateformes numériques ainsi qu'à l'activité des « collectifs médiatés » par les techniques numériques : ex. via YouTube ), elle porte intérêt prioritairement aux potentialités nouvelles et fragmentées d'échanges sociaux (à différencier des échanges privés avec lesquels on a tendance à les confondre), des potentialités désormais de plus en plus effectives, pas nécessairement massives (au sens de la communication de masse) et sans doute plus internationalisées.

Dans ce cadre, on peut également placer les initiatives locales, dont on envisageait au moment de l'émergence du numérique qu'elles seraient amplement favorisées et qu'elles seraient à l'origine d'échanges plus respectueux de la diversité des « paroles » et du temps nécessaire aux échanges. Il n'est pas certain que cette prévision se trouve réalisée, mais sur ce sujet peu de recherches ont été entreprises.

Finalement, l'activité des médias et des techniques contribuant à l'Espace Public porte désormais sur différents domaines : l'information (terme réunissant des productions d'une grande diversité), et qui entraîne un mouvement sans doute essentiel aujourd'hui quoique partiellement méconnu, à savoir l'informationnalisation, qualification en tout cas plus pertinente que datafication ; les œuvres de fiction et les productions de divertissement ainsi que les échanges sociaux rendus possibles via les réseaux sociaux-numériques, supports mais pas seulement du fonctionnement de « collectifs médiatés » plus ou moins permanents (il est sans doute possible de mieux les identifier désormais et de les distinguer des échanges d'ordre privé), pour autant que ces distinctions restent toujours pertinentes, en tout cas facilement identifiables.

Si les médias demeurent essentiels à l'activation de l'EP, que faut-il entendre par médias ? Cette question qui, dans le passé, avait donné lieu à des réponses successives pas toujours concordantes, se pose à nouveau, mais dans des termes différents, sans pour autant, semble-t-il, accorder un certain primat aux techniques numériques, y compris aux réseaux sociaux. Je me contenterai ici d'en faire état sans pouvoir l'envisager dans toutes ses dimensions.

Par ailleurs, les médias historiques (ceux qui ont émergé aux siècles précédents) sont de plus en plus associés aux techniques numériques (plus exactement à des dispositifs numériques de communication). Ils gardent toutefois une relative prééminence, souvent contestée, et (fortement) variable selon les critères sociaux distinctifs. Dès lors, il est prématuré de considérer, comme je l'avais envisagé dans l'ouvrage déjà cité et paru en 2010, qu'un 5ème modèle (centré sur les réseaux sociaux-numériques) a non pas seulement émergé mais serait d'ores et déjà dominant ; la situation présente est plus complexe qu'il n'était annoncé.

Les mutations engagées, variables il est vrai selon les pays, interdisent par ailleurs de continuer à les identifier (toutes) comme relevant du politique. Tous les débats et

propositions issus des EP partiels (santé, environnement, éducation, *etc.*) ne sont pas destinés à être repris dans l'EP politique, voire même sur la scène politique (par les organisations représentatives) ainsi que par les appareils publics et gouvernementaux. Il n'y a pas de trajectoire *a priori* prévisible. Et on ne peut présager de leur interférence avec la sphère politique. Aussi, et pour bien marquer ce que ces dimensions, assurément caractéristiques des sociétés contemporaines, ont de spécifique, il est préférable de mettre l'accent sur ce que ces espaces publics ont également (ou parallèlement) de sociétal, et de les qualifier, toujours une décennie après, ainsi. Mais plus d'une décennie plus tard, les conditions ont changé, de sorte que les rapports entre Espace Public politique et espaces partiels sociétaux, qui étaient au centre de mon argumentation dans le dernier chapitre de mon ouvrage (Miège, 2010, chapitre 7), ne peuvent plus être présentés dans les mêmes termes.

Les interrogations présentes sont pour la plupart si prégnantes et si décisives qu'en l'absence d'un recul historique suffisant, et de travaux de terrain, pour l'instant encore peu engagés, il est difficile d'apporter des réponses suffisamment argumentées, définitives en tout cas. La situation présente ne saurait être mise sur le même plan que celle connue voici dix à quinze ans lors des discussions et débats entre auteurs à propos de l'EP. Ce qui se trouve au centre des interrogations relatives à l'EP actuellement est plus complexe à appréhender, même si certaines interrogations participent à des débats publics d'actualité, mais sans évidemment aucune garantie quant à leur validité dans un avenir proche ou plus lointain.

Ce qui se trouve concerné, impliqué même, avec la question de l'EP, ou plus précisément avec son activation, ce n'est en effet rien de moins que le fonctionnement de l'ensemble des médias dans leur pluralité, d'abord, dans une situation inédite d'intermédialité qui reste à élucider, bien au-delà du temps court ou très court comme ne se privent pas de le faire bien des commentateurs de l'actualité. La surveillance numérique, ensuite, l'algorithmisation et ce que l'on désigne de plus en plus opportunément comme des activités de pistage, celles-ci maintenant au cœur de l'activité médiatique ; mais sans pouvoir, au-delà des descriptions qui sont faites, en apprécier significativement les effets. Enfin, la montée en puissance continue des majors du numérique (et leur influence dans les sociétés), quand bien même celles-ci connaîtraient-elles des accidents de parcours difficilement prévisibles voici peu (ainsi Twitter et Facebook) et devraient-elles maintenant affronter la concurrence des géants chinois (dont TikTok est le prélude). Ce que les dispositifs proposés par ces firmes géantes offrent et imposent, c'est en fait une individualisation continue des médiations et des pratiques médiatiques, difficilement appréciable dans le temps long. D'après Philip Schlesinger, ces perspectives s'accompagnent d'un tournant réglementaire : « L'intérêt pour les solutions réglementaires face à l'indiscipline perçue du fonctionnement actuel d'Internet (et ajoutons : des autres techniques numériques) continue de croître, tant au niveau national qu'international » (Schlesinger, 2022). Et cela ne manque pas d'affecter profondément l'avenir de la sphère qu'il qualifie désormais de « post-publique ». D'ores et déjà, et sans doute plus encore, au fur et à mesure de la mise en œuvre tardive des mesures au sein de l'Union Européenne. Dès lors, la question se pose de savoir si ce tournant réglementaire sera entièrement favorable au « champ du pouvoir » ou s'il maintiendra des possibilités d'affirmation pour l'EP, selon des modalités nouvelles. C'est un enjeu majeur, au même titre que d'autres enjeux mis en avant tout au long de cet article.

Plus spécifiquement, on doit se demander si les périodes de crise (multiples comme actuellement) et même de guerre, sont favorables ou défavorables à l'activité de l'EP. Certes, les médias et les dispositifs numériques sont largement utilisés, mais le plus souvent dans le temps court et même très court, avec fébrilité et précipitation, sans laisser le temps aux échanges argumentés de s'installer. C'est pourtant une condition indispensable au



fonctionnement de l'EP, ce qui, ajouté aux pressions constantes des pouvoirs politiques n'en favorise pas la poursuite. Et c'est un trait affirmé des sociétés démocratiques contemporaines, qui n'a cessé de se renforcer, et pas seulement dans le cadre de la gestion de la crise pandémique. Dès lors, une caractéristique marquante de ces sociétés est l'affirmation de la communication politique gouvernementale, celle-ci désormais omniprésente dans la sphère politique mais également en opposition avec l'activité des espaces publics sociétaux.

Ceux-ci, dont j'avais largement discuté des conditions de possibilité à la fin de mon ouvrage cité précédemment demeurent pour l'essentiel à l'état hypothétique, non pas que les bases sur lesquelles ils pourraient s'établir ne soient pas observables, c'est le cas plus que jamais dans les domaines de l'environnement, de la santé, (voir Pailliar in Lafon, 2019) et de la diffusion des sciences ainsi que des discriminations socio-sexuées, mais ils sont plus que jamais contraints et limités dans leur avancée dans la mesure où ils ont à faire face, et même subissent de front, les actions relevant de la communication politique dans le temps court, et pour une mesure moindre par les initiatives relevant de la communication publique. Les techniques numériques, assurément, sont sollicitées continûment pour conforter les pouvoirs en place. L'avertissement lancé par P. Dahlgren dès le tournant du siècle est plus que jamais d'actualité : « Fondamentalement [...] l'état de la démocratie dans les démocraties occidentales est généralement préoccupant et nous ne devons pas nous attendre à ce que la technologie règle les problèmes. » (Dahlgren, 2000, p.179)<sup>2</sup>.

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Arendt, Hannah (1958), *Condition de l'homme moderne*, Paris : Calmann-Lévy.
- Dahlgren, Peter (2000), « L'espace public et l'Internet. Structure, espace et communication », *Réseaux*, vol.18, N°100, pp.157-186.
- Fraser, Nancy (2001), « Repenser la sphère publique : une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement », *Hermès*, N°31, pp.125-156.
- Haber, Stéphane, (2012), « Un espace public néo-capitaliste ? Habermas, un demi-siècle après », *Variations* 16, <http://journals.openedition.org/variations/204>.
- Habermas, Jürgen, (1962/ 1978), *L'espace public, Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris : Payot.
- Habermas, Jürgen (2006), *Idéalisations et communication : Agir communicationnel et usage de la raison*, Paris : Fayard.
- Lafon, Benoit (dir.) (2019), *Médias et médiatisation : Analyser les médias imprimés, audiovisuels et numériques*, Grenoble : PUG.
- Mattelart, Armand (2007), *La globalisation de la surveillance – Aux origines de l'ordre sécuritaire*, Paris : La Découverte.
- Miège, Bernard (2010), *L'espace public contemporain*, Grenoble : PUG.
- Miège, Bernard (2020), *La numérisation de la société – Points de repères et enjeux*, Grenoble : PUG.

...

2. Le présent article a bénéficié des discussions, avec quelques controverses vives, qui se sont tenues lors du Séminaire à distance « GPB » en 2022, et auxquelles prirent part : F. Andrainantoanina, P. Bouquillion, E. George, B. Lafon, P. Moeglin, I. Pailliar et G. Tremblay. Cependant, les conclusions que j'en tire et qui sont présentées ici, me sont le plus souvent personnelles.

Miège, Bernard (2022 -a), « Experiencias Globales de la investigacion y la innovacion docente sobre comunicacion en tempos de crisis », Rainer Garcia-Rubira, Flavia Gomes-Franco e Silva, Carmen Caffarel-Serra, eds., libro electronico, Unesco/ Orbicom, pp. 61-73.

Miège, Bernard (2022-b), « Some major questions for research in Information and Communication today (De quelques questions majeures pour la recherche en Information – Communication aujourd'hui) », *JOCIS, journal of creative industries and cultural studies*, [www.jocis.org](http://www.jocis.org), vol 9, august-december 2022, pp. 49-65.

Pailliant, Isabelle (2019), « Médiatisation et espace public », in Lafon B. *Médias et médiatisation*, Grenoble : PUG

Schlesinger, Peter (2020), « After the post-public sphere », *Media, Culture and Society*, Vol.42 (7-8), pp.1545-1563.

Vlassis, Antonio (2021), « Global online platforms, COVID-19 and culture », *Media, Culture and Society*, Vol.43, (5), pp. 957-969.

Zuboff, Shoshana (2020), *L'âge du capitalisme de surveillance*, Paris : Editions Zulma.





# Vivre des deux côtés de la frontière numérique : des pratiques d'ajustement des russes aux blocages communicationnels en temps de guerre

Article inédit, mis en ligne le 19 octobre 2024.

## Ilya Kiriya

*Ilya Kiriya est professeur en sciences de l'information et de la communication à l'université Grenoble-Alpes, et chercheur au Gresec. Pendant 16 ans, il fut professeur à l'École Supérieure d'Économie à Moscou. Ses travaux portent sur les industries culturelles et médiatiques dans le monde post-soviétique en lien avec les effets de la globalisation et du numérique.*

## Plan de l'article

Introduction  
« Sanctions » au sens large et « frontières numériques »  
Premier axe de séparation : est-ouest  
Deuxième axe de séparation : mainstream-alternatif  
Axe de séparation normalité-anomalie  
Conclusion  
Références bibliographiques

## RÉSUMÉ

Après le début de la guerre en Ukraine, l'espace médiatique intérieur russe a considérablement changé en raison des restrictions répressives d'auto-expression et de la censure paramilitaire. Pourtant, ce ne sont pas seulement les pratiques d'auto-expression dans l'espace médiatique qui sont touchées par cette guerre, mais aussi de nombreuses pratiques médiatisées qui façonnent la vie quotidienne des Russes (telles que les transports, les paiements électroniques, le commerce électronique). À cause des blocages d'accès vers les plateformes numériques par le gouvernement et le départ volontaire de certains services numériques étrangers (comme Netflix) du marché russe, ces pratiques médiatiques ont beaucoup évolué. Dans cet article, nous essayons essentiellement d'étudier ces pratiques pendant la période de guerre débutée en 2022 entre la Russie et l'Ukraine. Pour s'adapter aux blocages des services communicationnels, à l'impossibilité d'avoir accès à la production occidentale à l'intérieur de la Russie et respectivement à la production de divertissements russes en Occident, les gens ordinaires des deux côtés de la frontière utilisent des tactiques pour contourner les restrictions quotidiennes. Ces tactiques redéfinissent constamment des frontières numériques entre le numérique dit « souverain » et celui considéré comme mondial en contrebalançant les tentatives des États et des plateformes de définir ces frontières.

## Mots clés

Russie, médias alternatifs, sanctions, pratiques de contournement, frontières numériques, guerre en Ukraine.

## TITLE

Living on both sides of the digital border: Russians' practices of adjusting to wartime communication blockages

## Abstract

After the beginning of war in Ukraine, the Russian interior media space considerably changed due to the repressive restrictions of self-expression and para-military censorship. But it's not only self-expression practices in the media space are affected by this war, but also a numerous mediated practices shaping everyday life of Russians (such as transport, electronic payments, e-commerce). Due to the government's blocking of access to digital platforms and the voluntary departure of some foreign digital services (such as Netflix) from the Russian market, these media practices have evolved a lot. In this paper we are essentially trying to study such practices during the period of war between Russia and Ukraine. To adapt to blockages in communication services, the impossibility of having access to Western production inside Russia and respectively the production of Russian entertainment in the West ordinary people from both sides of the border use tactics to circumvent everyday restrictions. These tactics are constantly redefining digital boundaries between so-called "sovereign" and worldwide digital by counterbalancing the attempts of states and platforms to define these boundaries.

## Keywords

Russia, alternative media, sanctions, subversive practices, digital borders, war in Ukraine.

## TÍTULO

Vivir a ambos lados de la frontera digital: las prácticas de los rusos para adaptarse a los bloqueos de comunicación en tiempos de guerra

## Resumen

Tras el inicio de la guerra en Ucrania, el espacio mediático interior ruso cambió considerablemente debido a las restricciones represivas de la autoexpresión y la censura paramilitar. Pero en realidad, los medios de comunicación no solo están representados por los medios de comunicación de masas y la autoexpresión pasa no solo por la producción de contenidos, sino también por numerosas prácticas mediáticas que dan forma a nuestra vida cotidiana (como el transporte, los pagos electrónicos, el comercio electrónico). En este artículo estamos tratando esencialmente de estudiar tales prácticas durante el período de guerra. Debido al bloqueo, la prohibición de los servicios electrónicos, las cruzadas contra las VPN, se han perpetuado muchas prácticas no relacionadas con la obtención de información, sino relacionadas con la vida cotidiana. Para adaptarse a estas estrategias de los grandes actores institucionales, la gente común de ambos lados de la frontera utiliza tácticas para eludir las restricciones cotidianas. Estas tácticas están constantemente redefiniendo las fronteras digitales entre lo que se denomina «soberano» y lo digital mundial, contrarrestando los intentos de los Estados y las plataformas de definir estas fronteras..

## Palabras clave

Rusia, medios alternativos, sanciones, prácticas subversivas, fronteras digitales, guerra en Ucrania.

## INTRODUCTION

Après le 24 février 2022, le paysage médiatique russe a subi des changements remarquables dans le domaine de l'auto-expression en ligne. Les changements majeurs sont liés aux activités et aux décisions des autorités russes qui adaptent la sphère publique en Russie à l'état des « pays assiégés ». Parmi ces mesures, on distingue le blocage de l'accès à un grand nombre de médias d'opposition ainsi qu'à certains médias étrangers ; un grand nombre de médias ont été fermés en tant qu'organisations (comme TV Rain et Echo Moskv) et ensuite expulsés du pays ou incités à se réorganiser en chaînes YouTube ou Telegram (Pavlik, 2022, p. 3). Les autorités russes ont introduit des poursuites pénales pour « discrédit des forces armées » (jusqu'à 15 ans de prison ferme) et pour « diffusion de fausses informations sur les activités des forces armées russes ». Cette auto-expression est aussi menacée par la désignation des plateformes Meta comme organisations indésirables et leur blocage par Roskomnadzor (une autorité gouvernementale en matière de numérique), ce qui a considérablement réduit le nombre d'utilisateurs de Facebook et d'Instagram. De ce point de vue, le principal préjudice de la guerre entre la Russie et l'Ukraine est l'impact négatif de la censure militaire sur la capacité de la population à avoir accès à une information alternative. Pourtant les réseaux socio-numériques ne sont pas la source d'information la plus réputée pour les Russes. En effet, la confiance des Russes envers la télévision fédérale généraliste dépasse largement la confiance envers l'information via les réseaux (VCIOM, 2023a), alors que la télévision reste la source d'actualité principale pour 40 % des Russes (VCIOM, 2023c). De plus, le point de vue alternatif n'est pas une préoccupation essentielle de la population russe car une majorité de celle-ci se déclare satisfaite de la politique des autorités (VCIOM, 2023).

Cependant, selon Mark Deuze (Deuze, 2023), notre vie est en grande partie déterminée par les médias à travers les plateformes médiatisées. Ces dernières façonnent constamment nos pratiques quotidiennes telles que prendre les transports en commun, voyager, pratiquer du sport, faire du shopping, *etc.* Enfin, nous sommes confrontés au phénomène suivant : la politique des médias en temps de guerre, en raison de l'énorme médiatisation de la vie quotidienne (Hepp, 2019), touche un très grand nombre de domaines et pas seulement le domaine de l'expression de soi. Ainsi, l'impact de la guerre sur l'expérience de vie russe (en Russie comme à l'étranger) devrait être sérieusement reconsidéré. De nombreuses activités médiatisées ont été affectées par la guerre et perturbent le quotidien d'une partie importante de la population en l'encourageant à utiliser certains mécanismes pour contourner les blocages.

Dans cet article, nous tentons une cartographie des pratiques médiatiques affectées par des ruptures et considérons la manière dont les acteurs s'adaptent à des fractures communicationnelles. Nous tentons en ce sens de montrer que l'Homme est très adaptable, même dans un monde technologique médiatisé, ce qui offre la possibilité aux Russes sur place de vivre leur quotidien communicationnel d'avant-guerre.

Comme méthode de recueil des données, nous avons utilisé les entretiens semi-directifs avec des usagers des services numériques et des journalistes des médias d'opposition exilés ou non. Pour analyser les pratiques de contournement par les acteurs industriels, nous nous sommes appuyés sur les infos publiés par la presse d'affaires (Vedomosti, RBK, Kommersant).

Les entretiens ont été menés auprès de 12 personnes, soit 5 femmes et 7 hommes d'âge moyen (entre 35 et 45 ans) qui représentent la classe moyenne vivant dans les grandes villes (Moscou, Rostov-sur-le-Don, Saint-Petersbourg) et utilisent d'une manière active le milieu numérique urbain : achats en ligne, services de transports médiatisés, services numériques d'État, lecture des actualités en ligne, souscription à des services de V&D, abonnement à des chaînes Telegram. Pour illustrer les pratiques « de l'autre côté de la frontière », nous

avons inclus dans les entretiens 4 Russes vivant à l'étranger et ayant déménagé avant la guerre (en France, en Lituanie, en Grande-Bretagne, aux États-Unis). En complément de ces entretiens, nous avons demandé aux usagers de nous montrer, sur leurs appareils, leurs pratiques habituelles en matière de consommation de contenu. En plus, 4 entretiens ont été réalisés auprès de journalistes de médias alternatifs (2 en Russie, 2 en exil) pour comprendre le changement de leurs pratiques à cause des blocages. Les entretiens avec les usagers en Russie ont été réalisés en présentiel en juillet et août 2023. Les entretiens avec les journalistes et les usagers en dehors de la Russie ont été réalisés en décembre 2023 et janvier 2024 en ligne.

## « SANCTIONS » AU SENS LARGE ET « FRONTIÈRES NUMÉRIQUES »

La Russie se trouve actuellement sous un régime de sanctions les plus sévères, qui sont beaucoup plus sévères qu'en Iran (UE, 2023). Ce régime inclut des sanctions personnelles, sectorielles et générales (au seul motif de détenir la nationalité et un passeport russe) introduites par l'UE, les États-Unis et d'autres pays contre la Russie. Nous pouvons également inclure dans ce régime les décisions volontaires de compagnies étrangères privées, y compris des entreprises médiatiques et des prestataires de services dans ce domaine (y compris services paiement en ligne, de travail collaboratif sur *cloud*, les logiciels bureautiques, les outils professionnels pour vidéo, graphique *etc.*). En même temps, toutes les décisions sur le régime des sanctions génèrent des réponses au niveau de l'État russe qui les utilisent comme prétexte pour s'isoler et renforcer l'infrastructure d'Internet, en tant que réseau désormais « souverain » fonctionnant d'une manière quasi autonome sur le territoire russe. Cette idée de « souverainisation » des infrastructures technologiques est au cœur de la transformation du secteur numérique en Russie depuis dix ans et c'est ici que se jouent désormais les enjeux dans le contexte de l'isolement de l'État russe d'avec « l'Occident collectif ». Ces enjeux ont une nature endogène, mais aussi exogène. D'un point de vue endogène, la politique intérieure russe, depuis le premier Maïdan en Ukraine (2004), est fondée sur l'idée complotiste que le pays est encerclé par des ennemis et que les acteurs des pays étrangers cherchent à déstabiliser le pouvoir, à coloniser le pays et à changer le régime en organisant des mouvements populaires (la manière dont ce discours complotiste devient progressivement le discours du pouvoir politique est bien décrite par Ilya Yablokov [Yablokov, 2019]).

La recherche d'ennemis et d'« agents » étrangers à l'intérieur du pays conduit d'une manière logique à la méfiance à l'encontre des acteurs globaux d'Internet et notamment des grandes plateformes comme Google et Facebook. Donc, d'un point de vue des facteurs endogènes, on commence à distinguer progressivement l'Internet global de Runet (Internet russe) et cela entraîne des répercussions dans les politiques publiques. Ainsi, on voit dans les politiques du pouvoir des tentatives d'associer directement les frontières physiques de l'État avec les frontières de l'État dans le secteur numérique (Nocetti, 2015 ; Kossow, 2023). D'ailleurs, la loi relative à « l'Internet souverain » en est un bon exemple : elle vise l'identification des points de trafic transfrontaliers et l'installation de l'équipement spécial permettant de router le trafic, de limiter la vitesse et pouvant aller jusqu'à l'isolement total du segment russe du reste d'Internet (Daucé, Loveluck, Musiani, 2023). Un autre facteur endogène est le facteur industriel. Les politiques publiques visaient non seulement le contrôle des acteurs locaux, mais aussi l'introduction de mesures protectionnistes pour soutenir le secteur local de l'industrie numérique contre l'emprise des acteurs globaux (Nocetti, 2019).

Mais nous ne devons pas non plus sous-estimer le facteur exogène lié à la demande croissante des politiques publiques dans le monde pour la régulation des plateformes

globales. Depuis dix ans, nous assistons à une bataille globale pour la gouvernance d'Internet (DeNardis, 2014) qui est menée par les politiques publiques de plusieurs pays. On peut dans ce contexte mentionner les affaires fiscales de Google au Royaume-Uni, les affaires anti-monopole de Facebook et Google en Europe, les politiques de régulation d'Apple en Chine, le débat sur la neutralité des réseaux, entre autres. Dans toutes ces affaires, se note la contradiction fondamentale entre les principes de globalité technologique et ceux de régulation nationale. La Russie et sa politique sur la gouvernance d'Internet peuvent être considérées comme « un laboratoire » des tendances plus ou moins globales dans cette gouvernance (Daucé, Musiani, 2021). Ces tendances s'appuient non seulement sur les acteurs publics comme les pouvoirs, mais aussi sur les acteurs privés souvent représentés par des sociétés technologiques mondiales. Dans leur ensemble, ces acteurs constituent la notion même de souveraineté par infrastructure (Musiani, 2022). Dans cette dynamique controversée, les frontières infrastructurelles sont construites à la fois par les pouvoirs publics mais aussi par les plateformes privées et les services numériques globaux qui, en situation de guerre, implémentent des approches qui réinventent constamment les frontières en établissant des « rideaux de fer numériques » pour les usagers, perturbant ainsi les pratiques médiatiques et communicationnelles. Dans ce sens, nous assistons à l'établissement des frontières numériques et l'intérêt de cet article est d'analyser les pratiques des usagers pour résister à l'établissement de ces frontières et pour les réinventer constamment.

L'idée de résistance et de contournement passant « par l'infrastructure » d'Internet a été évoquée par Daucé et Musiani (Daucé et Musiani, 2021) alors que certaines des pratiques de contournement en Russie ont été décrites dans l'ouvrage *Genèse d'un autoritarisme numérique* (Daucé, Loveluck, Musiani, 2023). Le domaine de la résistance à des blocages et à des restrictions d'accès a été étudié dans le cas d'autres aires culturelles, notamment en Iran et en Chine. Dans le cas de l'Iran, ces travaux portent surtout sur les pratiques de contournement dans le domaine de l'auto-expression (Rahimi, 2011 ; Akbari, Gabdulhakov, 2019 ; Wulf, Randall, Aal *et al.*, 2022). Les travaux sur la Chine se concentrent essentiellement sur le contournement de la censure numérique (Kou, Kow, Gui, 2017). Cependant, la situation russe est assez différente de ces exemples, car l'environnement est plutôt hybride avec des services étrangers (comme Apple, Google, WhatsApp) présents sur le marché et non menacés d'une manière sérieuse pour le moment par les analogues autochtones (Akbari, Gabdulhakov, 2019). Pourtant, tous ces études abordent peu la question des plateformes infrastructurelles (de type Apple) et de divertissement (Netflix), leur terrain est plutôt centré sur les ONG, les FAI, donc, sur des acteurs institutionnels. En outre, une grande partie des recherches ont été réalisées avant la guerre. Dans cet article, nous abordons plutôt les conséquences de la guerre et nous étudions les pratiques développées depuis le début de l'invasion.

Les relations entre le régime des sanctions et les contournements peuvent être conceptualisées à partir des « stratégies » et des « tactiques » de Michel de Certeau (de Certeau, 1990). Par stratégies, il entend les arts de faire qui consistent à fixer le territoire de la prise de décisions, à organiser et à hiérarchiser les actions, à créer et à maintenir l'identité. Les stratégies, en effet, sont des actions planifiées, logiques et non spontanées. Au contraire, les tactiques sont individuelles, elles sous-entendent la mobilité et l'évitement de l'espace défini, l'organisation flexible, la manipulation de l'identité et le braconnage.

À partir de nos observations, nous avons identifié 3 axes principaux. Le premier axe est lié à une orientation dominante de la consommation des médias, soit orientée vers le divertissement et les contenus occidentaux, soit orientée vers le contenu local.

C'est ce que nous appelons l'axe ouest-est. Le deuxième axe est lié à la possibilité de s'exprimer et d'avoir accès à des contenus alternatifs aux points de vue des pouvoirs russes. Ici, le point central n'est pas la capacité de consommer du contenu occidental, mais essentiellement la capacité d'avoir accès à un point de vue indépendant des pouvoirs russes et d'élargir l'éventail des opinions possibles. C'est cet axe que nous appelons « mainstream-alternative ». Le troisième axe est essentiellement lié au maintien d'habitudes « normales », c'est-à-dire telles qu'elles étaient pratiquées avant février 2022 avec les services numériques, les services bancaires, le commerce électronique, et les services liés à la créativité (tels que l'utilisation de logiciels professionnels, de systèmes de paiement, etc.). Dans ce cadre, les Russes tentent de résister aux incitations à changer leurs propres habitudes.

## PREMIER AXE DE SÉPARATION : EST-OUEST

Les médias russes et leur censure sont généralement comparés au modèle chinois d'isolement (Litvinova, 2023). Mais une différence importante peut être observée : la population russe, jusqu'à présent et malgré le discours propagandiste anti-occidental, est très orientée vers la consommation de contenus de divertissement occidentaux, notamment dans le domaine de cinéma (Stogova, 2023a) tandis que la population chinoise est essentiellement orientée vers les contenus des médias locaux. La guerre a eu un impact de plusieurs façons.

Tout d'abord, certaines plateformes de divertissement occidentales (telles que Netflix, Spotify ou Amazon Prime) ont de leur propre initiative coupé les consommateurs russes de leurs services. Les comptes russes ont été bloqués tandis que les applications mobiles de ces services ont été supprimées de l'App Store russe ou de Google Play. Deux stratégies différentes ont été utilisées ici : la stratégie du blocage local (blocage de l'accès de la plateforme sur le territoire de la Russie) ou la stratégie du blocage de la plateforme du magasin russophone (blocage de l'accès à l'application mobile dans l'App Store russe). Certaines plateformes ont préféré utiliser les deux (Netflix et Amazon). Par exemple, si vous avez choisi l'App Store russe, vous ne disposez plus de la possibilité d'installer l'application Netflix sur votre smartphone. Certaines plateformes (comme Apple), au lieu d'utiliser le principe de territorialité, ont utilisé le principe d'interdiction des moyens de paiement russes à la suite du départ de Visa et Mastercard de Russie. Cela a automatiquement rendu toutes les cartes émises par les banques russes inutilisables à l'étranger et vice-versa, et par conséquent, sur l'App Store, auprès de Microsoft, etc., rendant impossible l'utilisation de services.

Pour contourner ces stratégies, deux tactiques opposées ont été utilisées : une légale et une autre semi-légale. La manière légale d'utiliser ces plateformes est assez compliquée et peut être accessible à un groupe très restreint d'individus. Il s'agit d'ouvrir des comptes bancaires et d'obtenir ainsi des cartes de paiement dans les pays voisins (comme l'Arménie ou la Biélorussie) essentiellement pour payer Netflix, Microsoft, etc. :

*« J'avais besoin d'aller en Europe en mai 2022. Donc, après le début de la guerre, je me suis adressé à une société de courtage pour commander une carte de paiement kazakh... Finalement, je l'utilise maintenant pour payer Netflix, l'abonnement Microsoft Office, etc. » (usager, homme, 46 ans, secteur public, Moscou)*

*« D'abord, pour garder l'accès à Netflix, je demandais à mes amis en Europe de me le payer. Mais finalement, je suis allé à Yerevan [la capitale de l'Arménie - auteur]... » (usager, femme, 36 ans, gestionnaire dans le secteur privé, Moscou)*

Mais en plus de changer le mode de paiement sur certaines plateformes, il a fallu effectuer quelques manipulations telles que l'ouverture d'un autre compte dans l'App Store,



l'installation de Netflix et la mise en place d'un VPN. Ce n'est que dans ce cas que Netflix est redevenu accessible.

*« Bah... Netflix, c'est le plus difficile pour moi. Il faut utiliser le VPN (et ça ne marche pas toujours). En plus, il n'y a pas d'appli Netflix dans le store russe. Donc, j'ai fait un deuxième Apple ID domicilié au Kazakhstan. Du coup, je bascule entre les deux Apple ID... » (usager, homme, 43 ans, Saint-Petersbourg)*

La décision des services de VAD étrangers de quitter la Russie a automatiquement provoqué une montée en puissance des agrégateurs, des services semi-légaux et des applications mobiles proposant de regarder les premières de Netflix. Cette méthode est devenue moins difficile pour les utilisateurs, mais elle est fondée sur des activités en partie illégales, car officiellement Netflix ne vend pas ses séries originales aux autres plateformes :

*« C'est facile. Je suis allé sur Internet et j'ai commandé ce petit boîtier [montre un petit équipement connecté à son poste de télé]. C'est un truc chinois. Il y a plusieurs applications et notamment un accès piraté de Netflix. Je ne sais pas comment ils font ça » (usager, femme, 32 ans, cadre, Rostov)*

En outre, non seulement les plateformes de distribution de contenus occidentaux ont été coupées du marché russe, mais les détenteurs de droits occidentaux aussi. En mars 2022, toutes les majors hollywoodiennes ont boycotté le marché du box-office russe et ont déconnecté les salles de cinéma des nouveautés. Plus tard certains d'entre eux, comme Warner, ont retiré leur autorisation de distribuer leurs contenus via des plateformes numériques, ce qui a affecté tous les films précédemment sortis sur leurs plateformes. De telles décisions ont incité les autorités russes à proposer la politique des « licences forcées ». Des mesures similaires sont discutées dans le domaine du secteur du cinéma (Kotova, 2023) et dans le domaine du marché des logiciels (Gromova, 2022). Cela signifie que la nouvelle loi permettra de distribuer des licences pour la projection d'un film (ou l'utilisation d'un logiciel) sans l'accord du titulaire des droits, ce qui permettra aux acteurs russes (cinéma, VAD) de distribuer de tels contenus sans l'accord des détenteurs des droits.

Certaines pratiques visant à contourner les interdictions de projection ont été adoptées. Les salles de cinéma organisent des projections de nouveaux films hollywoodiens (comme Avatar 2 ou Barbie). Pour ce faire, après la projection du film hollywoodien, les salles organisent la projection d'un court métrage russe peu connu. Selon tous les documents, le spectateur vient au cinéma pour regarder ce court métrage. Sur le ticket, c'est ce film qui est marqué. Dans le catalogue de la Société des détenteurs des droits, c'est ce film russe qui figure. La projection d'un film hollywoodien avant le court métrage russe est alors considérée comme un « service pré-projection ». Selon le quotidien RBK, un tiers des recettes de cinéma durant la première moitié de l'année 2023 sont générées par ce genre de pratique illégale (Stogova, 2023b).

Pour s'opposer aux contenus occidentaux et aux plateformes « occidentales », l'État russe et les grandes sociétés du secteur médiatique ont commencé à créer des plateformes locales, en essayant en apparence de reproduire la stratégie chinoise et iranienne (Akbari, Gabdulhakov, 2019) où les plateformes locales sont beaucoup plus populaires. Ainsi se comprend l'initiative de Gazprom Media (un des géants médiatiques Russes) consistant à ouvrir la plateforme locale de vidéos verticales (TikTok russe), Yappy, ou le développement de RuTube, l'hébergeur de vidéos russophones. RuTube a été créé à l'origine essentiellement pour stocker le contenu des médias de Gazprom (tels que des programmes de télévision, etc.), mais après l'ouverture du service de vidéo à la demande Premier, RuTube a prétendu devenir l'analogue de YouTube avec du contenu local. En 2022, la croissance de l'audience de RuTube a été de 464 % (de 3,05 millions utilisateurs en 2021 à 17,2 millions en 2022) (Sostav, 2023). Mais ce chiffre reste incomparable avec YouTube qui compte 90 millions d'utilisateurs (Mediascope, 2023). Pourtant, pour le

moment, l'approche russe reste insuffisante lorsque les plateformes locales fonctionnent côte à côte avec les plateformes étrangères (Akbari, Gabdulhakov, 2019).

Ainsi, les plateformes étrangères mobilisent trois principes : principe de territorialité (dépendant de l'emplacement géographique de l'IP de l'utilisateur), principe de domiciliation du magasin des applications indépendamment de l'emplacement de l'utilisateur, principe de domiciliation du moyen de paiement. En même temps, les utilisateurs, pour contourner ces blocages, jouent avec leur identité (en basculant entre les magasins russe et kazakh sur l'App Store, par exemple), avec leur emplacement (en mettant en marche le VPN) et avec leur organisation (création de sociétés de courtage, apparition de services semi-légaux avec des moyens techniques douteux en provenance de Chine pour rendre accessible ce qui est officiellement non accessible). Cela fait écho aux pratiques observables à l'ère du piratage audiovisuel en Russie (Kiriya, 2011).

## DEUXIÈME AXE DE SÉPARATION : MAINSTREAM-ALTERNATIF

Le clivage principal dans cet axe ne porte pas sur la consommation de contenu des médias occidentaux ou orientaux. Il s'agit plutôt d'un clivage idéologique entre la sphère publique officielle et la « sphère publique parallèle » (Kiriya, 2012), qui s'est considérablement rétrécie depuis le début de la guerre contre l'Ukraine. Plusieurs dispositifs ont alors été introduits afin de contrôler l'expression publique dans le domaine des médias, ainsi que dans celui de la culture. Tout d'abord, il s'agit de pénaliser la critique des activités des forces armées russes lors du conflit en Ukraine. En outre, c'est la désignation des médias et des blogueurs des organisations sous « influence étrangère » comme « agents étrangers » ou « organisations non-désirables ». Toutes ces pratiques judiciaires ont été introduites avant la guerre de Russie contre l'Ukraine, mais sont devenues largement répandues depuis le début de l'invasion (Kossov, 2023).

Mais ces genres de blocages entraînent aussi des réponses « miroir » de l'autre côté de la frontière. Sous la pression politique de leur gouvernement, certains pays occidentaux ont également introduit le « blocage » des outils dits de « propagande russe ». Parfois, il s'agit simplement de RT ou de « Sputnik » en tant que chaînes internationales de propagande. Mais, dans d'autres pays, comme les pays baltes, d'autres chaînes de télévision d'État russes ont également été éteintes, tandis que certaines de ces chaînes ne diffusaient que des divertissements et représentaient un mécanisme très important de maintien de l'identité linguistique de la population russophone de ces pays.

*« Avant la guerre, j'ai fait montrer aux enfants une chaîne, « Nauka 2.0 », une chaîne éducative. Il y avait des curiosités sur la biologie, la nature, les technologies et autres... Maintenant, c'est bloqué sur notre territoire. Et je ne comprends pas pourquoi ». (utilisateur, femme, 44 ans, Lituanie).*

Les mesures de blocage ont considérablement changé les pratiques de la population dans l'accès à l'information mais aussi au divertissement. Les sociétés de production, les cinéastes, les chaînes de télévision ont progressivement introduit des « listes d'arrêts » de contenus de divertissement, y compris des morceaux de musique à la radio, et sur l'invitation de « personnes politiquement peu fiables » à jouer des rôles au théâtre, au cinéma, dans les séries et les programmes télévisés. De l'autre côté de la frontière, nous pouvons voir d'une manière réciproque les « listes d'arrêts » et les sanctions d'entrée sur le territoire pour les artistes qui ont soutenu les pouvoirs russes.

Comme réponse, l'espace public parallèle s'élève à partir de chaînes autoorganisées sur YouTube et de médias alternatifs russophones à l'étranger destinés aux Russes à l'intérieur du pays. Dès lors, les médias institutionnalisés et bien définis dans l'espace deviennent des



médias auto-organisés qui ont recours à la distribution alternative via les réseaux socio-numériques et les plateformes de vidéos alternatives telles que YouTube, c'est-à-dire qui se trouvent plutôt en dehors d'un espace géographique fixe et qui échappent ainsi au contrôle de l'État.

*« Nous avons un site web qui s'ouvre sous VPN en Russie, et nous éditons une chaîne Telegram... De plus, nous avons une chaîne YouTube... De plus, nous avons des listes de diffusion pour les personnes qui se sont abonnées à ces listes de diffusion... Enfin, nous... publions des numéros PDF de notre journal, c'est-à-dire que nous le mettons en pages de la même manière que nous avons fait une mise en pages de notre journal [Avant que ça a été clôturé] » (Journaliste, média alternatif, en Russie).*

Après l'introduction de sanctions discriminatoires sur les fausses informations et sur le discrédit des forces armées, de nombreux médias alternatifs ont préféré s'installer à l'étranger plutôt que de respecter ces restrictions. Tous les médias de ce type existant sous la forme de sites Web sont bloqués sur le territoire de la Russie. Certains d'entre eux sont reconnus comme étant des « organisations indésirables », donc, même leur donner une interview peut être considéré comme une infraction.

*« Des perquisitions ont été effectuées au domicile d'une personne et, sur la base de ces perquisitions, il a été reconnu que les personnes [de nos projets médiatiques] recevaient de l'argent d'organisations indésirables et, par conséquent, tombaient sous le coup de l'article pénal. Et ensuite [un oligarque en exil finançant le projet] a dit que nous fermions tout d'un seul coup » (Journaliste, média alternatif, en exil).*

Pour avoir accès à de tels médias, il est nécessaire de disposer d'un VPN qui est un outil sous la forme d'une application permettant de cacher sa vraie adresse IP en la remplaçant par une adresse localisée dans un autre pays. Alors que les services VPN sont constamment attaqués par Roskomnadzor, l'organisme de surveillance de l'État, il en apparaît de nouveaux. Les médias en exil ont commencé à créer des sites Internet « miroir » (des sites qui sont physiquement placés sur de nouveaux serveurs dont l'adresse IP change tout le temps, du coup, Roskomnadzor n'a pas assez de temps pour les bloquer) et des applications avec des VPN intégrés.

La séparation entre les médias dominants et les médias alternatifs peut être observée dans le cas des réseaux socio-numériques. Nous savons bien que les plateformes de ces réseaux sont susceptibles d'être utilisées pour coopter et manipuler dans le contexte autoritaire (Deibert, 2019). Considéré comme un grand réseau public d'État, VK est entièrement contrôlé par l'administration présidentielle. Le président de VK est le fils du premier vice-chef de l'administration présidentielle alors que le capital de VK est détenu par Gazprom et par Yuri Kovalchuk, un ami proche du président. VK est réputé pour bloquer les appels antigouvernementaux aux rassemblements de soutien à Alexeï Navalny (TASS, 2021). Les médias sociaux alternatifs sont Facebook et Instagram. Après que les plateformes de Meta ont été interdites sur le territoire de la Russie, leur audience a chuté de 7 à 1 % de la population dans le cas de Facebook et de 31 à 6 % pour Instagram. Les deux plateformes sont bloquées en Russie, les deux nécessitent un VPN pour y accéder. Le débat non institutionnalisé s'est progressivement déplacé vers la messagerie Telegram, dont l'audience a quasiment doublé (figure 1).

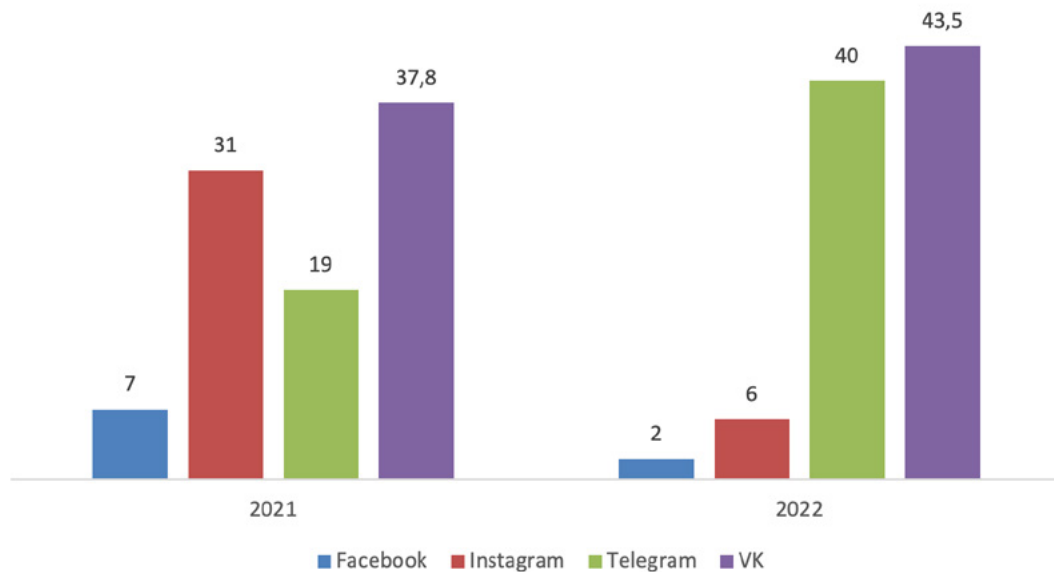


Figure 1. Le nombre des utilisateurs quotidiens des réseaux socio-numériques en Russie avant et après le début de la guerre (part de population %). Source : Mediascope Web Index, 2023 (Mediascope, 2023).

Ce qui est important pour Telegram, c'est sa fonctionnalité qui consiste à organiser des chaînes publiques donnant la possibilité à des lecteurs d'y être abonnés. Cela a changé de façon importante la manière de travailler des journalistes, notamment pour les journalistes de médias alternatifs, ce qui correspond à l'usage de cette plateforme en Iran (Kermani, 2018). Ainsi, pour les médias bloqués en Russie, Telegram est devenu le moyen ouvert et non bloqué sur le territoire russe d'éditorialiser leur contenu :

*« Je pense que tout l'Internet sera bloqué en Russie. Donc, le problème est plus global que nous ne le pensons... Mais si, tout d'un coup, nous nous rendons compte que nous tous, qui travaillons comme moi, avons besoin d'une plateforme alternative... je pense que tout le monde s'y retrouvera rapidement » (journaliste, média alternatif, en exil).*

Il y a des rumeurs de blocage de YouTube depuis le début de la guerre (Verstka, 2023), mais il semble qu'une telle mesure nuit également aux forces politiques loyalistes qui utilisent largement cette plateforme et qui rassemble un public beaucoup plus large que les plateformes locales. Il en va de même pour Telegram.

Dans le cas de l'axe « mainstream-alternatif », la notion de frontière numérique utilisée par l'État russe correspond à la frontière géographique et à la protection de « souveraineté numérique » qui a déjà été évoquée au début. Mais cette expression entre en contradiction avec le fonctionnement toujours global des plateformes numériques sur le territoire russe. En ce sens, YouTube, Telegram, Google permettent à l'expression alternative de franchir les frontières et d'être accessible malgré les blocages des sites Internet et de certains réseaux socio-numériques. Mais la politique de blocage reste quand même hybride, car les plateformes globales ne sont pas bloquées (sauf Facebook, Instagram et Twitter). La nature même des plateformes permet une utilisation à des fins propagandistes loyalistes aussi bien qu'à des fins de liberté d'expression.

## AXE DE SÉPARATION NORMALITÉ-ANOMALIE

Après le début de la guerre, la vie quotidienne des habitants urbains orientée vers le style de consommation occidental, les voyages à l'étranger, les paiements électroniques, *etc.* a considérablement changé. Le point nodal ici a été la décision des principales cartes de paiement (Visa et Mastercard) de déconnecter la Russie de leurs plateformes. La même décision a été prise par quelques services de paiement en ligne (tout d'abord, PayPal). Apple Pay et Google Pay ont déconnecté le système des cartes de paiement national « Mir » de leurs services. Cela a automatiquement rendu impossible le paiement sans contact avec le téléphone portable, mais aussi le paiement d'abonnements à des logiciels, des applications mobiles payantes, *etc.* Les services en ligne russes ont rapidement adopté de nouvelles règles, car ils avaient déjà presque tous acquis des moyens de paiement russes (tels que la carte « Mir », les plateformes de paiement en ligne Yandex ou Qiwi). Jusqu'à présent, Apple Pay n'a gardé qu'un seul moyen de paiement pour l'abonnement à iCloud et Apple+ : le débit du compte de téléphone mobile. En revanche, Google ne donne pas cette possibilité.

De nombreux fabricants de logiciels, plateformes en ligne et services étrangers ont suspendu toute opération avec la Russie. Microsoft a fermé son bureau de Moscou, mais a maintenu l'opérabilité des services (à l'exception des services pour les organismes gouvernementaux de l'État russe). Une décision similaire a été prise par Adobe. Mais tous les services par abonnement ont suspendu la possibilité d'utiliser les paiements locaux. Certains services électroniques en ligne ont introduit le principe de territorialité et bloquent leurs services sur le territoire russe, nécessitant ainsi un VPN pour être utilisés : c'est le cas de Canva (outil pour les designers), Doodle (travail collaboratif), *etc.* Une situation similaire peut être observée de l'autre côté de la frontière. Dans certains pays, le portail russe des services de l'État Gosuslugi (analogue du site ANTS en France, indispensable pour commander un certificat en ligne, gérer la scolarité de son enfant, *etc.*) a été bloqué. Les citoyens russes à l'étranger ont besoin d'un VPN simulant une localisation russe pour y avoir accès. Il en va de même pour le site de la compagnie nationale des chemins de fer et ceux des banques sanctionnées.

*« J'ai l'impression de vivre la vie de Harry Potter en voyageant entre les deux pays avec le battement d'une baguette magique. Quand il faut que je paie mes charges communales pour mon appart à Moscou, j'utilise le VPN russe. Regarde... je clique là et je suis téléporté à Voronezh » (usager, homme, 50 ans, France).*

Les applications mobiles des banques d'État VTB et Sberbank sont exclues de l'Apple Store, y compris sur le territoire russe. Ces banques contournent le système pour maintenir leurs services en ligne. Dans un premier temps, VTB, par exemple, utilisait l'application bancaire d'une banque que ce groupe a absorbée il y a un moment. L'appli a longtemps été inactive et après les sanctions, VTB l'a détournée pour l'utiliser comme une appli de services bancaires en ligne. Quand Apple a bloqué cette application, VTB a lancé une autre application mobile dont la description dans le magasin App Store ne correspondait pas du tout à la description des services bancaires. Donc, ici apparaissent les tactiques de contournement à travers les changements de l'identité de l'application.

Les entreprises d'État russes et les grandes entreprises ont commencé à utiliser des solutions locales. Dans les organisations d'État, y compris les universités, et dans les secteurs stratégiques, le « remplacement » des services occidentaux a commencé quelques années avant la guerre. Les services *cloud* de Google ont été remplacés par Yandex. Zoom et MS Teams en tant que plateformes de visioconférence ont été remplacées par les plateformes Yandex Telemost ou Webinar. Cela a permis à des entreprises russes d'investir dans des logiciels qu'elles ne développaient pas avant la guerre. La situation avec les logiciels Adobe

et les systèmes d'exploitation Microsoft reste compliquée, car il est difficile de les remplacer complètement (surtout dans le domaine de la production créative : secteur du cinéma, du design, de l'édition, etc.).

*« Ce qui a été difficile pour moi, c'est le départ de Canva, car [avant 2022] je l'utilisais souvent pour faire des présentations. Ensuite, on m'a montré le VPN et du coup je continue à l'utiliser. Le reste, on peut s'habituer... » (usager, femme, 35 ans, Moscou)*

La déconnexion des plateformes de paiement a également affecté les pratiques de transport, notamment dans le domaine du transport aérien. Rappelons qu'après le début de la guerre, les pays européens et les États-Unis ont fermé le ciel aux avions russes et suspendu la liaison aérienne directe. En conséquence, les entreprises occidentales ont cessé de vendre des billets en Russie. En raison de l'interdiction des services de paiement russes, il est devenu impossible de payer des billets d'avion directement sur les sites Web ou via les applications mobiles de nombreuses compagnies aériennes du monde. Ceci a également rendu impossible pour les étrangers de payer des voyages avec des compagnies aériennes russes. Airbnb et Booking.com ont rendu invalides les moyens de paiement émis par des banques russes et ont arrêté le visionnage des moyens de logement en Russie.

En réaction et pour maintenir sa propre « normalité » quotidienne liée aux paiements, la population adopte des tactiques. La solution la plus forte reste l'ouverture d'un compte bancaire à l'étranger dans l'un des pays d'Asie centrale (Kazakhstan, Kirghizistan, Ouzbékistan) ou en Arménie, comme évoqué plus haut. D'autres méthodes pour payer des services à l'étranger ou pour réaliser du commerce électronique s'apparentent à des relations informelles avec des personnes détenant des numéros de compte et des cartes étrangères. Certains individus ont organisé des bots Telegram pour collecter des commandes pour ce type de paiement. Cela a beaucoup contribué à la formation de « diasporas » russes à l'étranger où les gens s'aident mutuellement, notamment en matière de conversion d'argent.

En termes de pratiques de médiatisation des voyages, la place importante occupée par des entreprises étrangères a été remplacée par ce que l'on appelle des agrégateurs. Skyscanner a quitté le marché russe, mais les services comme Aviasales et OneTwoTrip ont pris la place. Tous ces services acceptent les moyens de paiement russes qui donnent la possibilité d'acheter des billets de n'importe quelle compagnie aérienne du monde.

## CONCLUSION

Au terme de cette analyse, nous remarquons la variété de pratiques quotidiennes qui ont été touchées par les sanctions et par la rupture de la connectivité de l'espace communicationnel : auto-expression, divertissement, transports médiatisés, e-commerce, etc. Ces sanctions, nous pouvons les considérer comme des stratégies, c'est-à-dire comme des actions qui sont imposées d'une manière verticale, de façon planifiée et à long terme. Ces stratégies consistent à établir des frontières numériques de toutes sortes séparant l'espace des pratiques (d'auto-expression, de divertissement, des pratiques numériques médiatisées). On distingue trois types d'acteurs développant ces stratégies : les entreprises étrangères et les propriétaires de plateformes qui quittent le marché russe d'une manière volontaire ; les autorités russes et étrangères qui adoptent des mesures visant à bloquer l'accès à certains contenus occidentaux (ou russes) ou qui incitent la population à changer ses habitudes numériques (par exemple à travailler dans des documents Yandex au lieu de Google Docs, plus pratique) et à installer des logiciels produits localement ; enfin, les entreprises privées russes qui profitent de cette situation pour ouvrir de nouveaux marchés et pour aider à contourner certaines restrictions (comme les plateformes de voyages

établies pour contourner les restrictions).

Cependant, une multitude d'acteurs opposent leurs tactiques de résistance à des stratégies de blocage. Dans la situation des sanctions, nous devons bien comprendre que certaines réponses provenant d'acteurs stratégiques (le gouvernement russe, par exemple, ou bien la Commission européenne, qui introduit des sanctions) sont tellement instantanées et incertaines qu'elles ressemblent davantage à des tactiques de détournement qu'à des décisions stratégiques planifiées à long terme. Ce sont les entreprises russes et les services russes qui ont des tactiques de changement d'identité, de domiciliation et de flexibilité organisationnelle pour contourner les sanctions contre elles. Souvent, ces tactiques sont renforcées par des initiatives législatives pointues de différents groupes de lobbying (comme dans le cas de licences forcées). Ce sont, enfin, les plateformes d'infrastructure étrangères (comme Apple ou Google) dont la position est ambivalente : elles se joignent aux sanctions et restrictions contre la Russie. Dans le même temps, la Russie reste un acteur important, alors que le marché russe utilise largement ces services. C'est la raison pour laquelle elles privilégient une rétractation partielle.

Toutes ces tactiques réinventent constamment les frontières numériques en opposant les principes de territorialité privilégiés par des acteurs stratégiques et notamment l'État russe. En conséquence, différents acteurs proposent d'autres types de frontières fondées sur d'autres principes. Les moyens de paiement, les VPN, les techniques de proxy, les changements de domiciliation des Apple ID et Play Market, l'organisation des médias en ligne exilés orientés vers une audience à l'intérieur du pays réinventent ces frontières numériques en les contournant.

Pourtant, on est loin de constater que toutes ces tactiques sont des actions idéologiques conscientes de la résistance. Les individus qui utilisent un VPN ou détournent les moyens de paiement ne sont pas forcément des acteurs politiques d'opposition. Pour eux, ces « résistances » sont tacites et non réflexives, elles font partie de leur vie quotidienne. Des recherches ultérieures doivent être menées pour associer leurs positions idéologiques (souvent apolitiques) et politiques avec leurs tactiques de contournement des restrictions.

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Akbari, Azadeh, Gabdulhakov, Rachid (2019), « Platform Surveillance and Resistance in Iran and Russia: The Case of Telegram », *Surveillance & Society*, vol. 17, n° 1/2, p. 223-231.

Daucé, Françoise ; Loveluck, Benjamin ; Musiani, Francesca (dir.) (2023), *Genèse d'un autoritarisme numérique*, Paris : Presses des Mines.

Daucé, Françoise ; Musiani, Francesca (2021). « Infrastructure-embedded control, circumvention and sovereignty in the Russian Internet : An introduction », *First Monday*, vol. 26, n°5, [en ligne], consulté 23 juin 2024, <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/11685>

de Certeau, Michel (1990), *L'invention du quotidien, tome I : Arts de faire*, Paris : Gallimard.

Deibert, Ronald J. (2019), « The road to digital unfreedom: three painful truths about social media », *Journal of Democracy*, vol. 30, n° 1, p. 25-39.

DeNardis, Laura (2014), *The Global War for Internet Governance*, Cary: Oxford University Press.

Deuze, Marc (2023), *Life in Media. A Global Introduction to Media Studies*, Cambridge : MIT Press.

Gromova, Viktoria (2022), « Kommersant » » uzna o planah Mincifry prinuditel'no licenzirovat' PO [« Kommersant » a pris connaissance des projets du ministère du Développement numérique d'imposer une licence obligatoire aux logiciels], *RBK*, édition du 29 décembre 2022, [en ligne], consulté le 23 juin 2024, [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/29/12/2022/63acdd649a7947e1d3513dfe](https://www.rbc.ru/technology_and_media/29/12/2022/63acdd649a7947e1d3513dfe)

Hepp, Andreas (2019), *Deep Mediatization*, London: Routledge.

Kermani, Hossein (2018), « Telegramming News: How have Telegram channels transformed journalism in Iran? », *Türkiye İleti İm Ara tırmaları Dergisi*, vol. 31, p. 168–187.

Kiriya, Ilya (2011), « Chapitre 11. Le piratage audiovisuel en Russie post-soviétique, entre logiques économiques et culturelles » (p. 239-255), in Mattelart, Tristan (dir.), *Piratages audiovisuels : Les voies souterraines de la mondialisation culturelle*, Louvain-la-Neuve : De Boeck Supérieur.

Kiriya, Ilya (2012), « The Culture of Subversion and Russian Media Landscape », *International Journal of Communication*, vol. 6, [en ligne], consulté le 23 juin 2024, <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1196>

Kossov, Valerii (2023), « Oppression juridique et recours numériques : droit, lois et jugements » (p. 33-50), in Daucé, Françoise ; Loveluck, Benjamin ; Musiani, Francesca (dir.), *Genèse d'un autoritarisme numérique*, Paris : Presses des Mines.

Kotova, Yulia (2023), « V Dume mogut vernut'sya k idee prinuditel'nogo licenzirovaniya zarubezhnogo kino [La Douma pourrait revenir sur l'idée d'une licence obligatoire pour le cinéma étranger] », *Forbes*, édition du 09 janvier 2023, [en ligne], consulté le 23 juin 2024, <https://www.forbes.ru/tekhnologii/483530-v-dume-mogut-vernut-sa-k-idee-prinuditel-nogo-licenzirovaniya-zarubezhnogo-kino>

Kou, Yubo ; Kow, Yong Ming ; Gui, Xinning (2017), « Resisting the Censorship Infrastructure in China », *Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences*, [en ligne], consulté le 23 juin 2024, <https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1265&context=hicss-50>

Litvinova, Dasha (2023), « The cyber gulag: How Russia tracks, censors and controls its citizens », *AP*, édition du 23 mai 2023, [en ligne], consulté le 23 juin 2024, <https://apnews.com/article/russia-crackdown-surveillance-censorship-war-ukraine-internet-dab3663774feb666d6d0025bcd082fba>

*Mediascope*, (2023), *Mediapotreblenie v Rossii [La consommation médiatique en Russie]*, présentation, Moscou: Mediascope, [en ligne], consulté le 23 juin 2024, <https://mediascope.net/upload/iblock/ee9/>



# Friche ou tiers-lieu ? Le cas du pôle 109 (Nice) au prisme de la médiatisation des politiques culturelles

Article mis en ligne le 20 octobre 2024.

## Matina Magkou

Matina Magkou est chercheuse associée au laboratoire SIC.Lab Méditerranée (Université Côte d'Azur), où elle a obtenu un contrat post-doctoral (ANR-15-IDEX-01, UCA-JEDI, 2021-2023) sur le développement des tiers-lieux culturels à l'international (France, Espagne, Grèce, Brésil et Afrique du Sud). Ses travaux de recherche portent sur les politiques et la coopération culturelles, la communication interculturelle, ainsi que sur les industries culturelles et créatives. Avec Émilie Pamart et Billel Aroufoune, elle a codirigé le deuxième tome de l'ouvrage *Tiers lieux culturels*, Paris, L'Harmattan, 2024.

[Stamatina.magkou@univ-cotedazur.fr](mailto:Stamatina.magkou@univ-cotedazur.fr)

## Nicolas Pélissier

Nicolas Pélissier est professeur en sciences de l'information et de la communication à l'Université Côte d'Azur, EUR Arts et Humanités, où il dirige le laboratoire SIC.Lab Méditerranée. Il co-anime par ailleurs, avec Franck Renucci, le réseau de chercheurs CREAMED (Création/Médiations) en région Sud. Chercheur en sociologie des médias et de la culture, il a codirigé, avec Vincent Lambert et Stefania Bejan, l'ouvrage *Questionner la diversité culturelle : une mondialisation sous influence*, Paris, L'Harmattan, 2023.

[Nicolas.pelissier@univ-cotedazur.fr](mailto:Nicolas.pelissier@univ-cotedazur.fr)

## Plan de l'article

Introduction  
Les tiers-lieux et l'entre-temps de quartiers en transformation  
Imaginaires du territoire  
Le 109 : médiations médiatiques  
Discussion  
Conclusion  
Notes  
Références bibliographiques

## RÉSUMÉ

Ce texte propose une étude des représentations médiatiques du 109, un espace culturel implanté dans un quartier prioritaire de la ville de Nice, à partir d'une analyse d'un corpus de discours médiatiques produits sur cet espace depuis deux décennies. Il s'agit notamment d'évaluer comment s'est opérée, dans les imaginaires des journalistes, la métamorphose du pôle 109 et sa transition progressive de l'état de « friche » à celui de « tiers-lieu culturel ». Une transition qui va dans le sens de l'institutionnalisation d'un type de lieu faisant l'objet d'une attention grandissante des pouvoirs publics. Nous analysons donc les formes que prend ce lieu au fil de ses représentations médiatiques. Ces démarches apportent un éclairage original sur les processus de construction des éléments identitaires des espaces

urbains en transition, ceux qui permettent aux acteurs politiques de les valoriser et de se les réapproprier.

### **Mots clés**

Tiers-lieux culturels, friches culturelles, requalification urbaine, politiques de la ville, politiques culturelles, discours et médiations médiatiques.

### **TITLE**

The time « in-between » of an underground brownfield to a third place through the prism of media: the case of the 109 in Nice.

### **Abstract**

This article proposes a study of the representations of 109, a cultural space located in a priority neighborhood in the city of Nice, based on an analysis of a corpus of journalistic discourses produced about this space over two decades. The aim is to evaluate how, in the journalists' imaginations, the metamorphosis of the 109 hub and its gradual transition from a "wasteland" to a "cultural third place" occurred. This transition aligns with the institutionalisation of a type of place that is receiving increasing attention from public authorities. We analyse the forms that this evolution place takes over the course of its media representations. This approach provides an original insight into the processes of constructing the identity elements of transitioning urban spaces, which allow political actors to assign them value and to reappropriate them.

### **Keywords**

Cultural third places, cultural wastelands, urban regeneration, public policies, media discourses and mediations

### **TÍTULO**

### **Resumen**

Este artículo propone un estudio de las representaciones mediáticas del 109, un espacio cultural situado en un barrio prioritario de la ciudad de Niza, a partir de un análisis de un corpus de discursos mediáticos producidos sobre este espacio durante dos décadas. Se trata, en particular, de evaluar cómo se ha producido, en los imaginarios de los periodistas, la metamorfosis del 109 y su transición progresiva del estado de «terreno baldío» al de «tercer lugar cultural». Una transición que va en el sentido de la institucionalización de un tipo de lugar que recibe una creciente atención por parte de las autoridades públicas. Analizamos, por lo tanto, las formas que toma este lugar a lo largo de sus representaciones mediáticas. Estos enfoques aportan una perspectiva original sobre los procesos de construcción de los elementos identitarios de los espacios urbanos en transición, aquellos que permiten a los actores políticos valorizarlos y reapropiárselos.

### **Palabras clave**

Terceros lugares culturales, terrenos baldíos culturales, espacios culturales, regeneración urbana, políticas públicas, discursos mediáticos



## INTRODUCTION

Cet article porte sur le processus de mise en récit par les acteurs médiatiques de la trajectoire d'un espace plutôt délaissé par les médias et par les pouvoirs publics, vers un lieu de culture reconnu et valorisé en voie d'institutionnalisation et de légitimation dans l'espace public local. Nous nous appuyons sur une étude des représentations par la presse régionale et nationale du pôle 109, un lieu culturel implanté dans un quartier prioritaire de la ville de Nice. À partir d'une analyse du discours médiatique concernant ses transformations depuis deux décennies et en mobilisant une approche communicationnelle appliquée à ce lieu en transition, il s'agit d'appréhender la forme que prend ce dernier au travers de la narration médiatique.

Sachant que les lieux culturels « sont le point de jonction entre les dispositifs territoriaux et des processus artistiques » (Bazin, 2023), nous proposons ici une analyse diachronique d'un corpus de presse de plus de 20 ans, analyse qui permet de saisir les nouveaux usages et le processus d'institutionnalisation d'une friche parfois décriée sous la forme d'un tiers-lieu reconnu et valorisé. Notre questionnement porte en premier lieu sur le lien entre les politiques publiques relatives à cet espace, et ses représentations médiatiques et symboliques. Nous explorons plus concrètement l'objectif éditorial des journalistes de mettre en lumière ses transformations et de donner du sens aux politiques publiques en question, au travers de la question suivante : comment la médiatisation d'une friche culturelle devenue tiers-lieu reflète-t-elle une certaine évolution des politiques publiques culturelles au plan local et national ? Notre hypothèse principale est que les journalistes ont tendance à se faire les porte-parole d'élus locaux qui entérinent un changement de cap plus global allant dans le sens de l'institutionnalisation d'une forme prenant ses sources dans la contre-culture.

Ce questionnement nous amène, dans un premier temps, à exposer notre méthodologie, puis à examiner la manière dont certains chercheurs en sciences de l'information et de la communication (SIC) et en SHS ont analysé la montée en puissance des tiers-lieux culturels dans l'espace public. Puis, dans un deuxième temps, à réinterroger la notion de « territoire » à la lumière de la recherche en SIC, plus particulièrement dans le champ des travaux sur les médias et sur le journalisme. Enfin, nous présenterons les résultats de notre étude effectuée dans le cadre d'un projet financé par la région Sud et porté par le réseau régional CREAMED, et d'un contrat post-doctoral (obtenu par Matina Magkou et sous l'encadrement de Nicolas Péliissier) portant sur les évolutions récentes des tiers-lieux culturels à l'échelle locale, nationale et internationale.

## MÉTHODOLOGIE

Notre étude s'appuie sur un corpus de 69 articles de presse<sup>1</sup> composé d'archives en ligne exploitées *via* la plateforme Europresse et les archives départementales de Nice, répertoriées sur une période allant de 2002 à mars 2022. La recherche des articles a été menée en utilisant certains mots-clés : « Nice », « Le 109 », « les abattoirs », « les anciens abattoirs » « L'Entre-pont » ou encore « Sophie Duez », l'élue municipale chargée de mission sur le projet culturel du Chantier 109. Ce corpus n'est pas exhaustif car nous aurions pu utiliser aussi comme mots-clés les autres structures qui font partie des résidents du 109, à l'image de La Station, qui a été la première association des artistes installée dans la Halle Sud des anciens entrepôts frigorifiques mis à disposition par la ville de Nice. Cependant, une grande partie des articles qui constituent le corpus font référence à des

...

1. Ce corpus a été constitué avec la collaboration de Johana Lureau et Rudy Pouly, étudiants du master DISTIC (Digital Studies, Information et Communication) et stagiaires en 2022 du SIC.Lab Méditerranée de l'Université Côte d'Azur.

compagnies résidentes au 109. Le corpus n'inclut pas non plus tous les articles qui font une simple référence à la programmation artistique du lieu. Notre intention était d'étudier un matériel discursif à partir d'un corpus représentatif sur le 109 en tant que lieu en transformation.

Parmi les médias du corpus ayant le plus publié d'articles sur le 109, le quotidien régional *Nice-Matin* arrive en première position avec 16 articles publiés sur notre période de référence. Mais la presse nationale quotidienne et hebdomadaire s'est également intéressée au lieu, notamment *Le Point* (13 articles), *Le Monde* et *20 minutes* (7 articles), ou encore *Le Figaro* et *l'Humanité* (4 articles), ainsi que la presse spécialisée telle que *Télérama* et d'autres journaux régionaux. Ce corpus inclut ainsi des titres nationaux et régionaux, mais aussi des médias de sensibilités diverses en matière de politiques culturelles. Sans pour autant atteindre la notoriété de la friche de la Belle-de-Mai à Marseille devenue Capitale Européenne de la culture en 2013, le 109 et sa transformation depuis quelques années semble donc avoir suscité un intérêt certain de la part de l'ensemble des journaux parmi les plus influents de la presse française, notamment dans le champ culturel.

La taille de notre corpus, ainsi que l'objectif de notre recherche visant à décrire la représentation du 109 dans le temps, nous ont amené à ne pas effectuer d'analyse lexicométrique, telle que l'entend par exemple Alice Krieg-Planque. Une méthodologie d'analyse de discours a permis de repérer les champs lexicaux et les formules qui facilitent la mise en récit des transformations du 109, et d'illustrer les attentes et aspirations politiques relatives à ce lieu symbolique. Notre attention s'est portée plus particulièrement sur les moments-clés de l'histoire du lieu : sa naissance dans la mouvance des contre-cultures niçoises ; son implantation dans un quartier prioritaire ; sa prise en charge par la politique municipale à travers l'action d'une actrice vedette ; la diversification croissante de ses activités ; enfin, sa transformation en tiers-lieu culturel et sa place grandissante dans l'agenda municipal en vue de la candidature de Nice à la Capitale européenne de la culture.

Comme nous allons le voir, les « pics discursifs » sont liés à une événementialité territoriale dont la production médiatique se fait l'écho. Celle-ci met en avant, sinon en valeur, la volonté des élus locaux de transformer et s'appropriier le 109. Cette volonté se décline en diverses étapes et différentes intensités, selon l'avancement des projets municipaux. Le 109 a été médiatisé entre 2008 et 2013, avec 28 articles parus. Toutefois, entre 2004 et 2008, le lieu n'a suscité *a priori* aucune couverture. Il en va de même entre 2013 et 2016 – période de travaux sur le site – avant de connaître un regain d'exposition de 2016 à 2022. Ainsi, 5 articles sont parus en 2016, 9 articles en 2017, 5 articles en 2018 et 2019 et 2 articles en 2020. Nous constatons un pic en 2017, avant une nette retombée de l'exposition médiatique jusqu'en 2020. Toutefois, entre 2021 et mars 2022, 12 articles sont publiés, dont la moitié concerne la place du 109 dans la candidature de Nice à la capitale européenne de la culture 2028. L'approche diachronique privilégiée ici donne la possibilité d'analyser l'évolution de la mise en récit du 109 dans un temps long et de constater une mue territoriale et socio-politique.

## DES FRICHES DEVENUES TIERS-LIEUX : UN CHANGEMENT DE CAP DES POLITIQUES CULTURELLES ?

Depuis les années 1980, les friches culturelles incarnent des espaces en marge des dynamiques urbaines dominantes (Ambrosino et Andres, 2008), reflétant une volonté de requalification sociale et spatiale « par le bas » (Henri, 2016 ; Maunaye, 2004). Artistes, créateurs, artisans, et squatteurs ont fréquemment investi ces friches, transformant d'anciennes cathédrales industrielles en nouveaux pôles artistiques dits « créatifs » (Andres et Grésillon, 2011).

L'émergence actuelle des tiers-lieux culturels s'inscrit dans une dynamique plus large, celle des tiers-lieux, vus par les pouvoirs publics comme des acteurs clés de la cohésion et du développement territorial. Toutefois, certains auteurs qualifient cette tendance de « tiers-lieu mania » (Idelon, 2018), voire les considèrent comme un modèle parfois idéalisé de sortie de crise (Besson, 2018).

En outre, la montée en puissance du référentiel de la « créativité » dans les politiques publiques (Le Cerf, 2013), l'ancrage des industries culturelles et créatives dans des régions industrielles en mutation (Liefoghe, 2015), leur forte influence sur les processus d'innovation (Béraud et Cormerais, 2012), l'émergence de « clusters culturels » (Léfèvre, 2019) et de quartiers culturels et créatifs (Michel, 2022) vont dans le sens d'un véritable engouement des décideurs publics pour ces espaces de créativité. Tout en offrant aux responsables municipaux la possibilité de répondre aux objectifs de rénovation urbaine mais aussi de marketing territorial, le développement rapide et généralisé de ces lieux se heurte néanmoins au problème récurrent de leur institutionnalisation qui, pour certains, refléterait une « contre-culture domestiquée » (Pattaroni *et al*, 2020).

En effet, selon Nicolas Auboin (2018), il est essentiel de replacer les tiers-lieux actuels dans le contexte des espaces intermédiaires et indépendants, longtemps représentés par les friches. Certains lieux semblent avoir conservé la configuration d'une ancienne friche culturelle, mais ont été requalifiés en tant que « tiers-lieux » pour s'aligner sur le nouveau langage des politiques publiques. Friches ou tiers-lieux ? Andres (2006) distingue un *temps de veille* entre une « avant-friche » et une « après-friche ». Cette période correspond à l'intervalle temporaire entre l'abandon d'un terrain, l'émergence de la friche et son évolution puis la planification d'un projet de réutilisation. Nous proposons ici d'évoquer ce même *temps de veille* entre la forme de la friche et celle du tiers-lieu.

D'une période – courte ou longue – de « vacance de lieu » et de « temps de délaissement » (Bachimon, 2013), la friche oscille entre les stratégies des acteurs publics et un processus de reconquête « par le bas » (*bottom-up*). De fait, le terme de « friches culturelles » rend compte de la fonction contemporaine de ces sites en tant que terreaux fertiles propices à l'intervention de la société civile, *via* les artistes et autres acteurs culturels, dont l'influence est cruciale dans la phase de transformation du projet. De La Broise et Gellereau (2004, p.22) évoquent également une division temporelle entre un « avant » et un « après » de la friche, révélant une intervention humaine. Ils expliquent que ces lieux artistiques, « en train de se faire », représentaient il y a quelques décennies déjà un modèle alternatif de production artistique proposant un métalangage de l'art où le « contexte industriel servait d'abord de prétexte et de contexte à une interprétation plastique ou dramaturgique de la société » (*idem*, p.21).

Ces dernières années, les tiers-lieux culturels ont fait l'objet de multiples travaux académiques, mais plus rares sont les recherches sur cette thématique en sciences de l'information et de la communication (Fichet, 2019 ; Magkou et Lambert, 2021 ; Martin, 2021). Les plus récentes sont publiées dans les deux tomes de l'ouvrage *Les tiers lieux culturels* (Galli *et alii* et Aroufoune *et alii*, 2024)<sup>2</sup>. Cependant, bien que la rénovation des territoires soit un sujet étudié en communication urbaine (voir les travaux d'Aiello, 2011 et 2016), les recherches sur la transformation des friches en lieux institutionnalisés, abordées d'un point de vue communicationnel, sont limitées. Les études empiriques sur la médiatisation de ces lieux dans l'espace public sont encore plus rares, justifiant ainsi notre recherche actuelle.

Or, les médias ne sont pas sans influencer la transformation et la légitimation des politiques publiques culturelles. Comme l'expliquent Négrier et Teillet : « *La production des politiques*

...

2. Ouvrages issus du colloque international *Tiers-lieux culturels : regards croisés entre chercheurs professionnels et artistes*, organisé à Toulon les 16-17 mars 2022 dans le cadre du projet TLC financé par la région Sud et porté par le réseau CREAMED.

nationales en ce domaine n'a ainsi pas donné l'exemple d'une mise en forme capable de servir de point de référence à l'écriture de projets culturels territoriaux. Plus encore, l'habitude a été prise de s'en référer principalement à une «volonté politique» essentiellement constituée de discours, de proclamations d'intention... » (Négrier et Teillet, 2019, p.41). D'où certaines tendances des acteurs locaux à mobiliser les médias pour soutenir et légitimer cette « volonté politique », - comme nous l'avions indiqué en hypothèse - une situation qui nous amène à nous pencher sur les travaux relatifs aux interactions complexes entre médias et territoires.

## MÉDIAS ET TERRITOIRES : QUELLES INTERACTIONS ?

Comme le précisent Péliissier et Pagès (2000) ou encore Girault (2008), l'usage récurrent et parfois abusif du terme de « territoire » fait de celui-ci un mot-valise qui peut être utilisé dans des acceptions qui vont du plus extensif au plus restrictif, selon sa conceptualisation ou réappropriation. Rappelons à ce propos que le territoire étudié ici est l'espace physique du 109, un lieu culturel visant à instituer une permanence de création dans toutes les disciplines artistiques et proposer de nombreux dispositifs de diffusion à l'intention de publics variés. Par extension, l'objet de cette étude est élargi au quartier dans lequel il s'est implanté, à l'Est de Nice sur les rives du Paillon. Il s'agit donc ici de questionner la mise en récit d'un lieu emblématique d'un territoire en voie de réhabilitation pour établir un diagnostic quant à sa représentation plurielle dans l'espace public. « Pour l'information qui s'y attache, le territoire est à la fois une donnée et une réalité construite, un input et un output, une ressource et une production, un objet et un projet. D'un côté, l'information emmaillote le territoire, l'ausculte, s'en nourrit et le digère ; de l'autre, le territoire co-produit et façonne, dans la durée, l'information qui en est issue » (Péliissier, 2003, p.234).

Pour revenir à la question de la représentation, nous postulons ici que les médias contribuent à la construction d'imaginaires territoriaux qui sont travaillés en profondeur par les acteurs des politiques publiques, notamment au plan local et régional. Cela a notamment été montré par les travaux au long cours d'Isabelle Pailliar (1995, 2013) et ceux qui interrogent (voir notamment Damian-Gaillard *et alii*, 2002 ; Ballarini, 2008 ; Bousquet, 2015) la transformation numérique des médias locaux, tout particulièrement la presse quotidienne régionale (PQR), et ses effets paradoxaux : déterritorialisation ou reterritorialisation ?

Le plus souvent inspirés par la sociologie critique et l'économie politique des industries culturelles, ces travaux soulignent que les médias traditionnels, et plus encore leurs déclinaisons en ligne, ont un effet à la fois sécurisant et déstabilisant sur le lien au territoire des publics de ces médias. Ils soulignent aussi la déformation de ce lien entretenue par la production d'un imaginaire territorial correspondant davantage aux stratégies politiques et aux objectifs de marketing des pouvoirs publics et acteurs économiques locaux, qu'au vécu quotidien et aux aspirations citoyennes des habitants (Bullich, Marty et Salles, 2023). Bénistant et Marty évoquent à ce sujet « des dynamiques territoriales se situant du côté de l'information service [...] permettant difficilement de modifier un rapport étroit et bienveillant aux sources considérées comme légitimes dans le territoire ». Ils évoquent aussi, au sujet de la presse régionale, une « relative absence de débat de fond sur le territoire » (2018, p.15).

De leur côté, les médias communautaires et alternatifs proposent une grille de lecture territoriale souvent plus fine et privilégient la sociabilité, la citoyenneté et le vivre ensemble (Ferron, 2016), des objectifs qu'ils partagent d'ailleurs avec de nombreux tiers-lieux (Péliissier et Huret, 2024). Cependant, la faible audience de ces médias laisse supposer que leur influence dans l'espace public demeure limitée, et moins importante que celle des médias de masse d'information en matière de représentations dominantes d'un imaginaire territorial. C'est la raison pour laquelle nous privilégierons ici un corpus constitué d'articles issus de certains de ces médias relative à notre terrain d'étude, le pôle

109 à Nice, resitué dans son environnement local.-

## LE TEMPS DE VEILLE DU 109 ET SES REPRÉSENTATIONS

### De l'avant friche à la conquête d'un nouveau terrain vacant

La création du 109 résulte d'une longue histoire de tentatives d'occupation, par des artistes et des collectifs n'ayant pas une existence institutionnelle clairement établie, de différents sites emblématiques ouverts et animés des quartiers de Nice (Idjéraoui-Ravez et Pérez, 2016 ; Kaminska et Idjéraoui-Ravez, 2022). En 2002, la municipalité acquiert les vastes entrepôts de l'entreprise Spada dans les quartiers Est de la ville. Quelques années plus tard, elle engage un projet de reconversion de ses anciens abattoirs en un pôle de cultures contemporaines, mutation qui a commencé en 2008 par l'installation, dans une partie du site, d'un collectif d'artistes (La Station) dont la presse va se faire l'écho.

Ainsi, l'article du corpus intitulé « À la conquête des quartiers Est... » (Fiammetti Philippe, Nice-Matin, 2 avril 2002) témoigne des ambitions de la Ville relatives à ce lieu culturel, mais aussi au quartier qui l'entoure. Donnant la parole aux différents représentants politiques locaux, le journaliste décrit les intentions de la Ville concernant ce « patrimoine à faire acquérir » qui fait des Abattoirs « un futur moteur économique qui contribuera à la transformation des quartiers délaissés de la Ville ». La participation des artistes, et notamment ceux du Collectif des Diables Bleus, ainsi que des populations du quartier en vue de la création d'équipements de proximité, sont soulignés par les autres élus locaux interrogés. Quelques temps plus tard, en 2004, quand l'initiative d'offrir des espaces aux artistes à un loyer maximum de 1300 euros par an et les clés de 1083 mètres carrés de la halle à trois associations représentant le spectacle vivant, le journaliste prendra une position un peu plus critique vis-à-vis de la politique municipale, redonnant la parole aux artistes concernés : « Nous sommes heureux de ce partenariat avec la Ville, mais restons vigilants sur la manière dont nous allons être associés aux décisions et aux futurs projets concernant la Halle » (Le Point, 18 novembre 2004). Dans le même article, le journaliste va jusqu'à affirmer : « Dans une ville où la participation citoyenne à la politique culturelle est réputée faible, l'inquiétude est palpable », tout en essayant d'expliquer que la nomination d'un nouveau Directeur des affaires culturelles de la Ville devrait changer la donne dans les années à venir.

### Le « Sang neuf » comme fer de lance municipal du renouveau d'un quartier

L'équipe municipale met ainsi en place une mission de réflexion intitulée « *Chantier Sang Neuf* », animée par l'actrice et élue Sophie Duez, afin d'élargir ce processus de mutation à tout le site et à toutes les expressions artistiques afin de préparer les lieux susceptibles d'accueillir diverses programmations autour des musiques actuelles, des arts visuels, etc. Cette forme expérimentale du projet s'est déployée jusqu'en 2015 au travers de diverses actions de production, de résidences et de manifestations temporaires.

À la fin des années 2000, le discours est marqué par l'imaginaire d'un espace de vie prenant le pas sur un espace de mort symbolisé par les abattoirs : « *Laissés à l'abandon depuis de longues années, les abattoirs auront donc droit à une seconde vie* » (Richie Natalie, Nice-Matin, 20 septembre 2008). La plupart des articles adoptent une tonalité optimiste : « *On y donnait la mort. Elle y donnera la vie* » (Rinaudo Christine, Nice-Matin, 1<sup>er</sup> novembre 2008), en faisant référence à la mission attribuée à Sophie Duez. L'ancienne actrice devenue élue municipale avait d'ailleurs prévenu : « *Si je suis concentrée sur les abattoirs, c'est parce que j'y ai ressenti le symbole de la perte, du vide, de l'abandon. Ces 40.000m<sup>2</sup> respirent l'ancrage humain, terrestre, viscéral de Nice* ».



Cette période de renouvellement est aussi médiatisée dans la presse nationale, qui n'hésite pas à faire une comparaison entre le territoire autour de la friche et le reste de la ville :

« Le bâtiment des Abattoirs, construit en 1962, d'une centaine de mètres de long, pas haut (deux niveaux), est une belle structure industrielle et sobre, hormis ses tuiles rouges. Les bêtes s'abreuvaient une dernière fois dans le maigre Paillon tout près, arrivaient sur pied, étaient abattues et vendues sur place. Le système frigorifique était novateur. Ce sont les abattoirs qui animaient ce quartier populaire. Depuis sa fermeture, c'est une zone sans âme, constituée d'entrepôts et de logements fatigués, à l'entrée *Est de la ville, que l'on nomme route de Turin. Une sorte de no man's land qui provoque davantage l'envie de filer que de s'y arrêter. Tout l'opposé de la flamboyante entrée Ouest, avec la promenade des Anglais.* » (Guerrin Michel, *Le Monde*, 29 décembre 2009)

Le projet est alors présenté comme un laboratoire d'expérimentations et une nouvelle offre culturelle à vocation touristique internationale, mais aussi et surtout comme un élément de la revitalisation des quartiers. « *L'idée est bien de redynamiser l'est de Nice par la culture, confirme un responsable de la Ville qui suit le chantier de près [...]. Reste à garder une cohérence à l'ensemble, en respectant les contraintes qu'imposent les zones franches* » (*Le Figaro*, 14 avril 2009). Au cours de la même période, dans un autre article : « depuis la fermeture du site, cette portion de la ville ressemble à un *no man's land* » mais la « volonté politique » (Négrier et Teillet, 2019), formulée par la présidente du quartier où s'installe le 109, reflète un ton d'espoir : « *Cela va redonner vie au quartier. Les abattoirs seront à terme un vrai lieu de vie, ouvert sur la population* » (*Le Point*, 12 novembre 2009). Le changement lexical du lieu va d'ailleurs dans ce sens : du fait de leur ancienne vocation, les installations du 109 ont longtemps été dénommées « Les anciens Abattoirs » ou « Les Abattoirs », puis « Sang Neuf », un jeu de mots ayant pour but de mettre en avant la « nouvelle énergie » du lieu tout en préservant la référence à son passé. Désormais, le site s'intitule « Le 109 » de manière plus courante : « *un nouveau nom, qui évoque prudemment la métaphore douteuse du premier* » (*Le Point*, 1 juin 2017).

## De l'underground vers le middleground : le pôle 109

Le lieu entame alors une nouvelle phase, celle de « pôle de cultures contemporaine ». Notons cependant que rares sont les articles du corpus qui expliquent cette transition opérée entre 2011 et 2017. D'ailleurs l'émergence de l'appellation « 109 » n'a presque pas été médiatisée. Il est vrai que, d'après nos échanges avec les acteurs du territoire (Magkou et Kaminska, 2024), cette période coïncide avec une série continue de travaux dans la friche pour des raisons de sécurité.

En 2017, un nouveau directeur artistique est nommé, il s'agit du fondateur de La Station, première association à investir le site en 2008. Un article publié dans *Nice-Matin* en septembre 2017 (« *La friche, vecteur de changement pour le quartier* ») donne la parole à tous les acteurs impliqués, incluant les artistes-résidents. Pour ce nouveau directeur, le 109 a le potentiel de mettre en lumière les quartiers Est et il peut suivre d'autres exemples de réussite dans d'autres villes internationales. Son discours à cette époque semble représentatif de l'espoir qu'offre la reconquête d'un espace délaissé pour tout le quartier : « Quand il y a un quartier en déshérence, les artistes le repeuplent et, dix ans après c'est un quartier à la mode ; ça se vérifie à New York, à Londres, à Paris. Berlin en est un exemple flagrant. Et c'est pareil pour Nice. Le quartier Saint-Roch est un quartier où il y avait une très grande vie populaire, très animé. Il y a eu beaucoup de choses dans les années 80 et puis il a été un peu en déshérence dans les années 1990-2000. Aujourd'hui il est promis à renaître » (*Nice-Matin*, 26 septembre 2017).

Le journaliste, auteur de l'article, donne d'autres exemples de réussite : la Friche de la Belle-de-Mai à Marseille, la Condition Publique à Roubaix... autant de lieux qui « *ont poussé dans des quartiers sensibles* », « *animés par la même ambition : réinventer la culture au sein d'espaces urbains apaisés* ». La presse régionale reflète aussi le discours volontariste du directeur et

programmateur culturel de la Ville : « Au 109, on veut construire ensemble l'avenir, avec la population, les associations, pour que chacun s'approprie l'outil et qu'il prenne sa place dans le quartier et rayonne en cercles concentriques sur toute la ville. C'est important de bien réussir ce maillage » (*Nice-Matin*, 26 septembre 2017).

Cette même presse montre aussi que des initiatives allant dans ce sens ne sont pas forcément portées par la municipalité, en évoquant un nouveau média alternatif situé au 109 : la webradio Ligne 16, qui propose des ateliers de web-reporters (un programme d'éducation aux médias et à l'information) aux adolescents des quartiers populaires Pasteur, Bon Voyage, Saint-Roch, situés autour du 109 à Nice-Est. Par cette initiative, artistes et opérateurs culturels du 109 prennent la parole et décrivent leur rôle social vis-à-vis du quartier : « Dans notre société, très individualiste, les gens sont très seuls. Des lieux de culture comme le 109 peuvent recréer des instances de mise en réseau. Quand ils s'inscrivent, comme c'est le cas ici, dans des tissus sociaux un peu fragilisés, ils peuvent contribuer à décroïsonner, en faisant se rencontrer des gens de milieux très différents » (entretien Frédéric Alemany, *Nice-Matin*, 26 septembre 2017).

### Vers une configuration en tiers-lieu : une consécration médiatique ?

Depuis le début de la décennie, le 109 se positionne comme « une interface essentielle à la création contemporaine dans le paysage culturel local, national et international »<sup>3</sup>, mais aussi comme un espace d'accueil des acteurs les plus divers de la vie culturelle niçoise, *via* notamment les ateliers municipaux de plasticiens. En septembre 2021, un événement intitulé « Le 109 change de peau » a été organisé par la Ville de Nice et les acteurs du Pôle Culturel 109, dans le cadre du programme *Fabriques de Territoires*, coordonné par l'Agence nationale de la cohésion des territoires. La municipalité a alors annoncé que le 109 préparait une prochaine étape de sa transformation, fondée sur une nouvelle forme de coopération qui rassemblera la Ville de Nice, d'autres collectivités territoriales, les acteurs culturels du 109 et ceux de la société civile. Dès lors, les retombées médiatiques se multiplient autour de cette nouvelle transformation en « Tiers-lieu culturel ». « Après des années de projets, les anciens abattoirs de Nice vont encore se transformer. Cette fois, ce sera un tiers-lieu » (Martin Elise, *20 minutes*, 12 juillet 2021).

Plus largement, nous observons qu'il existe une volonté éditoriale de mise en récit de cette évolution et une explication de ce que signifie une transformation en « tiers-lieu ». Dans certains articles, cette transformation est synonyme de « nouveaux moyens considérables » (Avargués Clément, *Nice Presse*, 23 mai 2021). L'extrait suivant, qui reprend le discours de l'Adjoint au Maire de Nice délégué à la culture, est assez représentatif de ce type de discours : « Les anciens abattoirs deviendront un « tiers lieu », ce qui permettra de réunir des « moyens importants », du privé comme du public. [...] La belle était assoupie depuis quelques années. Il n'y a pas eu de projets, il ne s'y passait plus grand-chose. Depuis deux ou trois ans, le 109 est devenu quelque chose d'hyperactif » estime encore l'élu municipal » (Meffre Noémie, *Nice-Presse*, 1<sup>er</sup> octobre 2021). À la suite de l'événement « Le 109 change de peau », les articles de presse se multiplient autour de cette nouvelle transformation adoptant souvent une tonalité didactique pour expliquer cette notion. Le journal *Nice-Matin* estime que la transformation en tiers-lieu devrait faciliter les échanges d'idées et commente de la sorte l'évolution du site : « passé d'abattoir à friche industrielle pour finalement devenir un tiers-lieu, le 109 semble aujourd'hui avoir trouvé sa voie, celle de la culture » (*Nice-Matin*, 5 octobre 2021). Dans le même article, se trouve un extrait du discours du Président de l'association France Tiers Lieux qui explique : « un tiers-lieu, c'est un endroit qui hybride des activités pour répondre à un besoin du territoire. Il existe autant de définitions que de tiers-lieux ! ». Le même article présente cette transformation comme l'occasion de mettre

...

3. Présentation de la structure dans la rubrique « à propos » de son site internet : <https://le109.nice.fr/page/a-propos-du-109> (consulté le 26 juillet 2023).

en avant le développement en cours du site à partir du projet « 109, Tiers lieu 2.0 », avec un budget prévisionnel d'environ 8 millions d'euros sur cinq ans, chiffre qui comprend la construction d'une nouvelle structure de gestion, associant les différents acteurs culturels, institutionnels et associatifs.

Comme le soulignent aussi Magkou et Beguin (2024), la décision de la Ville de candidater à la Capitale européenne de la Culture 2028 a donné un nouvel élan au discours politique autour de la métamorphose du 109, dont les journalistes deviennent alors les porte-paroles. Dans un article du quotidien économique *Les Échos* (25 janvier 2022), le 109 est même présenté comme la « pierre d'angle » du projet de la Ville concernant la candidature. Le discours médiatique s'apparente alors davantage à une forme de promotion de l'action politique des élus et des institutions du territoire... au risque de passer sous silence la dimension plus sociale et citoyenne qui a longtemps fait l'identité du lieu. Le 109 apparaît aussi comme un levier d'attraction de financement à travers la configuration en tiers lieu et la candidature au label Capitale européenne de la Culture : « Nous allons atteindre notre objectif : en faire un lieu de fertilisation croisée de la culture. Le 109 va devenir un *tiers-lieu*, ce qui va principalement nous permettre d'y accueillir des investisseurs privés, aux côtés de la DRAC, de la Région, de l'État » (*Nice-Press*, 23 mai 2021).

La transformation vers le statut de « tiers-lieu », largement adoptée par le langage municipal, est aussi liée à une approche opportuniste de développement économique. Cependant, le fait que des stratégies d'aménagement « domestiquent » (Pattaroni, 2021) les espaces culturels au point de les transformer en instruments efficaces et consensuels de reconversion des espaces urbains peut entrer en contradiction avec la vocation originelle de ces lieux : rassembler les populations dans leur diversité et faire de la culture un pilier de la cohésion sociale. Comme souligné ailleurs (Magkou et Beguin, 2024), la notion de « tiers-lieu » est remise en question par les acteurs culturels présents au 109 : certains considèrent que le 109 est d'ores et déjà un tiers-lieu, d'autres le perçoivent simplement comme « un nouveau terme », « un mot à la mode » ou « une réplique de la friche ». Bien que notre corpus couvre la période jusqu'en mars 2022, nous constatons également que, avec le report de la candidature de Nice comme Capitale européenne de la Culture, l'intérêt médiatique pour le 109 a diminué et se concentre désormais sur l'annonce de la programmation culturelle plutôt que sur un projet de territoire fort et mobilisateur.

## CONCLUSION

« Si les mots qualifient les lieux, ils les situent aussi dans un environnement et un projet » (de La Broise et Gellereau, 2004, p.21). La transition entre friches et tiers-lieux culturels est certes une question sémantique (Lextraite, 2018), mais pas seulement. La mobilisation et réactualisation des discours médiatiques autour du 109 apportent un éclairage original sur les processus de construction des éléments identitaires des espaces urbains en transition.

L'analyse du corpus de presse permet de prendre la mesure des transformations du 109 en tant que *fabrique culturelle* d'une ville, ainsi que de rendre visibles les efforts entrepris par des élus pour donner du sens à ce lieu. À la suite d'un temps de déshérence et de « mise en veille », la presse est mobilisée pour communiquer sur une nouvelle légitimité sociale, politique et économique tournée vers l'avenir : celle du tiers-lieu. Dans la plupart des cas, ce discours n'est pas questionné, mais plutôt reproduit, et les imaginaires mobilisés conduisent à un futur prochain imaginé qui donnera la possibilité de réenchanter et de reconquérir la ville, le quartier et sa vie culturelle.

L'étude du corpus met en avant deux registres. D'une part, les propos médiatiques analysés montrent bien que le 109 devient un instrument de *mise en récit* d'une politique locale, jugée utile au développement économique du quartier, de sa cohésion sociale et



présenté comme un intermédiaire essentiel pour faciliter les agendas locaux d'innovation dans un quartier prioritaire. D'autre part, les médias contribuent à une autre mise en récit, celle du lieu 109 et de son environnement. Les formulations langagières produites par la presse étudiée visent *de facto* à changer les représentations négatives du 109 et de son quartier. D'autant plus que les parties prenantes (pouvoirs politiques, médias, artistes, associations...) se sentent engagées et se mobilisent pour son développement.

Nous avons aussi montré de quelle manière l'espace est médiatisé en fonction du lexique des politiques urbaines, dans une logique de « langue retournée de la culture » (Simonet, 2017) exprimée par la transformation lexicale d'une « friche » en un « tiers-lieu culturel ». Comme constaté dans d'autres travaux, les tiers-lieux culturels émergent progressivement de l'ombre *underground* pour acquérir une visibilité accrue dans le paysage médiatique et pour gagner en crédibilité auprès des journalistes professionnels (Pélicier et Huret, 2024), qui relatent ce passage du « off » au « in » (Idelon, 2022).

De fait, notre hypothèse a été confirmée : la friche, autrefois en opposition aux politiques culturelles, est devenue un acteur clé, cessant d'être en marge des institutions pour devenir un outil emblématique du « troisième âge des politiques culturelles » (Besson, 2018), dépassant même le champ culturel pour devenir un levier de sortie de crise et de résilience. Ce faisant, ces lieux perdent aussi en partie leur potentiel de contestation sociale initial pour devenir des instruments de développement territorial. Bien qu'elle reste vive chez nombre d'acteurs du terrain, interrogés longuement dans le cadre de notre programme de recherche global, cette voix contestataire est peu valorisée par les journalistes, à quelques exceptions près.

Il serait d'ailleurs opportun de poursuivre cette étude en menant des entretiens avec ces mêmes journalistes afin de mieux comprendre les raisons de cette médiatisation d'escorte peu critique de la transformation de friche en tiers-lieux, dont ils sont globalement les porte-parole, bon gré mal gré. Nous envisageons par ailleurs d'enrichir notre hypothèse en élargissant notre corpus à des études portant notamment sur des médias alternatifs, même s'ils sont peu nombreux, ainsi qu'à l'influence des réseaux socio-numériques développés par les acteurs culturels locaux, qui concurrencent aujourd'hui en grande partie la presse traditionnelle.

Ainsi, l'analyse des articles de presse des espaces « en veille » offre une riche palette de possibilités pour mieux comprendre la transformation des lieux de culture et leur institutionnalisation. Nous espérons que l'approche proposée dans cet article pourra être utile aux chercheurs souhaitant étudier d'autres lieux culturels en transition.

## NOTES

Matina Magkou a bénéficié pour ce travail d'une aide du gouvernement français, gérée par l'Agence nationale de la recherche au titre du projet Investissements d'Avenir UCAJEDI portant la référence n° ANR-15-IDEX-01 et de EUR CREATES (projets émergents).

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Aiello, Giorgia (2011), "From wound to enclave: The visual-material performance of urban renewal in Bologna's Manifattura delle Arti" *Western Journal of Communication*, 75, 4, p. 341–366.

Aiello, Giorgia ; Tosoni, Simone (2016), "Going About the City: Methods and Methodologies for Urban Communication Research—Introduction", *International Journal of Communication*, 10, p. 1252-1262

Ambrosino, Charles ; Andres, Lauren (2008), « Friches en ville : du temps de veille aux politiques de l'espace », *Espaces et sociétés*, vol. 134, n° 3, p. 37-51.

Andres, Lauren (2006), « Temps de veille de la friche urbaine et diversité des processus d'appropriation : la Belle de Mai (Marseille) et le Flon (Lausanne) », *Géocarrefour*, vol. 81, 2, p. 159-166.

Andres, Lauren ; Grésillon, Boris (2011), « Les figures de la friche dans les villes culturelles et créatives : regards croisés européens », *L'Espace géographique*, 40, p. 15-30. <https://doi.org/10.3917/eg.401.0015>

Ballarini, Loïc (2008), « Presse locale, un média de diversion », *Réseaux*, n° 148-149, 2, p. 405-426.

Bachimon, Philippe (2013), *Vacance des lieux*, Paris : Éditions Belin.

Batazzi, Claudine ; Laudati, Patrizia (2016), « Engagement entrepreneurial et territoires », *Communication et organisation*, 50, p. 5-18

Bazin, Hugues (2023), « Quels lieux entre politique culturelle et pensée politique de la culture ? » [en ligne], consulté le 20 septembre 2023 <https://tierslieux.anct.gouv.fr/fr/quels-lieux-entre-politique-culturelle-et-pensee-politique-de-la-culture/>

Bénistant, Alix ; Marty, Emmanuel (2018). « Le financement participatif de la culture vu par la presse quotidienne régionale : valoriser l'identité et les acteurs du territoire », in Luckerhoff, Jason, Soulier, Virginie ; Olivier, Champagne-Poirier (dir.), « L'actualité culturelle, entre défiance et révérence », *Cahiers du journalisme*, vol. 2, n° 2.

Béraud, Philippe ; Cormerais, Franck (2012), « Industries créatives, industries de territoire : la géographie culturelle d'une métropole régionale », *Communication et organisation*, n° 42, p. 203-216.

Besson, Raphaël (2022), « Repenser la question culturelle dans les contrats de ville à l'aune des transitions », rapport du séminaire organisé par l'ANCT, le ministère de la Culture et le Laboratoire d'usages culture(s)-arts-société (LUCAS) le 22 mars 2022 sur la question de la culture dans les futurs contrats de villes [https://irev.fr/sites/default/files/atoms/files/culture\\_et\\_contrats\\_de\\_ville\\_lucas.pdf](https://irev.fr/sites/default/files/atoms/files/culture_et_contrats_de_ville_lucas.pdf)

Bousquet, Franck (2015), « L'information service au cœur de la reconfiguration de la presse infranationale française », *Réseaux*, n° 193, 5, p. 163-191.

Bullich, Vincent ; Marty, Emmanuel ; Salles, Chloé (2023), « Contester l'hégémonie médiatique locale : entre engagement journalistique et repolitisation des territoires », *Sur le journalisme*, 12, 2, p. 156-173. <https://doi.org/10.25200/SLJ.v12.n2.2023.574>

Damian, Béatrice *et alii* (2002), *Inform@tion.local*, Paris : L'Harmattan

Fichet, Véronique (2019), *Configuration en « tiers lieu » des lieux culturels hybrides : imaginaires, médiations et expériences des : influences et limites d'un modèle : le cas de trois lieux parisiens*, mémoire en Sciences de l'information et de la communication - Celsa Sorbonne Université.

Idjéraoui-Ravez, Linda ; Pérez, Michèle (2016), « Territoire et résistances : La contre-culture, l'autre patrimoine niçois », in Fournier, Laurent-Sébastien *et alii* (dir.), *Les cultures de résistances*, Aix-en-Provence, Éd. PUAM, p. 79-93.

Kaminska, Renata ; Idjéraoui Ravez, Linda (2022), « Mécanismes d'émergence des tiers-lieux artistiques. Identités, pouvoirs, rapports au territoire », in Lambert, Vincent (dir.), *Parcours d'artistes. Trajectoires professionnelles, numérique & création*, Paris : L'Harmattan, p. 85-106

La Broise (de), Patrice ; Gellereau, Michèle (2004), « De l'atelier à l'atelier : la friche industrielle comme lieu de médiation artistique », *Culture & Musées*, n° 4, p. 19-35.

Lextrait, Fabrice propos recueillis par J.-L. Bonnin (2018), « 2001-2018 : des nouveaux territoires de l'art aux tiers-lieux », *L'Observatoire*, n° 52, p. 22-25.

Magkou, Matina ; Beguin, Camille (2024), « «Le 109 change de peau» : quelle transformation pour quelle identité », in Alafoune, Bilel ; Magkou, Matina ; Pamart, Emilie, *Tiers-lieux culturels- penser, expérimenter et travailler autrement ?*, L'Harmattan : Paris.

Magkou, Matina ; Kaminska, Renata (2024), "Care as a missing link in the emergence of the creative city: the case of Nice", 39<sup>e</sup> Colloque EGOS: Organising for the Good Life: Between Legacy and Imagination, sub-theme 77: Futures and Ethics of Care: reorganizing work, labour and life

Magkou, Matina ; Lambert, Vincent (2021), « Communication et tiers-lieux culturels pendant et après le COVID-19. Vers une communication solidaire », *ESSACHESS. Journal for Communication Studies*, vol. 14, n° 2, 28, p. 81-99.

Martin, Corinne (2021), « Diversité culturelle et tiers-lieux : festival d'arts numériques et incubateur culturel en région Grand Est », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. 22, n° 2, p. 107-118.

Maunaye, Emmanuelle (2004). Introduction du dossier « Friches, squats et autres lieux : les nouveaux territoires de l'art ? », *Culture & Musées*, n. 4, p. 13-17.

Michel, Basil (2022), *Les quartiers culturels et créatifs- ambivalences de l'art et de la culture dans la ville post-industrielle*, Paris : Éditions Le Manuscrit

Négrier, Emmanuel ; Philippe Teillet (2019), *Les projets culturels de territoire. Grenoble* : Presses universitaires de Grenoble.

Pagès, Dominique ; Péliissier, Nicolas (dir.) (2000), *Territoires sous influence*, Paris : L'Harmattan.

Pailliart, Isabelle (1995), *Les territoires de la communication*, Grenoble : PUG

Noyer Jacques ; Raoul Bruno ; Pailliart, Isabelle (dir.) (2013), *Médias et territoires : l'espace public entre communication et imaginaire territorial*, Lille : Presses du Septentrion.

Pattaroni, Luca (dir.) (2020), *La contre-culture domestiquée - Art, espace et politique dans la ville gentrifiée*, Genève : Métis Presses.

Péliissier, Nicolas ; Huret, Laura (2024), « Médias alternatifs et tiers lieux culturels : des interactions fécondes », Galli, David ; Galliano, Clara et Lambert, Vincent, *Tiers-lieux culturels- Tome 1*, L'Harmattan : Paris.

Péliissier, Nicolas (2003), « Le territoire, la plume et le réseau : stratégies d'information en ligne et utopies citoyennes », *Questions de communication*, n° 3, p. 231-243.

Pinard, Juliette ; Vivant, Elsa (2017), « La mise en événement de l'occupation temporaire : quand les lieux artistiques off inspirent les opérateurs in de la production urbaine », *L'Observatoire*, vol. 2, n° 50, p. 29-32.

Simonet, Michel (2017), *La langue retournée de la culture*, Paris : éditions Exces.

### **Corpus de presse (sélection des articles référenciés)**

Avarguès, Clément (2021), Interview Robert Roux « L'activité culturelle de Nice est phénoménale », édition du 23 mai 2021 [en ligne ], consulté le 12 septembre 2023, <https://nicepresse.com/nice-candidate-pour-etre-capitale-europeenne-de-la-culture-mais-avec-quels-moyens/>

Fiammetti, Philippe (2002), « À la conquête des quartiers Est... », *Nice-Matin* édition du 2 avril 2002.

Guerrin, Michel (2009), « Un «Sang Neuf» culturel pour les abattoirs de Nice », *Le Monde*, édition du 29 décembre 2009 [en ligne], consulté le 20 septembre 2023 [https://www.lemonde.fr/culture/article/2009/12/28/un-sang-neuf-culturel-pour-les-abattoirs-de-nice\\_1285471\\_3246.html](https://www.lemonde.fr/culture/article/2009/12/28/un-sang-neuf-culturel-pour-les-abattoirs-de-nice_1285471_3246.html)

Kindermans, Marion ; Berkovicus, Christine ; Moran, Vincent-Xavier ; Garnier, Claire ; Quilici-Orlandi, Julie ; Sigot, Françoise (2022), *Les Echos*, édition du 25 janvier 2022 [en ligne] consulté le 20 septembre 2023 <https://www.lesechos.fr/pme-regions/actualite-pme/les-villes-francaises-fourbissent-leur-projet-de-capitale-europeenne-de-la-culture-1381730>

*Le Figaro* (2009), « Sophie Duez apporte du “sang neuf” aux Abattoirs », édition du 14 avril 2009

*Le Figaro* (2021) « Saint-Denis, Nice, Reims...Quelle ville sera la capitale européenne de la culture 2028 ? », édition du 15 novembre 2021, [en ligne], consulté le 20 septembre 2023 <https://www.lefigaro.fr/culture/saint-denis-nice-reims-quelle-ville-sera-la-capitale-europeenne-de-la-culture-2028-20211115>

*Le Point* (2004), « La culture en chantier », édition du 18 novembre 2004

*Le Point* (2009), « Objectif Sang Neuf », édition du 12 novembre 2009

*Le Point* (2017), « La vie de retour aux abattoirs », édition du 1er juin 2017

Martin, Elise (2021). «Nice : d’abattoirs à friche industrielle et tiers lieu, le 109 se réinvente une nouvelle (et dernière ?) fois » 20 minutes édition du 12 juillet 2017 en ligne], consulté le 20 septembre 2023 <https://www.20minutes.fr/arts-stars/culture/3078567-20210712-nice-abattoirs-friche-industrielle-tiers-lieu-109-reinvente-nouvelle-derniere-fois>

*Nice Matin* (2017), « La friche, vecteur du changement pour le quartier », édition du 26 septembre 2017 [en ligne], consulté le 20 septembre 2023 <https://www.nicematin.com/vie-locale/la-friche-vecteur-de-changement-pour-le-quartier-169606>

*Nice Matin* (2021), «Arts et culture : comment les 12.000 m<sup>2</sup> du 109 doivent se réinventer à Nice», édition du 5 octobre 2021 [en ligne], consulté le 20 septembre 2023 <https://www.nicematin.com/vie-locale/arts-et-culture-comment-les-12000-m2-du-109-doivent-se-reinventer-a-nice-718665>

*Nice-Press* (2021), Entretien avec Robert Roux « L’activité culturelle de Nice est phénoménale » article paru sur Nice-Press le 23 mai 2021 écrit par Clément Avarguès <https://nicepresse.com/nice-culture-interview-robert-roux/> (consulté le 12 juillet 2023)

Ricci, Nathalie (2008), « Les abattoirs transformés en ateliers d’artistes », *Nice Matin*, édition du 20 septembre 2008, p. 16.

Rinaudo, Christine (2008). « Sophie Duez redonne du sang neuf aux abattoirs ! », *Nice-Matin*, édition du 1er septembre 2008, p. 12. Le conseil en communication politique en Tunisie : la professionnalisation à l’épreuve de la « transition démocratique »

## Rania Karchoud

*Rania Karchoud est docteure en Sciences de l’Information et de la Communication. Ses recherches portent sur la communication des organisations, la communication politique, la sociologie des professions et l’analyse du discours (CARISM, Université Paris Panthéon Assas).*

[rkarchoud@gmail.com](mailto:rkarchoud@gmail.com)

# Le conseil en communication politique en Tunisie : la professionnalisation à l'épreuve de la « transition démocratique »

Article mis en ligne le 21 octobre 2024

## Rania Karchoud

*Rania Karchoud est docteure en Sciences de l'Information et de la Communication. Ses recherches portent sur la communication des organisations, la communication politique, la sociologie des professions et l'analyse du discours (CARISM, Université Paris Panthéon Assas).*

[rkarchoud@gmail.com](mailto:rkarchoud@gmail.com)

## Plan de l'article

Introduction

L'institutionnalisation de la communication politique en Tunisie : De la monopolisation de l'Etat à l'éclosion des agences de conseil et des conseillers

Une communication personnifiée autour de l'image du président de 1957 jusqu'à 2010

Des nouvelles agences et des conseillers qui peuvent renouveler la communication

Des trajectoires biographiques différentes

Le *media training* : l'activité la plus pratiquée par ces acteurs

L'absence d'une vision unitaire de l'activité

L'absence d'une culture de groupe

Conclusion

Références bibliographiques

## RÉSUMÉ

Cet article analyse la reconfiguration de l'activité de conseil dans un contexte de professionnalisation de la communication politique. Il étudie la socialisation professionnelle des conseillers et par conséquent le processus de professionnalisation de la communication politique en Tunisie dans un contexte de « transition démocratique ». Comment l'activité en communication politique en Tunisie peut-elle s'institutionnaliser et se professionnaliser dans un contexte aussi instable ? Les résultats présentés ont été obtenus à travers une enquête par entretiens menée auprès des conseillers en communication politique. Les enquêtés ont été interrogés sur leurs trajectoires biographiques, leurs pratiques professionnelles en matière de communication politique, leur perception de la communication politique en Tunisie et le degré de professionnalisation du métier.

## Mots clés

Communication, politique, conseiller, professionnalisation, transition démocratique

## POLITICAL COMMUNICATIONS CONSULTANCY IN TUNISIA: PROFESSIONALISATION FACING THE TEST OF "DEMOCRATIC TRANSITION"

### Abstract

This article analyzes the reconfiguration of the consulting activity in a context of professionalization of political communication. It studies the professional socialization of advisors and consequently the professionalization process of political communication in Tunisia in a context of "democratic transition". How can political communication activity in Tunisia become institutionalized and professionalized in such an unstable context? The results presented here were obtained through an interview campaign conducted with political communication consultants. The respondents were asked about their biographical trajectories, their professional practices in political communication, their perception of political communication in Tunisia and the degree of professionalization of the profession.

### Keywords

Communication, politics, consultant, professionnalisation, transition, democratic transition

## CONSULTORÍA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA EN TÚNEZ: LA PROFESIONALIZACIÓN A PRUEBA DE «TRANSICIÓN DEMOCRÁTICA»

### Resumen

Este artículo analiza la reconfiguración de la actividad de asesoría en un contexto de profesionalización de la comunicación política. En él se estudia la socialización profesional de los consejeros y, por consiguiente, el proceso de profesionalización de la comunicación política en Túnez en un contexto de «transición democrática». ¿Cómo puede institucionalizarse y profesionalizarse la actividad de comunicación política en un contexto tan inestable? Los resultados presentados se obtuvieron a través de un trabajo de entrevistas con los asesores de comunicación política. Los encuestados fueron interrogados sobre sus trayectorias biográficas, sus prácticas profesionales en materia de comunicación política, su percepción de la comunicación política en Túnez y el grado de profesionalización del oficio.

### Palabras clave

Comunicación, política, asesoramiento, profesionalización, transición democrática

## INTRODUCTION

La vie politique tunisienne a toujours connu des changements et des transformations de la scène politique et du paysage médiatique. Mais les changements les plus marquants sont ceux ayant eu lieu en janvier 2011, avec la chute du président Ben Ali et le début de la transition démocratique, sans toutefois confirmer son aboutissement, puisque les transitions démocratiques ne sont pas toutes des processus linéaires menant à la démocratie (Dufy, Thiriot, 2013, p.5). La divergence des situations de terrain permet de les situer entre « la situation autoritaire précédant le changement, et la finalité démocratique », faisant de ces régimes des « régimes hybrides » (Dufy, Thiriot, 2013, p.6). La chute du régime



benalien le 14 janvier 2011 a suscité des mutations radicales du paysage politique, telles que la prolifération du nombre de partis politiques, le début de la phase transitoire et le déroulement des premières élections libres dans le pays, le 23 octobre 2011. Constituant un tournant dans la vie politique, ces élections ont contribué à l'instauration d'une nouvelle manière de faire de la politique dans un contexte pluraliste. Pendant cette phase de changements politiques, il y a eu la nomination de trois gouvernements, la mise en place d'une nouvelle constitution et cinq élections (les élections législatives en 2011, les élections législatives et présidentielles en 2014 puis en 2019). Depuis ce tournant, la scène politique a vu le recours massif aux techniques de la communication et du marketing politique pendant et hors des périodes de campagne électorale en sollicitant le conseil de praticiens de la communication aussi bien pour les prestations médiatiques que pour les stratégies et plans de communication. Souvent considéré comme un « marketing de la communication politique » (Stenger, 2019, p.17), le marketing politique mobilise les deux boîtes à outils du marketing : la publicité et les sondages, en se fondant sur l'analyse de l'offre politique, la segmentation électorale, le ciblage et l'étude du comportement électoral, afin de déterminer les messages à émettre par des contenus publicitaires ou lors d'interventions dans les médias. C'est pourquoi les conseillers en marketing politique sont souvent des spécialistes de la publicité et des études (Stenger, 2019, p.20). Dans le cas tunisien, la forte hausse du recours aux réseaux socio-numériques pendant la campagne électorale de 2019 a joué un rôle crucial pour augmenter l'intérêt en faveur des techniques du marketing politique par les candidats (Takaddoumi, 2020, p.189). La campagne de Kais Saied, vainqueur de ces élections, est emblématique du recours au réseau social Facebook, lui ayant permis de mobiliser des volontaires, des militants et des sympathisants d'appartenances idéologiques différentes pour la création de contenu dans différentes pages le soutenant (Takaddoumi, 2020, p.207). Ce recours massif à la communication et au marketing politique est un allié de la démocratie qui a caractérisé le début de l'ouverture politique en Tunisie après deux régimes reposant sur une politique unilatérale. Il s'explique par la nécessité pour les partis politiques de recourir à des prestataires n'appartenant pas au parti et ayant des compétences techniques (Guigo, 2022, p.5). En publicité et en communication, par exemple, la professionnalisation des formations a été favorisée par le recours aux agences de conseil et de communication (Mercier, 2004, p.74).

Cette évolution politico-communicationnelle nous a incitée à nous intéresser à la question de la communication politique en tant qu'activité. En observant les campagnes électorales depuis 2011, nous avons remarqué la présence de nouveaux acteurs accompagnant les politiciens, ayant le titre de « conseillers en communication ». Ayant des « trajectoires en zig-zag » (Blanchard, Roginsky, 2020, p.9), ces « faiseurs de la communication » (Blanchard, Roginsky, 2020, p.6), proviennent de milieux professionnels et de parcours académiques différents : des journalistes, des économistes, des marqueteurs ou encore des juristes. « L'entrée par la professionnalisation est heuristique et met l'accent sur leurs profils, leurs trajectoires et leurs activités » (Blanchard, Roginsky, 2020, p.6). Dès lors, nous avons jugé important d'étudier ces opérateurs de la communication politique, à partir de leurs profils professionnels et de leurs pratiques. Il s'agissait également de savoir s'ils forment un groupe unifié, s'ils ont une culture commune, et s'ils veulent obtenir une reconnaissance pour se distinguer des autres activités de la communication comme la publicité, la communication publique ou la communication événementielle. Le processus de professionnalisation n'est pas aisé à appréhender parce qu'il est pluri-scalaire et s'inscrit dans la durée. L'étude de la professionnalisation et du professionnalisme implique l'étude de l'évolution et des changements techniques, pratiques et des connaissances (Negrine, Lilleker, 2002, p.2). Qualifiée de « stigmaté américain » (Kergomard, 2020, p.34), la professionnalisation de la communication politique se caractérise par un certain flou et une diversité de définitions et de critères (Blanchard, Roginsky, 2020, p.7). La professionnalisation est polysémique



et ne se réduit pas à une seule acception. Elle peut recouvrir plusieurs aspects qui se conjuguent au sein d'un même processus dynamique. Ainsi, il peut s'agir de la constitution d'une nouvelle profession, d'une socialisation socle d'un développement de carrière, de la formation de professionnels par des instances d'enseignement ou encore d'un processus de légitimation de la spécialisation des fonctions professionnelles de communication atypique dans le secteur public (Bessières, 2012, p.3). Ceci explique l'insertion de notre étude dans le cadre de la théorie de la sociologie des professions, tout en reliant l'approche fonctionnaliste à l'approche interactionniste. Nous pensons que le courant fonctionnaliste (incarné notamment par Robert Merton et, en France, Raymond Bourdoncle) et le courant interactionniste (porté notamment par Everett Hughes) se complètent plus qu'ils ne s'opposent. Ainsi, nous définissons une profession comme étant une activité liée à une formation académique diplômante, à l'instar de la médecine et du droit. Les praticiens de cette activité sont rémunérés et font partie d'une association ou d'un syndicat veillant à la mise en place de règles et de valeurs ainsi qu'au respect d'un code déontologique.

L'enjeu de cet article est d'étudier cette activité de la communication politique et son institutionnalisation en Tunisie, en se fondant sur les approches de la sociologie des professions. Nous tenons à souligner le manque d'études relevant de la sociologie des professions dans d'autres contextes que ceux européens et américains. Les aspects de la sociologie des professions seraient différents en fonction de la culture et du contexte du pays de l'étude. L'intérêt de cette dernière est alors de mieux comprendre le développement de l'activité de conseil et son rôle dans l'institutionnalisation de la communication politique en Tunisie. Comme le souligne Pierre-Emmanuel Guigo, « pour qu'un élément comme la communication politique s'institutionnalise, il lui faut aussi un corps de professionnels vivant de cette activité » (Guigo, 2005, p.5). Si la compréhension de la culture politique d'un pays passe par la compréhension de sa communication politique, laquelle s'appuie sur une analyse des normes, des valeurs et des modèles de comportement du groupe se chargeant de la communication politique (Howard, 2006, p.54), cet article mettra en évidence « la désidéologisation » (Guigo, 2005, p.5) de la communication politique avec le recours des partis politiques à des acteurs extérieurs. Elle vise également à mieux identifier les éventuelles évolutions des profils des conseillers, de leurs pratiques et de leur socialisation professionnelle.

La rupture avec la notion de fidélisation aux membres du parti et la montée en crescendo du nombre de praticiens et d'agences de conseil incitent donc à questionner les modalités selon lesquelles l'activité de conseil en communication politique en Tunisie s'institutionnalise et se professionnalise dans un contexte transitoire. Notre texte se compose de deux parties. Nous commençons, dans la première partie, à présenter un aperçu historique de la communication pendant les deux premiers régimes de Bourguiba et Ben Ali et leurs spécificités, avant de mettre l'accent, dans la seconde partie, sur les débuts de la communication politique et l'activité de conseil en Tunisie, en développant quatre axes. Il s'agit en premier lieu de souligner les trajectoires biographiques d'un échantillon de seize conseillers en communication politique. Puis, nous examinons les différentes pratiques des conseillers avant de consacrer la troisième sous-partie à l'absence d'une vision unitaire entre ces acteurs, et enfin d'analyser les conséquences de l'absence d'une culture de groupe sur la légitimité de leur activité.

## Démarche méthodologique

Afin de mener notre recherche, nous avons mis en oeuvre une série d'entretiens semi-directifs, auprès de seize conseillers en communication politique dont certains possèdent des agences de communication, créées après 2011. Ce choix était aléatoire : ces conseillers étant inconnus médiatiquement et publiquement, nous avons recouru à des

journalistes et des chargés de communication des partis politiques pour obtenir leurs noms. Seulement seize d'entre eux ont accepté de nous accorder des entretiens. Ces conseillers n'appartiennent pas à des partis politiques. Ils interviennent ponctuellement auprès des responsables politiques (chefs des partis, députés, candidats aux élections, membres des partis politiques, etc.).

Ces enquêtés ont été interrogés sur leurs trajectoires biographiques, sur leurs pratiques professionnelles en matière de communication politique, sur leur perception de la communication politique en Tunisie et sur le degré de professionnalisation de l'activité. Les entretiens se sont déroulés entre janvier et mars 2020 en face à face, à Tunis. À l'exception d'un seul entretien ayant eu lieu par Skype, puisque la consultante résidait en France. Ces entretiens ont duré entre deux heures et deux heures et demi et reposaient sur un guide d'entretien se composant de quatre thèmes : 1- Le profil, incluant des questions autour de leurs expériences respectives en communication politique ; 2- Les pratiques de communication politique, partie centrée sur leur intervention auprès des hommes politiques, sur leurs pratiques et leur collaboration avec d'autres conseillers ; 3- Les caractéristiques de la communication politique en Tunisie, pour mieux comprendre leur évaluation de la situation et du marché de la communication politique en tant qu'acteurs ; 4- Le degré de professionnalisation du métier, partie dans laquelle les conseillers se sont exprimés sur leurs perceptions de l'activité de conseil en termes de perspective de carrière et de qualités requises. Notons que certaines questions ont été posées aux conseillers interrogés en fonction de leurs réponses et réactions aux questions posées. Ceci a permis d'avoir des données complémentaires autour de cette question de la professionnalisation de l'activité de conseil. Ces données ont été traitées par une analyse de contenu élaborée en fonction de notre définition de la notion de professionnalisation, ainsi qu'en se fondant sur une analyse fine des tâches pratiquées, ce qui a permis de dégager l'ensemble des activités réalisées par ces acteurs et d'étudier la technicisation de la communication et son rôle dans la professionnalisation de leurs pratiques. Pour finir, nous avons également mené sept entretiens auprès d'anciens ministres de Ben Ali et de Bourguiba, dans une étape exploratoire au début de notre recherche, afin de mieux tracer l'état des lieux de la communication pendant ces deux phases politiques.

## **L'INSTITUTIONNALISATION DE LA COMMUNICATION POLITIQUE EN TUNISIE : DE LA MONOPOLISATION DE L'ÉTAT À L'ÉCLOSION DES AGENCES DE CONSEIL ET DES CONSEILLERS**

La communication politique en Tunisie n'a véritablement commencé à exister qu'à partir de janvier 2011, à la suite de la chute du régime de l'ancien président Ben Ali. Cette forme de communication rime avec démocratie et pluralité partisane. Dominique Wolton la définit comme « *l'espace où s'échangent les discours contradictoires des trois acteurs qui ont la légitimité à s'exprimer : les hommes politiques, les journalistes et l'opinion publique au travers des sondages* ». (Wolton, 1989, p.5). La communication politique renvoie à l'ensemble des stratégies de communication des différents acteurs politiques, tels que les hommes politiques, les partis politiques, les ministres, les chefs des États, pour promouvoir leur image et faire connaître leurs idées dans l'espace public auprès des médias et des électeurs. Elle repose, selon Arnaud Mercier, sur les mises en scènes du pouvoir et ses stratégies de légitimation, la publicité, la propagande, le *lobbying* et toutes les formes de médiation politique (Mercier, 2004, p.70).

## Une communication personnalisée autour de l'image du président de 1957 jusqu'à 2010

Pendant les deux mandats des deux premiers présidents, la communication était réduite aux personnages respectifs des deux chefs de l'État. Seul le président apparaissait dans les médias. La communication était unilatérale et reposait essentiellement sur les médias classiques. Il n'existait pas d'apparitions médiatiques des ministres ou des partis politiques de l'opposition. Pendant leurs mandats, les activités des deux anciens présidents occupaient une partie importante dans la couverture médiatique. Le poste de conseiller en communication n'était pas réellement créé, mais c'était plutôt le ministre de l'Information ou le conseiller des Affaires médiatiques, qui avaient la charge de conseiller le président sur ses apparitions médiatiques. Celles-ci étaient alors essentiellement composées de discours destinés au peuple ou consistaient en des interviews données à des médias étrangers. En parallèle, le marché de la communication publicitaire avait pris son envol. Ce n'est pas un hasard si un certain nombre de conseillers en communication interrogés travaillaient dans des agences de publicité avant 2011.

L'apparition tardive de la communication et le manque d'intérêt qui lui a été accordé sous l'ancien régime s'explique entre autres par le recours aux fidèles de l'homme politique plutôt qu'aux individus compétents. Même les ministres de l'Information du président Bourguiba étaient majoritairement d'anciens ministres de son gouvernement. Il en était de même pour l'administration benalienne :

*« Ben Ali nommait ses ministres les plus proches en tant que conseillers en information à la place d'Abdelwahab Abdallah. Ceci traduit l'absence de conscience de Ben Ali du recours à des experts en communication pour ce poste. Ces postes avaient un aspect politique et il y désignait les plus fidèles à lui et au régime. Il favorisait la fidélité plus que l'expertise et la compétence ». <sup>4</sup>*

La communication se résumait à « la personnalisation » (Gingras, 1990, p.6). Les organisations publiques incluant les organes d'information diffusaient des informations et se mobilisaient pour des causes s'incarnant souvent dans la personnalité du président. Cette communication correspondait plutôt à « une intervention intentionnelle sur le comportement éventuel du récepteur. Elle n'est toujours qu'un moyen, parfois une stratégie, en vue d'une fin. Elle se fera alors manipulation, incitation, menace, persuasion ou encore commandement. (Gosselin, 1995, p.27).

## DES NOUVELLES AGENCES ET DES CONSEILLERS QUI PEUVENT RENOUVELER LA COMMUNICATION POLITIQUE

Depuis 2011, nous constatons une croissance exponentielle du marché de la communication politique, se traduisant par une augmentation significative du nombre de ses acteurs (partis politiques, conseillers en communication, *coachs* et instituts de sondages). Nous qualifions cette phase de « communication politique experte » selon l'expression de Jean Baptiste Legavre qui la définit comme « l'histoire officielle de ceux qui font profession de conseiller nos princes en la matière » (Legavre, 2005, p.324). Nous avons classé les critères socio-professionnels des praticiens dans un tableau synoptique en fonction de leur identification sur les réseaux socio-numériques Facebook et LinkedIn. L'identification est un facteur indispensable à la professionnalisation et les réseaux socio-numériques tels que LinkedIn ou YouTube sont exploités par les acteurs politiques

...

4. Entretien avec un ancien conseiller médiatique de Ben Ali, à Tunis, le 26 mai 2016.

(Greffet, Neihouser, 2022, p.6) et constituent un espace d'identification professionnelle.

	Identification comme conseillers sur Facebook et LinkedIn	Identification comme conseillers sur LinkedIn	Aucune identification en tant que conseillers sur les réseaux socio-numériques	Absence sur les réseaux socio-numériques
<b>Genre social</b>	Trois hommes Deux femmes	Trois hommes Une femme	Une femme Cinq hommes	Un homme
<b>Formation académique</b>	Deux diplômées en communication Un diplômé en journalisme Un diplômé en architecture Un diplômé en économie	Une diplômée en communication Un diplômé en anthropologie Un diplômé en lettres Un diplômé en droit	Deux diplômés en histoire Deux diplômés en histoire Un diplômé en communication Un diplômé en business et en marketing	Un diplômé en histoire et géographie de l'aménagement
<b>Expérience professionnelle</b>	Un dans le journalisme Une dans l'audit Une dans la publicité Un dans le référencement web Un dans la communication des organisations	Deux dans le journalisme Une dans la communication corporate Un dans l'enseignement supérieur en marketing	Cinq dans la communication Un dans le théâtre Deux en histoire Un dans le journalisme	Un journaliste
<b>Début en communication politique</b>	Deux en 2011 Deux en 2012 Un en 2019	Un en 1988 Deux en 2014 Un en 2012	Un en 2011 Un en 2013 Trois en 2014 Un en 2019	En 2014
<b>Situation professionnelle actuelle</b>	Cinq détenant des agences de conseil en communication	Trois détenant des agences de conseil en communication Un étant un formateur en free-lance	Quatre détenant des agences de conseil en communication Deux étant des formateurs en free-lance	Propriétaire d'une agence de publicité

Tableau 1 : Le classement des conseillers en communication politique

### Des trajectoires biographiques différentes

Comme le montre le tableau ci-dessus, les praticiens ont des profils hétérogènes, notamment du point de vue des formations et des expériences professionnelles. La majorité n'est pas formée en communication. Ils sont issus de différentes spécialités. Si nous récapitulons, les deux formations principales de ces acteurs sont la communication et en seconde position le journalisme. Ces seize conseillers en communication politique ont des trajectoires professionnelles variées et différentes. Nous en distinguons six qui ont eu des expériences dans le milieu journalistique et huit ayant travaillé dans le domaine de la communication. Neuf de ces conseillers sont propriétaires d'agences de communication. Les parcours diversifiés de ces praticiens de la communication politique révèlent que le journalisme constitue l'activité principale de la majorité de ces derniers. La diversité des parcours des praticiens de la communication politique renvoie, aussi, à l'étude menée par Bader Ben Mansour (2020) sur la diversité des profils des chargés de la communication numérique des partis politiques tunisiens. Cette recherche a indiqué que ces chargés de

la communication digitale sont issus de plusieurs disciplines, telles que l'informatique, la sociologie, la médecine, le droit, le marketing, l'histoire et la communication publique et sociale. Pour l'auteur, le contexte tunisien connaît une forte présence des professionnels du domaine de l'informatique dans celui de la communication et « *qui n'est pas sans lien avec les formations universitaires suivies* ». (Ben Mansour, 2020, p.7). Dans le cas des conseillers en communication politique, le journalisme représente un cursus *honorum* dans leur trajectoire professionnelle, leur facilitant la transition entre le journalisme et la communication politique. Nous pouvons donc parler « d'espaces d'altérité », comme les a qualifiés Lara Van Dievoet, qui affirme que « *les transitions professionnelles entre journalisme et politique ne sont pas anodines. Journalisme et politique – et par extension, la communication politique –, sont des espaces professionnels que nous qualifions “d'espaces d'altérité”* » (Van Dievoet, 2020, p.44).

Ceci conduit à mettre l'accent sur l'absence de règles d'accès à cette activité définissant les critères d'éligibilité de celui qui la pratique. Ceci traduit, entre autres, la flexibilité d'accès entre les champs d'activités d'un conseiller en communication politique, sans aucune contrainte d'appartenir à un champ particulier. Comme le souligne Nicolas Hubé, « *Aucun groupe professionnel de “communicants politiques” ne semble avoir imposé ses mécanismes propres de recrutement, d'entrée et de sortie voire de maintien dans cette activité de communication. Cette pratique ne semble pas suffisamment “attractive” au sein du champ du pouvoir pour constituer à elle seule l'ultima ratio des agents qui ne font “qu'y passer”* » (Hubé, 2020, p.15).

A partir des termes d'Hubé, nous faisons l'hypothèse que cette activité serait caractérisée par une relative fluidité entre une position et une autre, entre le monde du journalisme et la communication politique et même la politique. Cette différence des expériences professionnelles est strictement liée à la variation des formations académiques de ces praticiens de la communication. D'ailleurs et à l'instar de l'activité du porte parolat (Hubé, 2020, p.19), il est difficile d'y voir une professionnalisation autour de l'activité de conseil en communication politique, en raison des différents types de postes professionnels occupés par ces acteurs de la communication politique. Néanmoins, la compétence médiatique serait un moyen légitimant leur activité de communication, quelle que soit sa forme, renforçant leur capital de confiance auprès de leurs clients, pour lesquels communication rime avec outils médiatiques. Plus le conseiller a une longue expérience dans les médias plus il pourrait se positionner sur le marché de la communication et gagner des clients.

### **Le media training : l'activité la plus pratiquée par ces acteurs**

Cette multiplication des formations et des expériences a influencé l'ensemble des pratiques, lesquelles se caractérisent par leur hétérogénéité. Leur analyse révèle toutefois que le *media training* constitue la tâche la plus pratiquée par ces acteurs et montrent en outre, l'existence de quinze activités précises, inégalement partagées entre ces acteurs.

Onze conseillers, tout d'abord, considèrent le *media training* comme leur tâche la plus exercée. S'ajoute à celle-ci le conseil stratégique, pratiqué par cinq conseillers. Vient ensuite la préparation à la prise de parole en public, qui figure parmi les pratiques évoquées par trois acteurs. Deux d'entre eux travaillent sur l'élaboration des éléments de langage et deux recourent aux techniques du marketing électoral. Deux pratiquent le lobbying, tandis que la communication de crise n'est pratiquée que par trois conseillers. Ces entretiens contribuent à identifier d'autres activités exercées par ces praticiens, telles que l'élaboration du contenu du programme électoral, qui figure dans le mandat d'un seul conseiller, la gestion des relations presse (pour un conseiller), la détermination des messages à émettre (deux conseillers). Deux des seize conseillers s'occupent de l'image personnelle de leurs clients politiques, et un seul a affirmé avoir en charge la mise en place de la stratégie médias. Pour Howard (2006), les consultants sont amenés à atteindre



des objectifs politiques spécifiques et pas seulement à promouvoir un candidat ou un problème public, en soulignant que les campagnes les plus habituelles concernent aussi bien les hommes politiques étant à la conquête d'un mandat politique que les groupes voulant obtenir des mesures législatives en faveur des électeurs (Howard, 2006, p.81). En outre, l'intervention de ces opérateurs communicationnels se réalise au croisement de différentes formes de la communication politique, ils ont la possibilité de conseiller dans le cadre d'une communication gouvernementale, comme ils peuvent intervenir auprès des candidats aux élections ou auprès des députés (la communication parlementaire). Même si les acteurs ayant la même activité peuvent ne pas avoir en commun quelques tâches ou pratiques, le partage de quelques-unes serait un élément fédérateur de la légitimité de leur activité et par conséquent de sa professionnalisation. En référence à la sociologie des professions, la formation est également un enjeu de la professionnalisation de la communication politique. Comme l'a souligné Merton, en citant l'importance de la formation en médecine : « L'institutionnalisation de la formation change la nature du savoir médical et dans une large mesure de la pratique médicale, elle-même » (Dubar, Tripier, Boussard, 2015, p.93).

### L'absence d'une vision unitaire de l'activité

À la lumière de ces éléments, nous constatons que ces praticiens ne s'identifient pas de la même façon. Nous dégageons une série d'appellations que ces praticiens se sont attribuées pour qualifier leur statut : deux parmi les seize personnes interrogées s'identifient comme des conseillers en communication politique. « Je ne veux pas être coach, je veux être conseillère de communication »<sup>5</sup>, nous précise une praticienne. Un autre, étant formé en économie se présente comme un expert en marketing politique. Ce propos traduit la confusion entre la communication et le marketing : « Je suis un expert en marketing politique : nous sommes dans le consumérisme politique. Tout ce qui est *branding*, s'appuie sur le marketing. Je conseille les politiciens de se vendre sur le marché et de s'inspirer des fondements du marketing », en rajoutant « j'ai le savoir-faire et l'expérience, qui me permettent d'aider les politiciens à améliorer leur image. J'ai mon approche personnelle qui me distingue. Je travaille sur l'influence du marketing. Ceci n'est pas pratiqué par les spécialistes de la communication politique en Tunisie »<sup>6</sup>. Un seul, ayant eu des expériences dans des agences de publicité, se définit comme un *strategic planner*, tandis que deux autres refusent leur inscription dans ce domaine. L'un se définit comme un homme de médias, son agence proposant des conseils en communication au profit des hommes politiques et des hommes d'affaires voulant faire de la politique, mais aussi des artistes qui désirent améliorer leur compétence en matière de communication. L'un des praticiens se présente comme un consultant expert : « Je suis un communicateur. Je ne crois pas que le produit politique doit être une étiquette exclusive. Les conjonctures en Tunisie ne donnent pas la possibilité d'une spécialisation indépendante. Le *marketplace* est fragile »<sup>7</sup>. Une s'identifie comme étant une consultante en communication politique et un seul s'identifie comme un *spin doctor*. Ce dernier est un conseiller n'ayant pas de diplôme en communication, il propose des formations aux hommes politiques et chargés de communication des partis politiques. Il définit un *spin doctor* comme « un individu ayant la curiosité envers les différentes disciplines des sciences humaines et sociales et qui connaît l'histoire du pays »<sup>8</sup>. Dans cette acception, l'un des conseillers interrogés pense qu'il n'y a pas de *spin doctors* en

...

5. Entretien avec un consultant, au sein de son agence de communication à Tunis, le 15 janvier 2020.

6. Entretien avec un consultant, dans un café sis à Hammam Lif (ville de la banlieue sud de Tunis), le 22 février 2020.

7. Entretien avec un consultant, dans un café sis à Tunis, le 10 mars 2020.

8. Entretien avec un consultant, dans un café sis à Tunis, le 07 février 2020.

Tunisie. « *Je connais des conseillers. Mais il n'y a pas de spin doctors* »<sup>9</sup>. Même si à l'origine ce titre était un persiflage ironique des journalistes contre les conseillers en communication qui essayaient de les manipuler, il s'est finalement imposé dans le langage professionnel pour désigner cette activité de communication politique, avec une connotation positive ou négative selon les orientations de chacun. Mais les *spins doctors*, les conseillers ou les consultants sont des synonymes, renvoyant tous au même positionnement : fournir des orientations stratégiques et discursives à l'homme politique. L'expression de *spin doctor* est une auto-catégorisation sociale permettant de se positionner et de se distinguer sur un marché concurrentiel. Ce flou d'identification exprimé par ces conseillers rappelle les identités stratégiques des présidents français d'Annie Collovald (1988) qui avance que « *si toutes les identités publiques sont des identités construites, elles sont, de facto, des stratégies dans un univers de concurrence où l'un des enjeux réside dans la «bonne» présentation et les «bonnes interprétations» qui lui sont liées de l'homme politique* » (Collovald, 1988, p.40).

Toutefois, l'appellation de communicateur peut être appliquée à ce groupe d'acteurs, puisqu'elle « met davantage l'accent sur le caractère professionnel de l'exercice de la communication, que celui de «communicant» » (Gosselin, 1995, p.45). Le conseiller est un collaborateur ayant une mission de communication stratégique ou de relations presse auprès d'un politique ou d'une organisation politique. Ceci s'applique aussi au groupe des journalistes, ayant acquis sa reconnaissance sociale en France par la loi Brachard en 1935, mais qui s'interroge toujours sur son identité professionnelle (Ruellan, 1992, p.29) malgré l'existence de la carte de presse. Celle-ci n'a pas réellement limité l'accès à l'activité professionnelle, ni empêché des amateurs de s'identifier comme journalistes (Ruellan, 1992, p.31). Cette ambiguïté identitaire s'explique par l'hétérogénéité des parcours académiques et professionnels. Les acteurs de la communication politique préfèrent étendre leur activité à l'ensemble du champ de la communication et ne pas se limiter à la communication politique. D'ailleurs, neuf conseillers possèdent des agences de communication proposant différentes prestations communicationnelles. À l'exception de celui se définissant comme un *spin doctor*. S'ajoute à cela l'intermittence de cette activité de conseil, qui s'explique par la réticence des partis politiques à impliquer des professionnels externes concernant l'assistance stratégique, malgré leur contribution dans la formation des médias, de la publicité, des sondages et du placement médiatique (Karlsen, 2010, p.211). « La communication politique c'est du beurre dans les épinards (améliorer l'ordinaire) et ce n'est pas le fond de la sauce. Le fond de la sauce pour les agences c'est la publicisation »<sup>10</sup> souligne un conseiller. Un autre souligne de son côté : « Aujourd'hui, on fait de la politique, quelques mois après on fera du yaourt »<sup>11</sup>.

La multipositionnalité chez ces opérationnels de la communication politique, exprimée sur leurs comptes dans les réseaux socio-numériques (voir tableau 1), s'explique par des « stratégies positionnelles objectives » (Boltanski, 1973, p.14) fondées sur une « sélection institutionnelle » (Boltanski, 1973, p.6) des titres et postes qu'ils occupent. Ces stratégies donnent la possibilité aux individus de mettre en valeur leur « pouvoir personnel » en utilisant le pouvoir contenu dans l'une ou plusieurs expériences professionnelles. Ce pouvoir personnel peut être inférieur au pouvoir inscrit dans la position ou bien au contraire être supérieur à ce dernier. Pour le cas des conseillers, ils estiment avoir un pouvoir supérieur à l'activité de la communication politique car s'étendant à plusieurs formes de communication et de médias. Une panoplie de qualifications s'est dévoilée dans l'analyse de leurs profils sur les réseaux. Ceux détenant des agences de communication s'identifient comme des propriétaires de celles-ci, mais en ayant des compétences

...

9. Entretien avec un consultant, au sein de son agence de communication à Tunis, le 17 février 2020.

10. Entretien avec un consultant, au sein de son agence de communication à Tunis, le 17 février 2020.

11. Entretien avec un conseiller, le 30 janvier 2020, dans son agence de communication à Tunis.



différentes, parmi lesquelles nous distinguons stratégie de communication, gestion de crise, médias, management ou encore *media training* (mentionné par une seule personne). Ces indications permettent de constater l'absence de la communication politique en tant que compétence ou spécialisation. Les conseillers interrogés exercent tous une deuxième activité parallèlement à celle du conseil. Celle-ci ne constitue pas leur activité principale, mais elle correspond plutôt à une alternative pour disposer d'un revenu supplémentaire. En effet, six conseillers sur seize collaborent avec les politiciens à titre amical et sans recevoir de contrepartie financière. « Mes interventions n'étaient pas rémunérées. Je n'ai pas demandé une rémunération. Cela m'arrive de la pratiquer mais d'une manière informelle »<sup>12</sup>. Les conseillers, toutefois, n'ont pas tous le même statut, pas la même formation (encore moins une formation spécifique) et ne reçoivent pas tous une rémunération pour leur travail. Autant d'éléments qui vont à l'encontre de la définition d'un professionnel, qui repose sur l'exercice d'une activité rémunérée tout en ayant les compétences nécessaires pour la pratiquer (Karlsen, 2010, p.195). La spécialisation est, donc, le mot clé pour pouvoir parler de professionnalisation (Karlsen, 2010, p.198).

### L'absence d'une culture de groupe

Lors des entretiens auprès des conseillers, nous remarquons l'absence d'une reconnaissance interne et d'une unité entre eux. Dix sur seize personnes interrogées disent connaître d'autres conseillers en communication politique, tout en insistant sur leur rareté et sur l'absence de toute forme d'échange de pratiques entre eux. Dix trouvent que l'état de cette activité ne nécessite pas la mise en place d'une structure les regroupant, pour plusieurs raisons : « Il n'y a pas d'experts en communication politique pour parler d'un regroupement. Si on parle de métier, c'est quelque chose qui te fait gagner ta vie, ce qui n'est pas le cas en Tunisie »<sup>13</sup>, nous précise un des conseillers. D'autres justifient l'impossibilité de la formation d'un organisme unifiant en raison du caractère concurrentiel de cette activité. Comme nous l'indique un autre « Ceci me semble utopique. Il y a une grosse barrière : l'arrogance de certains »<sup>14</sup>.

L'absence d'échange de pratiques et de collaboration induit l'absence d'une caractéristique essentielle pour tout groupe unifié : la confraternité. Le sentiment d'appartenance à un corps de métier renforce le sentiment de confraternité. Comme le décrit Gross, « le groupe de collègues est caractérisé par un sentiment d'être sur le même bateau » (Bungener, 1992, p.5). Ces conseillers devraient « constituer une communauté épistémique partageant des objectifs, des identités et des principes idéologiques fondamentaux sur la manière dont la politique devrait être organisée » (Howard, 2006, p.44).

L'absence d'unité se traduit aussi par leurs avis mitigés sur les critères du profil d'un bon conseiller. Aucune des personnes interrogées n'a classé la formation en communication et l'expérience en la matière parmi les critères d'accès. Un des seize conseillers interviewés souligne que la formation en journalisme et l'expérience en journalisme politique est un critère d'accès à la communication politique. La partie commune des formations en communication et en journalisme (qualité d'écriture, sens de la synthèse, capacités relationnelles, ouverture sur l'actualité...) formerait donc pour au moins un des conseillers un socle minimal de formation requis pour exercer le métier. La professionnalisation est un processus reposant, en grande partie, sur les interactions et échanges entre les différents acteurs d'une activité. En d'autres termes, si les praticiens ne reconnaissent pas l'importance de la formation académique reliée à cette spécialité, la légitimité de la profession devient

...

12. Entretien avec un conseiller, le 31 janvier 2020, à l'École Nationale de l'Administration à Tunis.

13. Entretien avec une conseillère, le 15 janvier 2020, dans son agence de communication à Tunis.

14. Entretien avec un conseiller, le 05 mars 2020, dans son agence de communication à Tunis.

contestable. Ceci va de pair avec la situation de la presse tunisienne, après les changements politiques de 2011, qui doit « relever le pari de la professionnalisation » en répondant aux exigences de la spécialisation et du respect de la déontologie et en admettant la présence d'un contre-pouvoir régulateur pour la garantie de son indépendance (Touati, 2012, p.149). A titre comparatif, la communication politique au Maroc n'est pas non plus parvenue au stade du professionnalisme, en raison de la faiblesse des moyens financiers, du manque d'experts et de l'absence de culture marketing (Badreddine, 2022, p.16). Nous pouvons souligner le lien étroit entre le système politique et le développement de la communication et du marketing politique, dépendant en grande partie d'un cadre juridique apte à en favoriser le déploiement.

## CONCLUSION

C'est une situation très différente d'avoir affaire à des professionnels maniant les diverses techniques et capables de suggérer des pistes d'action à des politiciens de métier qui leur font assez confiance pour suivre leurs conseils plutôt que d'avoir des individus faisant fonction de conseillers, pas tous formés à toutes les activités de la communication politique et qui réduisent volontairement, sans frustration ni insatisfaction, leur vision du métier aux quelques activités qu'ils maîtrisent. Ces conseillers semblent dès lors loin de se comporter en ouvreurs de voie auprès de politiciens qui ne perçoivent pas de champ professionnel dans leurs activités. Ils peuvent se contenter d'une vision étroite du rôle du communicant, en tout point conforme à ce qu'attendent les politiciens alors que l'on peut espérer qu'un « conseiller » conseille, dessine des pistes de réflexion et propose des actions auxquelles le politicien n'avait pas songé faute d'expérience et de formation. Ouvrir la voie à une activité professionnelle du conseil en communication politique, dans un pays faisant ses débuts dans la « *communication politique moderne* », au sens de Philippe Riutort (2007), impliquerait un fort volontarisme de ceux et de celles faisant fonction de communicant, avec une claire conscience de leur intérêt à agir ainsi pour augmenter le champ de leurs actions, pour accroître leur employabilité et pour convaincre les politiciens d'embaucher des adjoints, des assistants, de former une association ou un groupe les rassemblant. Ce n'est pas, à ce jour, ce que nous observons.

## NOTES

1. Les entretiens avec les conseillers en communication politique ont eu lieu entre janvier et mars 2020. Les derniers entretiens se sont déroulés quelques jours avant le confinement du mois de mars 2020.
2. L'entretien avec le conseiller de Ben Ali a eu lieu le 26 mai 2016 dans un café à Tunis, dans le cadre d'une enquête exploratoire de terrain réalisée pour notre thèse de doctorat.

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Beauvalet, Willy ; Michon, Sébastien, (2017), *Dans l'ombre des élus une sociologie des collaborateurs politiques*, Villeneuve d'Ascq, Presses Universitaires de Septentrion, Espaces Politiques.
- Ben Mansour, Bader (2020), « Les acteurs de l'ombre. L'Étude du profil des chargés de la communication numérique des partis politiques tunisiens », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, vol. 21/2, n°2, p.67-79.

Bessières, Dominique (2012), « L'institutionnalisation des communicateurs publics : une tension longitudinale vers la professionnalisation pour une légitimation du groupe professionnel », *Pyramides*, vol.24, p.239-260.

Blanchard, Gersende (2018), « Les voies de la professionnalisation de la communication électorale en ligne : le cas de l'élection présidentielle française de 2012 », *Politique et Sociétés*, vol.37, n°2, p.83-107.

Blanchard, Gersende ; Roginsky, Sandrine (2020), « La professionnalisation de la communication politique en question : acteurs, pratiques, métiers », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, vol.2, n°21, p.5-12.

Boltanski, Luc (1973), « L'espace positionnel : multiplicité des positions institutionnelles et habitus de classe », *Revue française de sociologie*, vol.14-1, p.3-26.

Bungener, Martine (1992), « La Trame de la Négociation, Sociologie qualitative et interactionnisme, Anselm L Strauss, textes réunis et présentés par Isabelle Baszanger », *Sciences Sociales et Santé*, vol.10, n°4, p. 154-157.

Champy, Florent (2009), *La sociologie des professions*, Paris, Puf.

Collovald, Annie (1988), « Identité(s) stratégique(s) », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales, Penser la politique*, vol.73, p. 29-40.

Demazière, Didier ; Gadéa, Charles (2009), *La sociologie des groupes professionnels*, Paris, La découverte.

Dubar, Claude ; Tripier, Pierre ; Boussard, Valérie, (2015), *Sociologie des professions*, Paris, Armand Colin.

Dufy, Caroline ; Thiriot, Céline (2013), « Les apories de la transitologie : quelques pistes de recherche à la lumière d'exemples africains et post-soviétiques », *Revue internationale de politique comparée*, vol.20, n°3, p. 19-40.

El Kacimi, Badreddine (2022), « Le marketing politique au Maroc à l'épreuve du professionnalisme : conception et supports de commercialisation », *Journal of Integrated Studies In Economics, Law, Technical Sciences & Communication*, vol.1, n°1, p.1-18.

Fourdin, Monique (1994), « La professionnalisation de la communication locale : un paradoxe ? », *Réseaux*, vol.12, n°64, p. 75-89.

Greffet, Fabienne ; Neihouser, Marie (2022), « Battre la campagne numérique. Les recompositions des activités électorales à l'heure de la digitalisation », *Politiques de communication*, vol.2, n° 19, p. 5-20.

Gosselin, André (1995), « La communication politique Cartographie d'un champ de recherche et d'activités », *Hermès, La Revue*, vol.3, n°17-18, p .17-33.

Guigo, Pierre-Emmanuel (2022), « Introduction. La communication politique un nouveau champ d'étude du politique », *Histoire, économie & société*, vol. 41, no. 4, p.4-8.

Hubé, Nicolas ; Aldrin, Philippe, (2017), *Introduction à la communication politique*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur.

Hubé, Nicolas (2020), « Une institutionnalisation sans professionnalisation ? L'espace interstitiel de la communication gouvernementale en RFA », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, vol.21, n°2, p. 13-26.

Howard, Philip N. (2006), *New media campaigns and the managed citizen*, Cambridge University Press.

Karlsen, Rune (2010), « Fear of the Political Consultant. Campaign Professionals and New Technology in Norwegian Electoral Politics », *Party Politics*, vol.16, n°2, p. 193-214.

- Legavre, Jean-Baptiste (2005), « La quête des origines. Retour sur la fondation de la communication politique experte en France », *Questions de communication*, vol.7, no. 1, p.323-344.
- Lilleker, Darren G; Negrine Ralph (2002), « Professionalization: Of What? Since When? By Whom? », *The Harvard International Journal of Press/Politics*, vol. 7, n°98, p.98-103.
- Mercier, Arnaud (2004), « Pour la communication politique », *Hermès, La Revue*, vol.38, n°1, p.70-76.
- Moreira Cesar, Camila (2020), *La professionnalisation de la communication politique gouvernementale et ses enjeux démocratiques en France et au Brésil*, thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Sorbonne Paris Cité, Université Sorbonne Nouvelle Paris3, Université Fédérale du Rio Grande Do Sul.
- Riutort, Philippe (2007), *Sociologie de la communication politique*, Paris, La Découverte, (Repères).
- Ruellan, Denis (1992), « Le professionnalisme du flou », *Réseaux*, vol.10, n°51, 1992, p. 25-37.
- Stenger, Thomas (2012), *Le marketing politique : entre démocratie et marché*, Paris, CNRS.
- Takaddoumi, Najoua (2020), « Le marketing politique à l'ère des réseaux sociaux : le cas des élections présidentielles tunisiennes 2019 », *Revue internationale du marketing et management stratégique*, vol.2, n°2, p.186-210.
- Touati, Zeineb (2012), « Presse et révolution en Tunisie : rôle, enjeux et perspectives », *Journal for Communication Studies*, vol. 5, no. 1 (9), p.139-150.
- Van Dievoet, Lara (2020), « Changements et permanence de la communication politique dans un contexte numérique : le cas des journalistes belges francophones devenus communicateurs », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, vol. 2, n°21, p.41-49.
- Wittorski, Richard (2008), « La professionnalisation », *Savoirs*, vol. 17, no. 2, p. 9-36.
- Wolton, Dominique (1989), « La communication politique : construction d'un modèle », *Hermès, La Revue*, vol. 4, n° 1, p. 27-42.

# Programmation musicale et « virage numérique » à Radio France : les pratiques des programmeurs face à l'évolution des matérialités de la musique.

Article inédit, mis en ligne le 22 octobre 2024

## Anastasia Choquet

*Anastasia Choquet est docteure en Sciences de l'information et de la communication, chercheuse associée au laboratoire CARISM (Université Paris-Panthéon-Assas). Elle a réalisé une thèse intitulée « Le métier de programmeur musical à Radio France. Analyse d'un groupe professionnel d'intermédiaires culturels de service public à l'ère du numérique ».*

[anastasiachoquet@gmail.com](mailto:anastasiachoquet@gmail.com)

## Plan de l'article

Introduction

Organisation et reconfigurations du métier de programmeur musical à Radio France

L'évolutions des matérialités de la musique à Radio France, des avantages pour le métier de programmeur musical

Critiques de l'évolution des matérialités de la musique et hétérogénéité des pratiques

Conclusion

Notes

Références bibliographiques

## RÉSUMÉ

Dans un contexte d'importance donnée au « virage numérique » des antennes de Radio France, nous nous intéressons dans cet article aux transformations des pratiques professionnelles des programmeurs musicaux à Radio France, et plus précisément à l'évolution des supports musicaux dans leurs tâches quotidiennes. À partir d'entretiens réalisés à Radio France entre 2016 et le début de l'année 2020, cet article s'inscrit dans une perspective interactionniste avec une approche méthodologique inductive et compréhensive. Il est fondé sur une analyse des « récits de pratiques » (Derèze, 2019) des programmeurs musicaux livrés en entretien et présente un accent particulier sur leur expérience de l'évolution des matérialités de la musique dans le cadre de leurs pratiques professionnelles quotidiennes à Radio France.

## Mots clés

Radio France, service public radiophonique, programmation musicale, prescription musicale, pratiques professionnelles et numérique.

## TITLE

Music programming and the 'digital shift' at Radio France: the practices of programmers in the face of the materiality of music.

## Abstract

In the context of the importance given to the 'digital shift' of Radio France's radio stations, this article looks at the changes in the professional practices of music programmers at Radio France, and more specifically at the evolution of music media in their daily tasks. Based on interviews conducted at Radio France between 2016 and the beginning of 2020, this article follows an interactionist perspective with an inductive and comprehensive methodological approach. It is based on an analysis of the 'narratives of practice' (Derèze, 2019) of the music programmers interviewed, with a particular focus on their experience of the changing materialities of music in their daily professional practices at Radio France.

## Keywords

Radio France, public service radio, music programming, music prescription, professional practices and digital.

## TÍTULO

La programación musical y el «cambio digital» en Radio France: las prácticas de los programadores ante la materialidad de la música.

## Resumen

En el contexto de la importancia concedida al «cambio digital» de las emisoras de Radio France, este artículo examina los cambios en las prácticas profesionales de los programadores musicales de Radio France y, más concretamente, la evolución de los medios musicales en sus tareas cotidianas. Basado en entrevistas realizadas en Radio France entre 2016 y principios de 2020, este artículo sigue una perspectiva interaccionista con un enfoque metodológico inductivo y exhaustivo. Se basa en un análisis de las «narrativas de la práctica» (Derèze, 2019) de los programadores musicales entrevistados, con un enfoque particular en su experiencia de la materialidad cambiante de la música en sus prácticas profesionales diarias en Radio France.

## Palabras clave

Radio Francia, radio de servicio público, programación musical, prescripción musical, prácticas profesionales y digital.

## INTRODUCTION

Dans son rapport de février 2019, la Cour des comptes affirme qu'à Radio France, « le travail sur la gamme de radios et leur complémentarité éditoriale ainsi que le virage numérique



ont permis d'atteindre des résultats inégalés tant en termes d'audiences hertziennes que d'audiences numériques » (p.147). L'étude de documents officiels relatifs aux missions de Radio France effectués entre 2015 et 2019<sup>1</sup> montre en effet que l'impératif d'innovation était au cœur des objectifs fixés pour le groupe radiophonique de service public. C'est dans ce contexte de « virage numérique » que nous nous sommes intéressées à la programmation musicale de Radio France.

Si la musique et la radio forment un « couple emblématique » (Glevarec, 2016, p.94), nous constatons la « perte de monopole de la radio musicale » (Glevarec, 2014, p.126). Le rapport de l'Arcom de janvier 2022 sur l'écoute de la musique en streaming audio et en radio a confirmé cette tendance. Les programmes musicaux à la radio restaient écoutés quotidiennement par 17,5 millions de personnes en 2021 mais les audiences de la radio, et en particulier des radios musicales, étaient en baisse entre 2015 et 2020. En parallèle, entre 2016 et 2020, le volume de *streams* par an sur les services de streaming en France est passé de 28 milliards à 85 milliards et le streaming musical représentait en 2021 la première source de création de valeur dans le secteur de la musique enregistrée.

Cette perte de monopole de la radio musicale renvoie à la crise que traverse la prescription culturelle (Oustinoff, 2018). Les techniques numériques ont eu pour conséquence une démultiplication des œuvres, le développement d'une culture de l'amateur, du partage, de l'accès et de la gratuité qui ont remis en cause le rôle des prescripteurs. Alors qu'en 2020, 82% des utilisateurs français déclaraient utiliser les recommandations musicales faites par les plateformes de streaming, les prescripteurs semblent devenir une « figure un peu poussiéreuse » (Trenque, 2018) dont le jugement est désacralisé. Cette remise en question de la prescription traditionnelle s'illustre par un phénomène de « remédiation » (Chapelain, Ducas, 2018) qui s'incarne notamment dans le développement d'algorithmes de recommandation élaborés à l'aide de la collecte et de l'exploitation de données des utilisateurs et utilisatrices. Cette culture algorithmique de la *data* est au cœur de logiques capitalistes et de stratégies industrielles développées par des multinationales comme Amazon, Netflix ou Spotify.

Dans ce contexte de crise de la prescription musicale, il nous semble pertinent d'étudier un groupe professionnel de prescripteurs du service public radiophonique, les programmeurs musicaux de Radio France<sup>2</sup>. Du fait de ses missions officielles, son incarnation de la défense de l'exception culturelle, comment la prescription musicale de service public fait-elle face à ces changements et à ce « virage numérique » ?

À partir d'entretiens réalisés à Radio France entre 2016 et le début de l'année 2020, nous

...

1. Liste des documents étudiés : Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Léotard) ; Cahier des missions et des charges de Radio France ; Contrat d'objectifs et de moyens de Radio France 2015-2019 ; Trente dossiers de presse des radios de Radio France de la rentrée 2015 à la rentrée 2019 ; Nouvel accord d'entreprise de Radio France, signé le 31 mars 2017 et prenant effet au 1er mai 2017 ; Document Radio France et la musique, dossier réalisé en février 2019 par la direction des antennes et des programmes de Radio France, à destination des services internes des radios du groupe et des partenaires (labels, tourneurs, attaché·e·s de presse, éditeur·ice·s).

2. Sur le groupe professionnel des « programmeurs musicaux » en particulier, nous avons rencontré huit hommes – cinq à Fip, trois à France Inter – à savoir la quasi-totalité du groupe professionnel des programmeur·ices musicaux à Radio France. La seule femme que nous avons rencontrée est certes programmeuse musicale à France Inter, mais est spécialisée dans la programmation des *live*. D'après notre entretien avec celle-ci, il semblerait que sa spécialité lui donne une place à part, isolée du groupe professionnel des programmeurs musicaux classiques. Au vu de sa spécialisation dans les *live* qui implique des pratiques professionnelles quotidiennes différentes des autres programmeurs musicaux de France Inter, nous avons donc choisi de ne pas l'intégrer à cette analyse. Au moment de notre prise de contact avec les programmeurs, la programmation hors live de France Inter comptait une femme, mais celle-ci n'a pas répondu à nos sollicitations. Il faut également préciser que cela concerne les programmeur·ices musicaux permanent·es, et non les remplaçant·es qui comptent également des femmes.

avons constaté que ce « virage numérique », appliqué à la programmation musicale, se traduisait par quatre éléments : l'évolution des supports et des formats musicaux utilisés par les programmeurs, l'introduction de logiciels de programmation musicale, la création de webradios et la place de plus en plus importante accordée aux métadonnées musicales. Dans cet article, nous nous concentrons sur l'évolution des supports et des formats musicaux – que nous appellerons « matérialités de la musique » – utilisés par les programmeurs dans le cadre de leurs pratiques professionnelles quotidiennes.

Cette évolution des supports et des formats musicaux renvoie à la notion de « numérimorphose ». Dès 2007, Fabien Granjon et Clément Combes ont théorisé le passage de la « discomorphose » – notion d'Antoine Hennion qui suggère « l'entrelacement de médiations structurées autour de supports physiques (le vinyle ou la cassette qui nous amènent du disquaire à la chaîne hi-fi) » (Le Guern, 2020, p.250) – à la « numérimorphose ». Avec ce terme, ils ont souhaité « détailler ce que les relations de l'amateur à la musique doivent particulièrement [...] à la numérisation du signe sonore, à la dématérialisation des supports et à la multiplication des équipements » (Granjon, Combes, 2007, p.295). Philippe Le Guern souligne que cette « numérimorphose » donne lieu à une « reconfiguration socio-technique des expériences musicales, quels que soient les acteurs considérés, auditeurs, directeurs de labels, musiciens, etc. » (2018, p.10). En écho aux débats questionnant l'idée d'une « continuité » ou d'une « disruption » dans « l'expérience de la musique en régime numérique » (Le Guern, 2020), nous cherchons donc à interroger, dans cet article, la reconfiguration des « expériences musicales » des programmeurs musicaux de Radio France face à l'évolution des matérialités de la musique dans le cadre de leurs pratiques professionnelles.

Concernant la méthodologie, cet article s'inscrit dans une perspective interactionniste avec une approche méthodologique inductive et compréhensive. Il est issu d'un travail de thèse fondé sur une analyse des « récits de pratiques » (Derèze, 2019) des programmeurs musicaux livrés en entretien, mais également sur des entretiens réalisés avec d'autres groupes professionnels impliqués dans la programmation musicale de Radio France. Ce type d'analyse permet de s'intéresser « à la façon dont les acteurs décrivent leurs activités et, ce faisant, les analysent, les légitiment, les construisent » (Derèze, 2019, p.175). Réalisés entre 2016 et le début de l'année 2020, ces vingt-six entretiens ont été complétés par l'analyse d'un corpus de documents officiels relatifs à la période étudiée<sup>3</sup>, qui n'est cependant pas central dans cet article.

## ORGANISATION ET RECONFIGURATIONS DU MÉTIER DE PROGRAMMATEUR MUSICAL À RADIO FRANCE

### Le métier de programmeur musical à Radio France

Cécile Méadel décrit la radio comme « transformateur-modèle » qui « pour développer son audience [...] est obligée de mener à bien un travail de sélection, de transformation et de recomposition », ce travail lui permettant de « se construire une réalité propre à partir de la réalité des autres » (Méadel, 2006, p.46). Elle définit la programmation musicale radiophonique comme « la reconstruction de son propre catalogue par la radio, à partir du catalogue tout fait que les firmes de disque rêveraient de voir diffusé tel quel sur les ondes » (Méadel, 2006, p.46).

À Radio France, chaque radio construit sa « réalité propre » et son « propre catalogue »

...

3. Voir la note 1.

comme en témoignent leur format respectif mais aussi leurs différences d'organisation professionnelle en matière de programmation musicale. Si Fip et France Inter ont un format différent – Fip étant une radio musicale et France Inter une radio généraliste – seules ces deux radios comptent officiellement des programmatrices et programmeurs à Radio France. Pour le service public radiophonique, ce groupe professionnel constitue un symbole de différenciation. Les radios privées – et d'autres radios du groupe comme Mouv' ou France Bleu – possèdent un personnel plus réduit qui élabore la programmation musicale à l'aide d'un logiciel. Si les programmeurs de Fip et de France Inter ont également à leur disposition un logiciel de programmation musicale, leur utilisation en est très limitée.

Dans ce travail singulier de programmation opéré par les programmeurs musicaux à Radio France, plusieurs types de tâches sont centrales. Les tâches d'écoute et de tri musical sont indispensables pour élaborer les programmes. Fip et France Inter étant toutes deux engagées sur un format qui promeut les nouveautés et la découverte, celles-ci sont essentielles. Entre les deux radios, la différence est conséquente. À France Inter, ce travail d'écoute sert à alimenter une *playlist* d'environ 70-80 titres, alors que pour Fip, ce travail alimente un stock de morceaux qui n'a pas de limite de volume. Les programmeurs de Fip doivent élaborer individuellement et quotidiennement des programmes musicaux de trois heures et parfois des émissions thématiques. À France Inter, chaque programmeur a la charge d'une dizaine d'émissions – des quotidiennes ou des hebdomadaires – pour lesquelles il doit programmer trois titres par heure. Pour résumer, des tâches de nature plutôt créative sont au cœur de la programmation de Fip et des tâches de nature plutôt relationnelle sont au cœur de la programmation de France Inter.

Au-delà de ces différences internes au groupe professionnel, nous cherchons ici à analyser les reconfigurations matérielles des expériences musicales des programmeurs dans leurs tâches quotidiennes.

### **Les programmeurs musicaux face à la « numérimorphose », la numérisation et l'informatisation**

L'évolution des pratiques professionnelles des programmeurs musicaux à Radio France renvoie à la « numérimorphose » que nous avons détaillée en introduction. Philippe Le Guern a en effet rappelé que les « expériences musicales » des professionnel·les de la musique étaient reconfigurées (2018, p.10). De plus, Fabien Granjon et Clément Combes affirment que les « mutations engendrées par la « numérimorphose » ne se résument pas à « une simple modification de *formats* (e.g. le passage du disque au MP3) », mais qu'elles relèvent de « l'explosion des cadres stabilisés de la discomorphose » et « d'une importante multiplication des modalités de consommation liées à la multiplicité des prothèses technologiques mobilisées » (p.295). Il apparaît donc clairement que la « numérimorphose » engendre une reconfiguration des pratiques de professionnel·les de la prescription musicale.

Au-delà de ce contexte, les pratiques professionnelles des programmeurs musicaux ont également été reconfigurées par la numérisation de la discothèque de Radio France et l'informatisation du travail de programmation musicale. Ce processus a été amorcé en 2005 à Radio France *via* la création de la DNC – Discothèque Numérique Centrale – base de données musicale qui alimente toutes les radios du groupe. L'objectif visé étant que la totalité des titres diffusés à l'antenne soit des fichiers provenant de la DNC. L'intérêt d'utiliser la DNC pour importer des fichiers musicaux dans le logiciel de diffusion réside notamment dans le partage de métadonnées uniformisées, rendues ensuite visibles sur tous les supports numériques de diffusion radio.

D'après nos entretiens l'utilisation de la DNC pour la programmation musicale progresse – celle-ci comportant également une fonction de recherche des morceaux à partir de différentes données comme le titre, le nom de l'artiste ou encore le genre musical – cependant elle est inégale selon les radios, les groupes professionnels et les individus. La numérisation de la discothèque de Radio France et l'informatisation de la programmation musicale *via* le développement et l'utilisation de la DNC sur ordinateur ont pour conséquence un changement notable dans les tâches quotidiennes des programmeurs : ils n'auraient *a priori* plus besoin de manipuler des supports musicaux comme les disques, vinyles ou CD, et ont désormais l'obligation de passer plus de temps devant un écran d'ordinateur pour sélectionner les morceaux qu'ils veulent programmer dans la DNC. À cela s'ajoute une conséquence directe de la « numérimorphose », l'utilisation de plus en plus systématique de l'ordinateur pour écouter de la musique, puisqu'il est désormais habituel que les labels ou les artistes leur envoient directement des fichiers musicaux à télécharger ou des liens à écouter sur le web.

Dans le cas d'amateurs, Granjon et Combes avaient déjà noté que « les changements induits par la dématérialisation et les potentiels renouvelés de manipulation déplacent plus ou moins fortement les activités de découverte, d'acquisition, de stockage, d'écoute et de distribution des contenus musicaux » (2007, p.297). Les récits de pratique des programmeurs musicaux indiquent, dans le cas de professionnels, la manière dont « l'expérience de la musique » qu'ils font dans leurs tâches quotidiennes « se trouve précédée voire conformée, modifiée dans sa médiation par des formes industrielles nouvelles » (Gayraud, Heuguet, Gomez-Mejia, 2015, p.33). Si le terme très discuté de « dématérialisation » liée aux techniques numériques est à interroger – celles-ci s'accompagnant bien de la création de nombreux objets, « des médiations matérielles des musiques enregistrées de notre époque (ordinateurs, disques durs, enceintes, connexions internet, baladeurs, écouteurs, *smartphones*, etc.) » (Gayraud, Heuguet, Gomez-Mejia, 2015, p.34) – elle reste néanmoins une notion qui traverse les récits de pratique des programmeurs musicaux. Pour les tâches d'écoute et de tri musical mais aussi d'élaboration de la programmation, la thématique des objets et de leur disparition est centrale. Elle s'accompagne de récits contradictoires et hétérogènes, mêlant des arguments parfois technophiles, parfois technophobes, qui se retrouvent dans les débats sur le numérique « tantôt symbole d'espoir, tantôt source d'appréhension » (Rieffel, 2014, p.30). La méfiance face aux techniques numériques traverse les entretiens que nous avons menés avec les programmeurs, cependant leurs récits de pratiques restent complexes et nuancés. Ils soulignent à la fois des avantages et des inconvénients, traduisant une hétérogénéité des pratiques professionnelles.

## L'ÉVOLUTION DES MATÉRIALITÉS DE LA MUSIQUE À RADIO FRANCE, DES AVANTAGES POUR LE MÉTIER DE PROGRAMMEUR MUSICAL

À travers nos entretiens avec les programmeurs musicaux, nous notons deux types d'avantages liés à l'évolution des matérialités de la musique dans leurs tâches quotidiennes. Le premier permettrait un accès facile et rapide à la musique permettant d'améliorer la qualité de la programmation musicale, le second d'améliorer leurs conditions de travail.

### Un accès facile et rapide à la musique

Si la profusion des œuvres musicales sur Internet rend le travail d'écoute et de tri difficile pour les programmeurs, certains mettent aussi en avant les aspects positifs de ce changement de support, leur permettant un accès plus facile à la musique. Un programmeur de France Inter – qui reconnaît une difficulté liée à la profusion des

œuvres – affirme néanmoins que « pour le métier, c'est bien évidemment très positif », qu'il est « extraordinaire d'avoir accès à tout ça en termes de travail » et que pour eux, « c'est fantastique ». Cette démultiplication des possibilités de découverte musicale grâce à Internet est aussi facilitée par la DNC selon certains programmeurs de Fip. Ils mentionnent en effet les avantages de la fonctionnalité de recherche par mots-clefs de la DNC qui leur donne la possibilité de découvrir de la musique, en particulier dans le cadre de la programmation d'émissions musicales thématiques. Un programmeur de Fip ajoute également l'avantage de réactivité que permet l'accès à la DNC face à une actualité comme le décès d'un ou une artiste, actualité qui implique de diffuser en urgence certains morceaux. Ces matérialités de la musique favoriseraient donc, dans un premier temps, un accès facile et rapide à la musique, démultipliant les possibilités de découvertes musicales pour les programmeurs, et donc renforçant a priori la diversité musicale à l'antenne.

### L'amélioration des conditions de travail

L'évolution des matérialités de la musique semble également avoir un aspect pratique qui simplifie certaines tâches des programmeurs et améliorerait ainsi leurs conditions de travail. Un programmeur de France Inter insiste particulièrement sur l'avantage pratique du changement de support :

*« On programmait sur ce qu'on appelle une "bible en papier", chaque page correspondait à un titre et on mettait des croix sur le jour où l'on programmait. Donc il y avait cette bible qui était unique pour tout le monde, il fallait qu'elle puisse être disponible à chaque fois que quelqu'un préparait une émission, enfin c'était l'enfer. C'était pas facile de faire une programmation avec cinquante CD qu'on mettait comme ça les uns après les autres alors que je suis désolé, mais avec la possibilité de cliquer sur des milliers de fichiers, on y a vu quand même certains avantages, ça s'est pas fait du jour au lendemain, mais ça s'est fait »* (Programmeur musical de France Inter, Entretien avec Anastasia Choquet, Radio France, 05/09/2016)

Ce professionnel oppose ici l'aspect pratique d'une forme de « dématérialisation » à l'aspect fastidieux de tâches impliquant l'utilisation de disques. Que ce soit la « bible » – terme qui symbolise un volume important – ou les nombreux CD manipulés auxquels le programmeur fait référence, l'évolution des matérialités de la musique renvoie ici à la notion de « dématérialisation » puisqu'elles semblent alors éviter un encombrement matériel qui ralentirait le travail de programmation. À Fip, cette question de l'encombrement se pose d'autant plus au regard du volume musical que les programmeurs doivent traiter pendant la préparation d'un programme musical. Sur les cinq programmeurs de Fip, trois mettent particulièrement en avant l'aspect pratique du changement de support. Les deux programmeurs les plus âgés du groupe professionnel mentionnent certes des difficultés d'adaptation aux changements, mais ils en soulignent principalement les aspects positifs : un gain de temps et une diminution de l'effort physique, et donc une forme d'amélioration de leurs conditions de travail.

*« On passait notre temps à se lever pour aller fouiller, pour aller chercher. Aujourd'hui, on se lève plus, on est là "tiens je voudrais mettre un morceau de blues", pof on clique là, on va regarder dans notre base de données où il y a 20, 30 000 plus de 200 000 titres [...] donc c'est un gain de temps énorme et puis voilà, il y a pas photo. Pour la programmation de Fip, ça a été un apport exceptionnel le numérique, c'est évident »* (Programmeur musical de Fip, Entretien avec Anastasia Choquet, Radio France, 19/07/2016)

Cette position est partagée par un autre programmeur de Fip, de vingt ans plus jeune, qui décrit l'ancien système de programmation d'« assez incroyable », d'« archaïque » et de « préhistorique ». Ainsi, nous remarquons la manière dont certains programmeurs musicaux assimilent directement le processus de stockage de la musique sur la DNC à une



forme de « dématérialisation ». En effet, l'ancien système de programmation musicale, fondé uniquement sur l'utilisation de disques, avait un impact sur l'organisation quotidienne des programmeurs – les obligeant à se déplacer, à manipuler et à trier manuellement les disques – mais aussi sur leur accès à la musique, les disques n'étant pas physiquement disponibles dans leur espace de travail étant indisponibles pour la programmation.

Un autre élément venant confirmer ces observations est le rôle joué par le bureau des programmeurs musicaux. Un programmeur de Fip mentionne en effet la difficulté qu'il a eue à élaborer des programmes à une époque où il était remplaçant et que l'antenne n'était pas numérisée. Celui-ci devait alors travailler dans le bureau de programmeurs musicaux permanents, se retrouvant face à des disques organisés d'une façon particulière. L'utilisation de la DNC permet alors aux programmeurs et programmeuses remplaçant·es – qui élaborent une part importante de la programmation musicale de Fip – de ne pas dépendre de ces modes d'organisation propres aux programmeurs permanents, et donc d'améliorer leurs conditions de travail.

D'un autre côté, l'espace de travail des programmeurs – et en particulier de ceux de Fip – reflète leur processus créatif d'élaboration des programmes. La créativité individuelle des programmeurs de Fip étant un élément central dans leur rôle professionnel, la restriction des objets qu'ils utilisent et la perte de personnalisation des espaces dans lesquels ils travaillent posent alors la question de l'homogénéisation des pratiques professionnelles et donc de la perte d'une forme de créativité.

## **CRITIQUES DE L'ÉVOLUTION DES MATÉRIALITÉS DE LA MUSIQUE ET HÉTÉROGÉNÉITÉ DES PRATIQUES**

Si les pratiques professionnelles évoluent, les disques ne disparaissent pas pour autant du quotidien des programmeurs et leur utilisation est largement mentionnée dans tous les entretiens. En effet, les programmeurs reçoivent de plus en plus de musique sous forme de fichiers numériques, mais continuent de recevoir de nombreux disques – majoritairement des CD, parfois des vinyles – qu'ils doivent parfois faire numériser par la discothèque de Radio France pour les intégrer à la DNC, s'ils ne s'y trouvent pas déjà. De plus, les disques sont toujours utilisés pendant les sessions d'écoute collective des réunions de programmation. L'objet ne disparaît donc pas des récits de pratique des programmeurs. Ainsi, que ce soit à France Inter ou à Fip, il existe une hétérogénéité des supports utilisés et des pratiques qui y sont liées.

De plus, si les aspects positifs de l'utilisation de fichiers musicaux sur ordinateur est mis en avant par certains programmeurs, cette utilisation est néanmoins l'objet de critiques, et même certains programmeurs qui soulignaient cet aspect nuancent leurs propos. L'un d'entre eux nous signale qu'il lui est toujours nécessaire d'avoir des CD autour de lui, sans quoi il serait « paumé » – et ce malgré le côté « pratique » et « génial » du numérique – et un autre affirme, malgré son enthousiasme, qu'il est « pénible d'avoir des écrans toute la journée devant soi ». Ces deux exemples soulignent alors la complexité et l'hétérogénéité des positionnements face à l'évolution des matérialités de la musique à Radio France. Pour certains, elle complexifie justement les tâches quotidiennes, allant parfois jusqu'à interférer avec leur rôle de programmeur musical.

### **La matérialité de la musique : entre habitude, attachement et esthétique**

Alors que l'un des programmeurs de France Inter affirme qu'il n'est « pas tellement attaché » à « l'objet », d'autres mentionnent au contraire leur attachement aux disques tout en insistant sur leur importance dans leurs pratiques professionnelles. Un autre



programmeur de France Inter reconnaît l'intérêt du numérique pour le métier, mais dit cependant être « totalement nostalgique des supports » et explique que le fait de travailler avec des CD est plus pratique pour lui dans l'organisation de ses tâches quotidiennes. Il voit le CD comme un objet qu'il peut transporter, et la visualisation de la musique incarnée dans un objet semble être important pour lui :

*« Mais chez moi j'écoute quasiment que des CD ou des vinyles. [...] je suis très attaché aux supports, pour des raisons pratiques. Et même au bureau, très attaché aux supports pour des raisons d'organisation, j'ai mes paquets, j'ai mes tas et c'est beaucoup plus pratique pour moi d'avoir chaque chose à sa place comme ça que dans un disque dur où je vais avoir tendance à mettre sur un post-it "pense à ça et à tel truc pour telle émission" parce que je le visualise moins ».* (Programmeur musical de France Inter, Entretien avec Anastasia Choquet, Radio France, 05/09/2016)

Nous pouvons émettre l'hypothèse que cet aspect pratique attribué aux disques est lié aux habitudes des programmeurs et à leur attachement aux objets, c'est-à-dire à leurs pratiques culturelles. C'est ce que nous confirme la suite du témoignage de ce même programmeur :

*« Mais ça c'est moi, j'ai passé des années à aller mixer dans des soirées à trimballer deux caisses de disques de trente kilos chacune donc voilà, j'aime ça. J'aime les disques, j'aime leur odeur, j'aime pas les CD, j'ai jamais aimé les CD, mais finalement je finis par les aimer parce que si c'est ça ou les MP3, j'ai fini par aimer les CD. Mais voilà comme les livres, c'est viscéral un truc comme ça »* (Programmeur musical de France Inter, Entretien avec Anastasia Choquet, Radio France, 05/09/2016)

Cet programmeur, qui a été DJ pendant des années, a été habitué à utiliser les disques vinyles pour écouter et jouer de la musique. Ici, l'attachement aux disques et le rejet du format MP3 et même du CD témoignent non seulement d'une certaine culture professionnelle – l'utilisation de vinyles par les DJ étant représentative d'une vision puriste des conventions de ce monde de l'art – mais elle s'inscrit aussi dans un discours répandu chez les audiophiles, celui de la mauvaise qualité du format CD, mais surtout du format MP3 (Gayraud, Heuguet, Gomez-Mejia, 2015, p.33). Critiquant également le format MP3, un autre programmeur de France Inter n'utilise la DNC que pour sélectionner le fichier du titre choisi et l'envoyer sur le logiciel de diffusion :

*« Moi j'ai pas de sons sur mon téléphone, tu me verras jamais écouter un truc sur mon téléphone, c'est horrible pour moi, c'est impossible, même les fichiers wav qui m'arrivent, je m'en fous un peu quoi. Je leur dis d'ailleurs, donne-moi un CD, ça vaut mieux, je l'écouterai plus vite et chez moi j'écoute quasiment que du vinyle, même du vinyle neuf. J'achète une vingtaine de vinyles par mois, avec tout ce que je reçois j'achète encore des vinyles. Donc c'est une obsession quoi »* (Programmeur musical de France Inter, Entretien avec Anastasia Choquet, Radio France, 22/09/2016)

Comme son collègue, ce programmeur rejette totalement le format MP3 pour des raisons de qualité sonore. Il témoigne d'un attachement particulier à l'objet se traduisant notamment par la pratique de collection de vinyles.

Cependant, l'intérêt pour les disques ne signifie pas que les programmeurs s'opposent catégoriquement à la numérisation, qu'ils assimilent à une forme de dématérialisation. Nous remarquons par exemple que l'un des programmeurs de Fip mentionne sa passion pour les disques – il emploie les termes de « boulimie de musique » et de « psychose de collection de disques », déclarant posséder 6000 vinyles chez lui – tout en insistant sur le côté pratique du numérique dans ses tâches quotidiennes. L'aspect pratique du stockage numérique de la musique peut une fois de plus sembler davantage central pour les programmeurs de Fip qui traitent un volume plus important de musique au quotidien.

De plus, lorsque le programmeur anciennement DJ de France Inter nous montre un mail qu'il vient de recevoir d'un attaché de presse – lui signalant qu'il serait le lendemain

à Radio France avec le *single* d'une grande chanteuse de variété française – il nous affirme que c'est une pratique « très à l'ancienne » pour lui, et qu'il a désormais l'habitude qu'on lui demande de télécharger un fichier *via* un lien sur Internet. Nous voyons donc une certaine contradiction dans ses propos, puisque s'il explique préférer l'utilisation des CD et y être très attaché, il considère néanmoins comme suranné qu'un attaché de presse lui amène un CD à Radio France. Il existe donc une complexité et une hétérogénéité dans les usages des différents supports musicaux, qui prennent des sens différents selon l'usage personnel ou professionnel des programmeurs.

Concernant l'hétérogénéité de ces pratiques, nous nous interrogeons également sur l'existence d'un facteur générationnel. Au moment de notre enquête, les programmeurs étaient âgés de 39 à 61 ans, la moyenne d'âge étant de 50 ans. Ces données indiquent donc qu'a priori, ce n'est pas un groupe professionnel dont les membres ont connu une socialisation primaire où les techniques numériques avaient une place centrale (Boullier, 2016). Ainsi, pour observer les différences à l'intérieur de ce groupe, l'âge ne semble pas être une donnée centrale. En effet, les trois programmeurs qui manifestent le plus leur attachement aux disques lors de notre entretien se situent en dessous de la moyenne d'âge du groupe professionnel des programmeurs musicaux.

Sur les trois programmeurs les plus âgés, tous affirment que la transition numérique dans leur métier a été particulièrement difficile. Cependant, seul l'un d'entre eux est très critique, tandis que les deux autres se montrent plutôt enthousiastes face à leurs nouveaux outils de travail. Nous notons également qu'un programmeur de France Inter, âgé d'une cinquantaine d'années, se présente comme un passionné d'informatique et possède une expertise professionnelle dans ce domaine.

Une approche des techniques numériques qui paraît pertinente pour éclairer les pratiques des programmeurs est de les considérer comme des expériences esthétiques et sociales. En effet, selon le support et le format – CD, vinyle, MP3, etc. – « nous ne recevons pas la musique enregistrée de la même manière », que ce soit sur le plan économique ou esthétique (Gayraud, Heuguet, Gomez-Mejia, 2015, p.31). L'opposition « noble/vulgaire » proposée par Dominique Boullier (2019, p.128) peut être opérante ici. En prenant l'exemple du cadre scolaire, Boullier montre que certaines « pratiques numériques » comme le MP3 sont considérées comme « vulgaires » et donc disqualifiées socialement, alors que d'autres comme le CD, en opposition au MP3, seraient « nobles » et affiliées à une culture « savante » légitimée socialement. Au-delà des considérations de qualité sonore, le MP3 apparaît dans certains discours comme un format « vulgaire » en opposition au vinyle. Cette mise en opposition devient alors le marqueur social d'une forme d'expertise, revendiquée comme un « saisissement [...] informé et esthétisant » de la musique en opposition à une « appréhension *profane*, consommatoire et fonctionnelle de la musique » (Granjon, Combes, 2007, p.295).

Philippe Le Guern le rappelle, ce qui se joue – ou plutôt se rejoue – dans les débats autour du son numérique dépasse les questions de la qualité sonore. Elle renvoie à la « confrontation entre des manières réalistes et des manières romantiques d'apprécier le son, en sorte que l'idée de "fidélité" est moins une propriété objective et mesurable qu'une convention autour de laquelle les accords ou les désaccords esthétiques et sociaux vont pouvoir se cristalliser » (Le Guern, 2020, p.261).

Ainsi, les programmeurs particulièrement critiques de l'évolution des matérialités de la musique à Radio France semblent prendre une posture « informée et esthétisante ». Elle renvoie à leur rôle de professionnels de la prescription musicale mais aussi à celui de professionnels du service public, qui leur confère *a priori* une légitimité singulière dans le monde culturel.

## L'évolution des matérialités de la musique comme obstacle au rôle professionnel des programmeurs musicaux

Allant plus loin dans le discours critique, certains programmeurs considèrent que l'évolution des matérialités de la musique entrent en contradiction avec leur rôle professionnel. Elles seraient un frein au processus créatif des programmeurs de Fip, un obstacle au rôle relationnel des programmeurs de France Inter et une source d'inertie remettant en cause la diversité musicale proposée.

À Fip, un programmeur met particulièrement en avant l'idée de « dématérialisation » de la musique comme frein au processus créatif des programmeurs. Pour lui, les programmeurs ont une « mémoire visuelle » et ont besoin de visualiser la musique : les pochettes des disques sont un élément clef et permettent de se souvenir des morceaux qu'ils souhaitent programmer. Non seulement il se déclare « un peu perdu » mais il affirme que le fait de devoir trouver un morceau dans la DNC et non à partir du disque crée une difficulté qui casse la « cohérence » du programme musical selon lui.

De plus, il prend ses distances avec les outils numériques tels que la DNC, l'assimilant à un autre groupe professionnel, celui des documentalistes. Selon lui, cet outil n'est pas en adéquation avec les tâches et le rôle des programmeurs de Fip. Cette incompatibilité de l'outil DNC avec le métier de programmeur est également soulignée par un programmeur de France Inter, qui l'assimile lui aussi au métier de documentaliste. Pour ces programmeurs, la DNC est plutôt perçue comme une base de données et comme un outil de recherche et de classification documentaire qui ne relève pas de leur champ de compétences. Formuler cette critique leur offre la possibilité alors d'insister sur les frontières de leur groupe professionnel en mettant en avant la singularité de leur rôle et de leurs compétences.

Pour les programmeurs de France Inter, l'aspect relationnel de leur métier est au cœur de leur rôle professionnel. Un programmeur met en avant une incompatibilité entre l'*humain* au cœur de son métier et ce qu'il nomme la « dématérialisation », en mentionnant son « réseau » de sources pour découvrir de la musique :

*« Par contre, mon réseau c'est des gens qui sont passionnés et sur bien des terrains hyper pointus et qui savent t'expliquer d'où vient le son, qui produit, quel label, qui était au mix, à quoi ça correspond dans tel pays, le fond du truc c'est ça, c'est l'humain, c'est de la musique qu'on fait, c'est de la radio, on parle aux gens, donc si tu te coupes complètement de ce truc là c'est l'usine. La dématérialisation déjà que j'ai eu du mal à l'accepter du point de vue de l'industrie, je vais pas la laisser rentrer chez moi. Donc ouais c'est le bordel, il y en a partout mais bon ... »* (Programmeur musical de France Inter, Entretien avec Anastasia Choquet, Radio France, 22/09/2016)

Ainsi, l'encombrement matériel lié à la présence de disques, chez lui ou dans son bureau, serait le symbole tangible des liens humains au cœur de son métier. S'opposer à la « dématérialisation » devient alors pour lui un acte de résistance face à une logique industrielle dominante, posture que nous retrouvons chez d'autres programmeurs et qui rappelle la place singulière qu'occupe *a priori* Radio France en tant que service public dans le paysage radiophonique.

De plus, si plusieurs programmeurs considèrent la numérisation et la DNC comme un moyen d'enrichir leur programmation, deux programmeurs de Fip précisent que selon eux, l'absence temporaire des disques envoyés pour diffusion les obligeait néanmoins à « plonger » dans le reste des CD qu'ils avaient à leur disposition et donc à se « renouveler », stimulant ainsi leur processus créatif caractéristique de leur rôle professionnel.

*« C'est de la création, ça bouge, ça tu le fais avec tes disques, tu le fais pas avec des fichiers »* (Programmeur musical de Fip, Entretien avec Anastasia Choquet, Radio France, 02/09/2016)

Ces propos prolongent le positionnement esthétique mentionné précédemment. Ils font également écho à la notion de « moralistes de la culture » développée par Umberto Eco (1965) et reprise par Sophie Maisonneuve dans un article intitulé « Techno-logies musicales » (2012). Celle-ci y explique que les « moralistes de la culture » opposent les notions d'art et de technique et ont considéré l'essor des médias de masse comme « une menace pour l'authenticité à l'art : l'intrusion, avec ceux-ci, de l'univers technique au cœur des mondes de l'art en signifie la perte. » (p.78). Pour eux, l'art se situe du côté de « la création désintéressée » et de la « signification » alors que la technique se situe du côté de « la fonction utile, la rationalité technique vide de sens et aliénante » (p.79). En reprenant cette notion d'Umberto Eco et en revenant sur l'ancien débat qui l'a faite émerger, Sophie Maisonneuve entend ainsi éclairer celui des années 2010. Elle affirme que s'y retrouvent « les mêmes discours apocalyptiques sur la fin des valeurs, les mêmes crispations autour des innovations techniques, les mêmes craintes sur la dissolution de l'art dans une modernité toute-puissante » (p.89). Dans le cadre de notre analyse, nous retrouvons chez ces programmeurs les traces de cette opposition entre art et technique avec une séparation entre d'un côté, une logique humaine et créative dans l'exercice de leur métier de prescripteur musical qui serait détachée des techniques numériques et de l'autre, une logique industrielle et froide qui serait liée à l'utilisation des techniques numériques.

Cependant, les programmeurs musicaux ont majoritairement des points de vue et des pratiques hétérogènes, à l'image d'un programmeur de Fip qui insiste sur l'aspect pratique et inspirant de la visualisation de la musique, mais évoque également la sérendipité permise par la recherche *via* la DNC :

*« Ce qui a vraiment changé par rapport à l'époque où on jouait avec des disques, c'est qu'avant je pouvais dire que sur cette étagère, dans un des deux bacs, il y a ce disque, la pochette est rouge avec des palmiers noirs, la sept et la trois défoncent, mais le nom de l'album, le nom de l'artiste, le nom des chansons... Mais je savais que quand je mettais ça j'avais juste à recopier le nom dans le logiciel pour le retrouver. Ça, ces disques-là on les a perdus. C'est pour ça que de temps en temps je refouille dans mes bacs, et je me mets des piles de disques que j'ai pas joués depuis longtemps ... À l'inverse, ce qu'on a là comme outil ça permet d'aller chercher des trucs que j'avais pas forcément, quand j'appelle avec un mot, un artiste, quand je fais une recherche, rechercher par un label, faire remonter des trucs que je ne connais pas. On a gagné certains trucs et on en a perdu d'autres »* (Programmeur musical de Fip, Entretien avec Anastasia Choquet, Radio France, 31/08/2016)

Dans ce témoignage nuancé, ce programmeur de Fip reconnaît également la perte que l'utilisation de fichiers musicaux représente, perte qui se joue à un niveau individuel. Nous l'avons vu, les disques sont entreposés dans des bureaux individuels, ce sont des objets qui symbolisent les savoirs accumulés de chaque programmeur musical, leur patrimoine personnel – les programmeurs disent « mes disques », « mes bacs », ils se souviennent des pochettes, de l'ordre des pistes du disque. Même s'ils sont toujours très utilisés par les programmeurs, la généralisation de l'utilisation de la DNC fait que les disques ne sont plus officiellement au centre des pratiques professionnelles quotidiennes. Cela peut alors constituer une forme de remise en question voire de perte de leurs savoirs accumulés, symbolisés par la collection de disques. Finalement les récits de pratiques des programmeurs musicaux autour de leur utilisation des supports musicaux renvoie à une expérience esthétique, sociale et intime.

## CONCLUSION

Le « virage numérique » officiellement opéré par Radio France implique des changements

dans les pratiques professionnelles quotidiennes des programmeurs musicaux.

La « numérimorphose », la numérisation de la discothèque de Radio France et l'informatisation de la programmation musicale *via* l'utilisation de la DNC ont fait évoluer les matérialités de la musique à Radio France. Face à cette évolution, nous avons analysé la reconfiguration des « expériences musicales » des programmeurs musicaux de Radio France.

Nos résultats renvoient aux débats interrogeant le « virage numérique » comme « révolution » (Le Guern, 2018) et en particulier à la « position continuiste » qui affirme que « l'innovation est toujours le résultat d'une combinaison entre différents régimes techniques, le plus récent ne chassant jamais totalement son prédécesseur, mais coexistant » à l'image du MP3 n'ayant « pas fait disparaître le vinyle qui connaît aujourd'hui un regain d'intérêt » (Le Guern, 2020, p.258).

Dans les pratiques professionnelles des programmeurs musicaux à Radio France, il n'y a ni disparition totale des disques ni refus total de l'utilisation de fichiers musicaux. Nous observons une hétérogénéité des pratiques face à l'évolution des matérialités de la musique, à la fois au niveau du groupe professionnel (les programmeurs n'ont pas les mêmes pratiques professionnelles) mais aussi au niveau individuel (chaque programmeur a des pratiques hétérogènes). Les récits de pratiques des programmeurs musicaux renvoient à des expériences individuelles entremêlées de positionnements esthétiques et sociaux en partie liés à leur rôle de professionnels de la prescription musicale de service public. L'attachement de certains programmeurs aux disques fait ainsi écho à la prescription musicale humaine qu'incarnent les programmeurs musicaux de France Inter et Fip par opposition aux logiques industrielles et algorithmiques des radios privées et des services de streaming. Cette singularité donne l'occasion à ces professionnels, et par extension à Radio France, de se différencier en tant que service public.

Dans cette hétérogénéité des récits et des pratiques des programmeurs, nous identifions également l'injonction contradictoire adressée au service public radiophonique : rester innovant et compétitif tout en gardant une singularité culturelle et une indépendance face aux logiques industrielles dans un contexte de crise de la prescription évoqué en introduction.

Enfin, il faut préciser que notre article est concentré sur une période restreinte, de 2015 à début 2020. La thématique des changements de pratiques professionnelles liés au numérique étant caractérisée par une évolution constante et rapide, nos résultats seraient donc aujourd'hui à actualiser.

## NOTES

[1] Sur le groupe professionnel des « programmeurs musicaux » en particulier, nous avons rencontré huit hommes – cinq à Fip, trois à France Inter – à savoir la quasi-totalité du groupe professionnel des programmeur·ices musicaux à Radio France. La seule femme que nous avons rencontrée est certes programmatrice musicale à France Inter, mais est spécialisée dans la programmation des live. D'après notre entretien avec celle-ci, il semblerait que sa spécialité lui donne une place à part, isolée du groupe professionnel des programmeurs musicaux classiques. Au vu de sa spécialisation dans les live qui implique des pratiques professionnelles quotidiennes différentes des autres programmeurs musicaux de France Inter, nous avons donc choisi de ne pas l'intégrer à cette analyse. Au moment de notre prise de contact avec les programmeurs, la programmation hors live de France Inter comptait une femme, mais celle-ci n'a pas répondu à nos sollicitations. Il faut



également préciser que cela concerne les programmeur·ices musicaux permanent·es, et non les remplaçant·es qui comptent également des femmes.

[2] Liste des documents étudiés : Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Létotard) ; Cahier des missions et des charges de Radio France ; Contrat d'objectifs et de moyens de Radio France 2015-2019 ; Trente dossiers de presse des radios de Radio France de la rentrée 2015 à la rentrée 2019 ; Nouvel accord d'entreprise de Radio France, signé le 31 mars 2017 et prenant effet au 1er mai 2017 ; Document Radio France et la musique, dossier réalisé en février 2019 par la direction des antennes et des programmes de Radio France, à destination des services internes des radios du groupe et des partenaires (labels, tourneurs, attaché·e·s de presse, éditeur·ice·s).

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Arcom (2022), *Écoute de la musique en streaming audio. Analyse et comparaison avec la radio*, [En ligne], consulté le 26 juin 2024, <https://www.arcom.fr/nos-ressources/etudes-et-donnees/mediatheque/ecoute-de-la-musique-en-streaming-audio-analyse-et-comparaison-avec-la-radio>

Boullier, Dominique (2019), *Sociologie du numérique*, Malakoff : Armand Colin.

Chapelain, Brigitte ; Ducas, Sylvie, « Introduction » (p. 39-48) in Chapelain, Brigitte ; Ducas, Sylvie (dir.), *Prescription culturelle : avatars et médiamorphoses*, Villeurbanne : Presses de l'Enssib.

Cour des comptes, « Tome II – Radio France », *Rapport public annuel 2019*, [En ligne], consulté le 12 juillet 2024, <https://www.ccomptes.fr/sites/default/files/2023-10/05-Radio-France-Tome-2.pdf>

Derèze, Gérard (2019), *Méthodes empiriques de recherche en information et communication*, Bruxelles : De Boeck supérieur.

Eco, Umberto (1965), « La musique et la machine », *Communications*, n°6, p. 10-19.

Flichy, Patrice (2003), *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales. Vers une nouvelle théorie de l'innovation*. Paris : La Découverte.

Gayraud, Agnès ; Heuguet, Guillaume ; Gomez-Mejia, Gustavo (2015), « Théorie critique et musiques enregistrées », *Communication & langages*, vol. 184, n°2, p. 25-39.

Glevarec, Hervé (2016), « La musique » (p.94-98), in Antoine, Frédéric (dir.), *Analyser la radio: méthodes et mises en pratique*, Louvain-la Neuve, Belgique : De Boeck supérieur.

Glevarec, Hervé (2014), « Le propre de la radio. Fonctions radiophoniques et nouveau statut de la radio dans l'environnement numérique », *Le Temps des médias*, vol. 22, no. 1, p. 123-133.

Granjon, Fabien ; Clément Combes (2007), « La numérimorphose des pratiques de consommation musicale. Le cas de jeunes amateurs », *Réseaux*, vol. 145-146, no. 6-7, p. 291-334.

Hadopi (2020), *Les pratiques d'écoute de musique en ligne*, [En ligne], consulté le 26 juin 2024, <https://www.hadopi.fr/ressources/etudes/les-pratiques-decoute-de-musique-en-ligne>

Le Guern, Philippe (2020), « L'expérience de la musique en régime numérique : continuité ou disruption ? », *tic&société*, vol. 14, n° 1-2, p. 247-272.



Le Guern, Philippe (2018), « Le virage numérique, un tournant pour l'étude des musiques populaires? », *Transposition*, Hors-série 1, [En ligne], consulté le 24 juin 2024, <http://journals.openedition.org/transposition/1701>

Maisonneuve, Sophie (2012), « Techno-logies musicales », *Communications*, vol. 91, n° 2, p. 77-92.

Méadel, Cécile (2006), *Publics et mesures, une sociologie de la radio*, [En ligne], consulté le 26 juin 2024, <https://shs.hal.science/halshs-00081678>

Ministère de la Culture et de la Communication (2022), « Médias et industries culturelles. » in *Chiffres clés, statistiques de la culture et de la communication 2022* (p. 234-304), Paris : Ministère de la Culture - DEPS.

Oustinoff, Michaël (2018), « Aux origines de la prescription : retour vers le futur ? » (p.39-48), in Chapelain, Brigitte ; Ducas, Sylvie (dir.), *Prescription culturelle : avatars et médiamorphoses*, Villeurbanne : Presses de l'Enssib.

Rieffel, Rémy (2014), *Révolution numérique, révolution culturelle ?* Paris : Gallimard.

Trenque, Julie (2018), « Radio et prescription littéraire : Une réécriture du mythe du bouche-à-oreille ? » (p. 189-206), in Chapelain, Brigitte ; Ducas, Sylvie (dir.), *Prescription culturelle : avatars et médiamorphoses*, Villeurbanne : Presses de l'Enssib.



# Le questionnement éthique des internautes face à l'intelligence artificielle. Le cas ChatGpt sur X

Article inédit, mis en ligne le 23 novembre 2024.

## Karen Nuvoli

*Maîtresse de conférences en Sciences de l'information et de la communication, Université de Lorraine, laboratoire CREM (Centre de recherche sur les médiations)*  
[karen.nuvoli@univ-lorraine.fr](mailto:karen.nuvoli@univ-lorraine.fr)

## Plan de l'article

Introduction  
IA et éthique  
Recueillir et analyser des tweets  
Le questionnement éthique des internautes face à ChatGPT  
Conclusion  
Notes  
Références bibliographiques

## RÉSUMÉ

De nombreux modèles génératifs d'intelligence artificielle ont récemment vu le jour, tels que l'agent conversationnel ChatGPT. Face aux bouleversements qu'annonce l'arrivée de tels outils, cet article examine la manière dont le questionnement et sa mise en œuvre sont tributaires de contextes situés, qui sont culturellement et socialement diversifiés. Cet article propose donc d'analyser et de comparer les principales stratégies discursives des usagers, afin de mieux comprendre les notions abordées par ces derniers ainsi que les préoccupations éthiques associées. Pour cela, nous proposons d'étudier deux corpus constitués à partir de tweets français et italiens.

## Mots clés

Intelligence artificielle, éthique, ChatGPT, discours, techniques, X.

## THE ETHICAL QUESTIONING OF INTERNET USERS REGARDING ARTIFICIAL INTELLIGENCE. THE CHATGPT CASE ON X

## Abstract

Many generative AI models have emerged during the last months. One of them is ChatGPT, a conversational agent which can answer an infinite number of questions. In light of the disruptions heralded by the arrival of such tools, this article examines how ethical questioning manifests in the practices of internet users on X. This inquiry and

its implementation are contingent on situated contexts, which are culturally and socially diversified. The purpose of this study is to analyze and compare the main discursive strategies taken by the users, to better understand the concepts and the related concerns. To this end, we propose to examine two corpora consisting of French and Italian tweets.

## Keywords

Artificial intelligence, Ethics, ChatGPT, discourse, technique, X

## EL CUESTIONAMIENTO ÉTICO DE LOS INTERNAUTAS ANTE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL. EL CASO DE CHATGPT EN X

### Resumen

En los últimos meses han surgido varios modelos de inteligencia artificial generativa, como el agente conversacional ChatGPT. Frente a las transformaciones que anuncia la llegada de tales herramientas, este artículo examina cómo se manifiestan las cuestiones éticas en las prácticas de los usuarios de internet en X. Este cuestionamiento y su implementación dependen de contextos situados, que son cultural y socialmente diversificados. Por ello, este artículo propone analizar y comparar las principales estrategias discursivas utilizadas por los usuarios, con el fin de comprender mejor los conceptos abordados y las preocupaciones éticas asociadas. Para ello, proponemos estudiar dos corpus formados por tweets en francés e italiano.

### Palabras clave

Inteligencia artificial, ética, ChatGPT, discurso, técnico, X.

## INTRODUCTION

« Nous pouvons espérer que les machines pourront égaler les hommes dans tous les domaines purement intellectuels ». C'est ainsi que le grand logicien Alan Turing (1912-1954) conclut un célèbre article publié en 1950 intitulé « *Computing Machinery and Intelligence* ». Dans cet article qui prend pour point de départ la question suivante : « Les machines peuvent-elles penser ? », il précise que les candidates auxquelles il songe sont à l'image des ordinateurs qui venaient tout juste d'être inventés, en grande partie à partir d'idées qu'il avait lui-même élaborées. Les ingrédients du rêve de l'intelligence artificielle, une expression qui n'avait pas encore été inventée, étaient alors réunis : la pensée, l'intelligence et l'ordinateur (Andler, 2023).

L'intelligence artificielle (IA), est définie comme la capacité des machines à effectuer des tâches qui nécessitent normalement une intelligence humaine, telles que la reconnaissance visuelle ou la compréhension du langage naturel. Son champ d'application s'est considérablement élargi au cours des dernières décennies. La prolifération de l'IA dans la société soulève cependant des questions complexes qui concernent essentiellement la sécurité, la vie privée, l'éthique, ou encore les conséquences socio-économiques. Bien que cette technique soit prometteuse, les nombreuses recherches consacrées à ce domaine (Tsamados *et. al.*, 2021 ; Bruneault, Sabourin Laflamme, 2021) soulignent différents enjeux éthiques tels que les risques de biais, la discrimination algorithmique ou encore l'utilisation non autorisée des données personnelles.

Quand on aborde la question éthique, il est important de rappeler les trois positionnements avancés par le groupe d'études et de recherche sur l'éthique et le numérique en information-communication (GER GENIC), abordant les spécificités liées au numérique (Domenget *et alii.*, 2022) :

L'éthique sous le prisme info-communicationnel : l'éthique numérique doit interroger les changements sociotechniques qui accompagnent les usages des dispositifs d'information-communication, lesquels s'inscrivent dans un ensemble plus large de pratiques sociales.

L'éthique comme pratique située : « l'éthique n'est ni de nature juridique, ni une expertise, mais une forme de questionnement sur des situations problématiques concrètes qui s'exprime dans l'action. Selon l'approche de l'éthique située, l'éthique est avant tout un questionnement, une préoccupation, un souci de vigilance qui s'exerce en référence à un système de valeurs, comme la justice sociale, la responsabilité, la compensation de vulnérabilités individuelles, etc. (Zacklad et Rouvroy, 2022) » (Domenget, Roelens, 2024, p. 3).

L'éthique dans sa dimension internationale : « l'éthique doit être abordé sous une focale internationale, ce qui rappelle la nécessaire prise en compte des contextes. En effet, bien que l'éthique repose sur des principes universels, sa mise en œuvre dépend de contextes situés et localisés, culturellement et socialement divers (AoIR, 2019) » (Domenget, Roelens, 2024, p. 3).

Ainsi, l'éthique, bien qu'elle soit souvent perçue comme un principe universel, se révèle profondément influencée par les contextes culturels, sociaux et géographiques dans lesquels elle est appliquée.

Dans ce contexte, cet article propose de s'intéresser au questionnement éthique des internautes autour des IA génératives, en se concentrant sur les modèles les plus récents tels que ChatGPT. L'objectif n'est pas tant d'aborder les questionnements éthiques dans leur ensemble, mais plutôt d'explorer - en partant d'un terrain de recherche défini - le questionnement éthique des internautes en s'appuyant ici sur une analyse comparative entre la France et l'Italie, en tenant compte de la diversité des perspectives et des enjeux locaux.

Dans ce contexte, la décision d'entreprendre une analyse comparative<sup>1</sup> entre l'Italie et la France découle de l'évaluation des particularités et des traits communs aux deux pays, qui se prêtent valablement à une étude de ce type. Les deux pays sont caractérisés par des avancées techniques similaires et une adoption stricte du Règlement européen sur la protection des données. Ils manifestent tous deux également une attention particulière à l'égard de ChatGPT bien que depuis le 31 mars 2023, l'Autorité de régulation italienne<sup>2</sup> ait opté pour la suspension temporaire du robot conversationnel dans le pays pour non-respect du RGPD européen. En France, la CNIL a, de son côté, préféré encadrer plutôt qu'interdire, en proposant un plan d'action<sup>3</sup> pour appréhender le fonctionnement des systèmes d'IA et leurs importances sur les personnes.

Nous avons donc constitué deux corpus, le premier faisant référence à des tweets français et le second à des tweets italiens. Les limites méthodologiques liées à l'usage des données issues de X<sup>4</sup> sont multiples. Parmi celles-ci, citons la non-représentativité des profils sociaux

...

1. Pour d'autres analyses comparatives France/Italie voir : Volpe, V., Zaza, O. (2024) ; Garzonio, E., Nuvoli, K. (2022).

2. Provvedimento del 30 marzo 2023 [9870832] : <https://www.garanteprivacy.it/web/guest/home/docweb/-/docweb-display/docweb/9870832>

3. Intelligence artificielle : le plan d'action de la CNIL : <https://www.cnil.fr/fr/intelligence-artificielle-le-plan-daction-de-la-cnil>

4. Depuis 2023 et son rachat par Elon Musk, le réseau social Twitter a été rebaptisé X.

qui s'expriment sur les réseaux et sur les médias numériques. Dans le cas de notre étude, X n'est considéré ni comme un échantillon représentatif de la population ni comme un espace prédictif des opinions de la population. Les travaux de Julien Boyadjian (2016) sur les publics qui y publient des messages à caractère politique rendent compte de l'existence d'une « très forte sélection sociale » qui se matérialise par une surreprésentation de publics jeunes « issus pour la plupart de milieux sociaux relativement aisés, masculins, diplômés, cadres et politisés » (p.114). Cette absence de représentativité peut devenir un atout pour des recherches ciblées sur certains aspects. Dans notre étude, les discussions sur X reflèteraient « *avant tout les préoccupations et thématiques mises à l'agenda par les grands médias (Neuman et al., 2014) mais sont aussi l'expression des citoyens lorsqu'ils commentent et partagent l'actualité* (Mercier, 2021, p.52) ».

## IA ET ÉTHIQUE

Le développement de l'intelligence artificielle, tributaire de l'avancement du numérique et des techniques de l'information et de la communication (TIC), occupe aujourd'hui une place importante dans le débat public. Ces dernières années, l'IA a régulièrement fait la une des médias, en particulier depuis le lancement de ChatGPT fin 2022.

« *Si les termes d'IA et d'algorithme dominent aujourd'hui le débat, ils restent cependant très imprécis tant ils recouvrent des ensembles de dispositifs plus ou moins définis et complexes (robotique, algorithme, dialogue naturel, machine learning, apprentissage profond, système autonome, etc.)* » (Crepel, Cardon, 2022, p. 133).

Définir l'IA n'est donc pas chose simple. En effet, elle se présente comme une boîte opaque et comme un domaine complexe « fondé autour d'un objectif ambitieux : comprendre comment fonctionne la cognition humaine et la reproduire » (Villani, 2018, p. 9). Pour Julien Nocetti, chercheur à l'Institut français des relations internationales (IFRI), spécialisé dans la gouvernance du web : « L'IA consiste avant tout en des applications concrètes – reconnaissance faciale, traitement automatisé du langage, vision par ordinateur, voiture autonome, etc. » (Nocetti, 2019, p. 10). Il s'agit donc de méthodes qui donneront la possibilité aux ordinateurs de se comporter « intelligemment ». Aujourd'hui, un consensus semble émerger sur le fait qu'un système d'IA repose sur une machine qui a la possibilité, pour un ensemble donné d'objectifs définis par l'homme, d'émettre des prédictions ou des recommandations influençant des environnements réels ou virtuels (Meneceur, 2022). L'IA désigne donc tout d'abord « un objet qu'on cherche à créer : un système doté d'une certaine propriété, mais l'expression désigne aussi une discipline, qui se donne pour but de concevoir, c'est-à-dire de caractériser et de construire, cet objet » (Ander, 2023, p. 22). Le terme est apparu pour la première fois dans les années 1950, après la publication de l'article d'Alan Mathison Turing intitulé « *Computer machinery and intelligence* » (Turing, 1950). Cet article est considéré comme le premier ouvrage évoquant l'IA. Le « Test de Turing », ou *Imitation Game*, qui y est décrit, avait pour objectif de démontrer la capacité cognitive d'une machine.

Selon plusieurs auteurs (Ander, 2023 ; Ménessier, 2022 ; Villani, 2018), la naissance de l'IA est souvent associée à une conférence organisée à Dartmouth en 1956, qui réunissait une vingtaine de chercheurs en cybernétique. Parmi eux, John McCarthy travaillait à la meilleure manière de doter les ordinateurs de comportements intelligents, et Marvin Minsky, avait conçu une machine neuronale imitant le cerveau d'un rat. C'est lors de ce colloque qu'a été présenté le programme informatique *Logic Theorist*, démontrant qu'une machine avait la possibilité de résoudre un problème non chiffré en développant un raisonnement humain. A ce sujet, le projet de recherche des « pères » de l'IA stipule leur



hypothèse selon laquelle « *chaque aspect de l'apprentissage ou n'importe quelles caractéristiques de l'intelligence peuvent, en principe, être décrites de manière suffisamment précise afin qu'une machine puisse être construite pour la simuler* » (McCarthy *et al.* 1955, p. 1). Les différentes définitions de l'IA de cette époque laissent entendre que l'on fabriquerait une nouvelle intelligence concurrente de l'intelligence humaine. Depuis la conférence de Dartmouth, « *l'intelligence artificielle s'est développée, au gré des périodes d'enthousiasme et de désillusion qui se sont succédées, repoussant toujours un peu plus les limites de ce qu'on croyait pouvoir n'être fait que par des humains* » (Villani, 2018, p. 9).

Les évolutions techniques des années 1990, notamment dans le domaine informatique, ainsi que l'amélioration des capacités de calcul des ordinateurs permettant de développer le *deep learning*, ou « apprentissage profond » – à différencier du *machine learning*, « apprentissage machine » qui s'appuie sur une quantité bien plus réduite de données –, entraînent un renouveau dans la recherche et font de l'IA un domaine de compétence et de recherche à part entière.

Ces dernières années, les progrès considérables dans les techniques de *deep learning* ont favorisé l'émergence de modèles capables de générer, à partir d'instructions simples, des contenus de manière autonome, avec un niveau de qualité et de complexité sans précédent. On parle alors d'IA générative, c'est-à-dire une IA entraînée sur des données massives et générant de nouveaux contenus (texte, image, audio, vidéo) à partir d'une information d'entrée (appelée « *prompt* ») saisie par l'utilisateur (Gozalo-Brizuela, Garrido-Merchan, 2023).

Pour entraîner les modèles d'IA génératives, les architectures antagonistes génératifs (GANs) et les *transformers*, tels que GPT et BERT<sup>5</sup>, apparaissent comme les architectures les plus utilisées. Celles-ci décomposent les textes par des algorithmes en *tokens* (suite de caractères), en utilisant le mécanisme d'auto-attention permettant d'établir des relations entre les mots et de déterminer le sens d'un mot en fonction du contexte (Vaswani *et alii*, 2017). Parmi ces modèles massifs de langage, en anglais *large language models* (LLM), nous trouvons celui qui génère à l'heure actuelle le plus de débats au sein du public, à savoir ChatGPT (à sa quatrième version début 2024). Lancé officiellement le 30 novembre 2022 par Open AI, ChatGPT est un modèle de langage capable de produire du contenu écrit. Le terme « ChatGPT » est la contraction entre le mot « chat » pour conversation et GPT pour « *Generative Pre-trained Transformer* » (transformateur génératif pré-entraîné). Il s'agit d'un modèle de traitement de langage naturel de grande taille (LLM : *large language Model*), reposant sur des réseaux de neurones. Ces modèles sont pré-entraînés sur de vastes ensembles de données textuelles afin de permettre à ChatGPT de produire du langage et de réaliser des tâches.

Ce système conversationnel a suscité à la fois un grand enthousiasme et des controverses significatives, notamment sur ses aspects éthiques, amplifiés par une médiatisation spectaculaire : deux mois après son lancement, ChatGPT dépassait les 100 millions de comptes enregistrés, faisant de cet outil l'application ayant connu la croissance la plus rapide à ce jour dans le monde (Hu, 2023).

L'éthique, en particulier en philosophie, est souvent définie comme « l'ensemble des principes et valeurs guidant des comportements sociaux et professionnels, et inspirant des règles déontologiques » (Farjat, 2004, p. 157). En matière d'IA, l'éthique interroge donc l'ensemble de la chaîne de conception, création, réalisation, utilisation et régulation d'outils techniques. Les publications académiques dans le domaine sont nombreuses :

...

5. BERT (Bidirectional Encoder Representations from Transformers) est un modèle de traitement de langage naturel de type Transformers conçu par Google.

« Des recherches tentent de proposer des modes de programmation qui assurent que les IA soient «éthiques par leur conception» (*ethical by design*). Des premiers résultats, prometteurs, visent à assurer des qualités telles que l'exécution correcte des algorithmes, la confidentialité des données, l'identification et l'élimination de biais dans les données... Mais les outils de formalisation nécessaires à la traduction de concepts éthiques de haut niveau contraignant le code semblent encore inaccessibles » (Linden, 2020, p. 24).

Outre les publications académiques, un grand nombre de déclarations et chartes présentant des principes éthiques, des recommandations ou des lignes directrices a été publié au cours des dernières années. En avril 2019, le groupe d'experts de haut niveau en IA (HLEG AI) nommé par la Commission européenne avait publié ses règles éthiques pour une IA de confiance. Leur rapport final indique quatre principes éthiques pour le développement et le déploiement de l'IA : le respect de l'autonomie humaine ; la prévention de toute atteinte ; l'équité (*fairness*) et l'explicabilité. Plus récemment, en 2020, l'Académie Pontificale pour la Vie, Microsoft, IBM, la FAO et le gouvernement italien, ont signé l'« Appel pour une éthique de l'IA », un texte visant à promouvoir une approche éthique de l'IA, c'est-à-dire l'adoption d'une intelligence artificielle centrée sur l'homme et digne de confiance. Dans le document « *les promoteurs de l'appel expriment leur désir de travailler ensemble, pour promouvoir une «algor-éthique», à savoir l'utilisation éthique de l'IA telle que définie par les principes suivants : transparence ; inclusion ; responsabilité ; impartialité ; fiabilité ; sécurité et respect de la vie privée* » (Appel de Rome pour une éthique de l'IA, 2020, p. 111). On remarque le caractère hétérogène de la liste fournie, « *hétérogénéité qui repose sur le mélange entre des critères purement techniques validant un usage fiable de la technologie basée sur la robustesse de cette dernière, et des critères plutôt éthiques basés sur les valeurs de la démocratie (telle que la non-discrimination)* » (Ménessier, 2022, p. 82).

Bien que principe universel, la compréhension de l'éthique et sa mise en œuvre sont tributaires de contextes situés et localisés, qui sont également culturellement et socialement divers (Franzke *et al.*, 2020). Contrairement à certains points de vue, l'éthique ne se réduit pas à une conception prédéterminée ou à un comportement prédéfini qu'il faut adopter. Elle se présente plutôt comme « *une réflexion sur nos pratiques individuelles et sociales et sur les valeurs qu'elles actualisent, menant à leur évaluation à travers l'exercice d'un jugement pratique et à des actions conséquentes* » (Lacroix *et alii*, 2017, p. 37-46). Comme le souligne Boudreau (2019), il est question d'« IA éthique » associée à une démarche, une réflexion, un principe, une valeur, etc. Cela signifie que les problèmes éthiques sont pensés et traités de manière concrète et contextualisée.

## RECUEILLIR ET ANALYSER DES TWEETS

Concernant la phase de collecte des données<sup>6</sup> et de construction du corpus, nous avons choisi d'utiliser Twitter Archiver, une extension de X qui permet d'extraire et de sauvegarder les tweets sur des feuilles de calcul Google *via* des requêtes de recherche, notamment la recherche par hashtags, par géotags ou par mots-clés. La constitution des deux corpus repose sur la définition de mots clés (#ChatGPT #etica #ethique) faisant référence à notre problématique.

...

6. Twitter fournit des API pour la collecte des tweets. Ces APIs ont de nombreuses limites sur la taille, la durée et le type de corpus qui peut être collecté. Cependant, comme ils sont disponibles ils ont attiré l'attention de nombre de chercheurs. Pour en saisir le paysage, son étendu, ses évolutions et ses limites, voir : (Boyadjian 2014 ; Severo, Lamarche-Perrin, 2018 ; Longhi, 2020).

Les données sont constituées initialement de 33 195 tweets pour le corpus français et 9 517 pour le corpus italien collectés<sup>7</sup> entre le 8 décembre 2022 et le 8 avril 2023 : cette période englobe à la fois le lancement de l'application en Europe et la mise en place d'actions d'interdiction dans différents pays, dont l'Italie le 1 avril 2023. Ils ont ensuite été testés dans une pré-captation (non intégrée dans notre corpus) pour vérifier qu'ils étaient bien en référence avec le sujet. Notons que le corpus italien est bien plus petit en nombre de tweets collectés, ce qui s'explique en partie par un nombre d'utilisateurs X environ deux fois plus faible qu'en France<sup>8</sup>. Le processus de collecte de données a permis de relever des mots-dièse (#) utilisés pour structurer les préoccupations liées aux questionnements éthiques de ChatGPT (ex : #biais, #plagiat, #privacy etc.). Ces derniers ont été définis par l'étude des échanges observés sur X pendant les premiers débats relatifs à la mise à disposition de ChatGPT en libre accès pour les citoyens en France et en Italie. Après suppression des doubles tweets et ceux exploitant les trends hashtags pour promouvoir un contenu de nature différente, nous avons obtenu deux corpus à partir des mots clés précédemment cités. Les deux corpus ont été analysés avec la méthode Reinert (Reinert, 1997) implémentée dans le logiciel libre IRaMuTeQ :

« Cette méthode permet de déterminer les différentes thématiques qui structurent un corpus textuel. Elle repose sur une classification hiérarchique descendante qui peut être décrite comme une succession de bipartitions reposant sur une analyse factorielle des correspondances » (Ratinaud, Smyrnaiois, et alii., 2019, p.190).

Cette méthode donne la possibilité de constituer des « classes terminales, décrites à partir du lexique qui les caractérise. Ce lexique est constitué des mots qui sont significativement surreprésentés dans la classe si on la compare à l'ensemble des autres classes (sur la base d'un Chi<sup>2</sup>). Les « mondes lexicaux » (Reinert, 1997) qui se dégagent présentent alors les différentes thématiques abordées dans le corpus » (Ratinaud, Smyrnaiois, et alii 2019, p.190).

## LE QUESTIONNEMENT ÉTHIQUE DES INTERNAUTES FACE À CHATGPT

Les premières observations concernent la structuration des deux corpus. En analysant les deux corpus, nous avons isolé une série d'arguments que nous avons réunis en deux macro-catégories (données personnelles et biais ; données personnelles et *privacy*), chacune ayant des caractéristiques syntaxiques et discursives propres.

### Données personnelles et biais

Pour le corpus français, nous avons identifié quatre clusters principaux (Figure 1) ; au-delà, les clusters devenant répétitifs et trop hétérogènes. D'un point de vue hiérarchique, le premier cluster qui se dégage est le 4, suivi du cluster 3, puis de deux classes jumelles constituées des clusters 1 et 2.

Le cluster 3 (31,3%) est le plus important en termes de volume, il porte sur la thématique des données. Les mots clés associés à ce cluster comprennent les termes « donnée » (chi<sup>2</sup> 143,46), « partager » (36,13), « entraînement » (33,34) et « confidentiel » (28,84). Les tweets analysés à l'intérieur de ce cluster concernaient essentiellement le traitement des données personnelles en l'absence du consentement préalable des personnes concernées et la collecte des données dans le but d'entraîner les IA. En effet, certaines IA reposent

...

7. La collecte automatique des données à travers les API de X était possible jusqu'au 30 mars 2023. Pour les données du 31 mars 2023 au 8 avril, nous avons utilisé la collecte manuelle à travers la fonction recherche avancée disponible sur X.

8. Statistiques publiés par X, dans son 1er « Rapport de transparence », voir : DSA Transparency Report - April 2024 - <https://transparency.x.com/dsa-transparency-report.html#/>

sur l'utilisation d'une quantité considérable de données pour former et améliorer les algorithmes. Cette dépendance accrue envers les données a transformé celles-ci en des ressources de grande valeur, suscitant un intérêt marqué de la part de divers acteurs, qu'ils soient publics ou privés. Cela a engendré une série de défis éthiques étroitement liés à la nature fondamentale de ces données, ainsi qu'aux modalités de leur collecte, de stockage et d'utilisation.

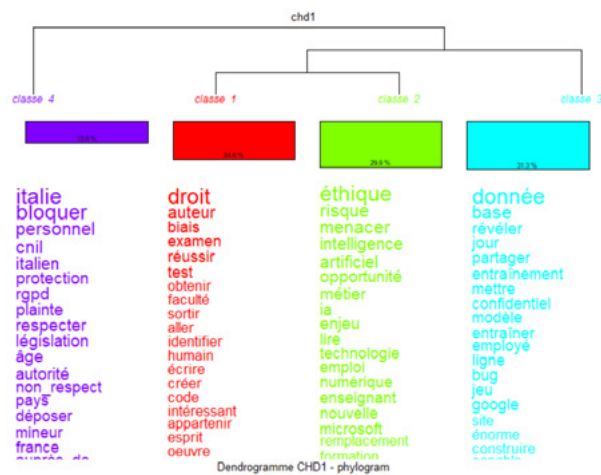


Figure 1. Classification par dendrogramme du corpus français par Iramuteq

Le deuxième cluster le plus important en volume est le cluster 2 (29,9%), il fait directement référence aux risques liées à l'utilisation de l'IA. Les mots clés associés à ce cluster comprennent les termes « éthique » (chi2 169,27), « risque » (81,81), et « menacer » (80,67). Ce cluster renvoie plus précisément aux chatbots utilisés dans le domaine professionnel. En effet, d'autres items notables, tels que « métier » (chi2 52,95), « emploi » (23,95) et « enseignant » (22,2), font également écho à l'inquiétude que les IA puissent un jour remplacer l'humain dans le domaine scolaire. Ce deuxième cluster est lié au cluster 1 (24,8%) qui se distingue néanmoins par l'emploi d'un vocabulaire évoquant les risques liés aux biais et au plagiat. En effet, ce cluster contient des termes tels que « droit » (chi2 289,51), « auteur » (110,21), et « biais » (52,51). D'autres items tels que « écrire » (20,22), « chercheur » (16,47) et « étudiant » (13,91) rappellent également le cluster 2 et les inquiétudes liées à l'usage de certaines IA en contexte scolaire. Ces items font également écho à l'inquiétude de ne plus pouvoir distinguer les écrits réalisés par ChatGPT de ceux réalisés par un humain. Certes, avec l'avènement de cet outil, le plagiat a pris une forme nouvelle. Des systèmes automatisés peuvent désormais générer du contenu à la place de véritables auteurs, mettant en question la notion même de plagiat. Dans ce sens, un nouveau mot vient d'être créé, *algjarism* ou *AI-assisted plagiarism*, pour définir le plagiat par chatbot. Ainsi, certains acteurs éducatifs ont déjà interdit à leurs élèves le recours à ChatGPT<sup>9</sup>.

Enfin, le quatrième cluster (13,9 %) qui est le plus isolé renvoie à la situation italienne et plus précisément à la décision du gouvernement italien de bloquer l'usage de ChatGPT sur le territoire. Les mots clés correspondant respectivement aux deux valeurs maximales d'association au sein de ce cluster sont « Italie » (chi2 547,95), et « bloquer » (441,83). De fait, le 31 mars 2023, l'autorité de protection des données italienne (*Garante per la*

...

9. ChatGPT va-t-il faire les devoirs de nos enfants ? - <https://numeriqueethique.fr/ressources/articles/chat-gpt-devoirs-enfants>

*protezione dei dati personali*) a suspendu l'utilisation de ChatGPT en Italie, et cela jusqu'à ce que l'outil soit conforme à la réglementation en matière de protection de la vie privée. Les items « RGPD »<sup>10</sup> (chi2 159,5), « plainte » (154,82), « respecter » (148,06) et « européen » (75,03) suggèrent que ce cluster évoque non seulement les dispositions prises par le gouvernement italien mais également par l'Europe de manière plus générale. D'autres items notables, tels que « CNIL » (chi2 285,4), et « France » (84,59) font également écho aux thèmes de l'autorité et des décisions relatives aux grands principes qui devraient être appliqués à l'IA en France.

## Données personnelles et privacy

La procédure de clustering du corpus italien a également conduit à l'identification de quatre clusters (Figure 2) regroupés en deux classes jumelles constituées respectivement des clusters 2 et 4 et des clusters 1 et 3.

Le cluster 1 est le plus important en termes de volume (40,4%). Il identifie une zone sémantique dont les mots-clés sont « privacy » (chi2 194,99), « Italia » (185,83), et « garante privacy » (125,51). L'item « garante privacy », autrement dit le garant de la protection des données personnelles, souligne une attention particulière à l'éthique. Rappelons à nouveau que « *d'importants enjeux éthiques liés au développement de l'IA ont trait à la gouvernance des données* » (Martineau, 2023, p. 61), ainsi qu'à la façon dont elles sont collectées, utilisées et partagées. En complément, les items « bloccare » (chi2 108,94), « blocco » (37,82) et « chiudere » (37,61) font référence à la décision de suspendre l'utilisation de ChatGPT.

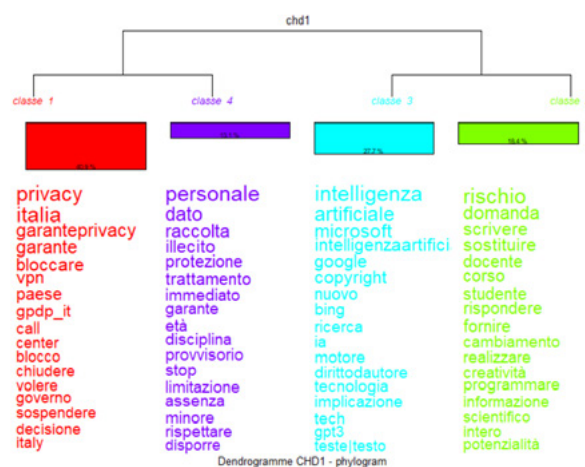


Figure 2. Classification par dendrogramme du corpus italien par Iramuteq

Le deuxième cluster le plus important en taille est le cluster 3 (27,7%) faisant référence au champ lexical des nouvelles techniques et des moteurs de recherche - thème qui semble plus négligé dans le corpus français. Les items les plus caractéristiques sont : « Microsoft » (chi2 86,57), suivi de « Google » (74,69), et « Bing » (53,11), tous faisant référence à la technologie et l'innovation.

Le cluster 2 (18,4%) identifie un monde lexical qui fait référence aux usages spécifiques de ChatGPT en contexte scolaire et au possible risque que cet outil puisse remplacer les enseignants. En particulier, les items tels que « rischio » (chi2 62,3), « scrivere » (37,7),

...

10. Le Règlement général sur la protection des données (RGPD) entré en vigueur dans l'Union européenne (UE) en 2018, est un texte réglementaire qui encadre le traitement des données de manière égalitaire sur tout le territoire de l'Union européenne.



« sostituire » (36,79) et « docente » (35,68) rappellent cette thématique. Ce cluster est similaire, tant par sa taille que par son objet au cluster 1 français qui faisait également mention des risques liées à l'usage de certaines IA en contexte scolaire, notamment celles spécialisées dans le traitement de texte.

Le cluster 4 (13,1%) correspond au champ lexical de la protection des données personnelles. En particulier, les items tels que « dato » ( $\chi^2$  526,79), « raccolta » (444,99) et « trattamento » (243,61) rappellent cette thématique. Les tweets analysés à l'intérieur de ce cluster concernaient essentiellement le traitement de données personnelles en l'absence de consentement préalable des personnes concernées ou encore l'absence de vérification de l'âge des utilisateurs.

Au terme de cette analyse et contrairement au corpus français, nous identifions ici deux macro-dimensions argumentatives bien distinctes :

- Une première dimension éthique concerne les aspects liés à la protection des données personnelles (cluster 1 et 4)
- Une seconde dimension concerne les usages des IA, notamment en contexte scolaire (cluster 2 et 3)

En définitive, le corpus italien montre donc davantage les enjeux et risques en matière de données personnelles que les risques de discrimination algorithmique, de plagiat ou de biais retrouvés dans le corpus français. Il s'agit ici d'un élément de différenciation, qui suggère que malgré la présence d'un certain questionnement éthique dans les deux pays étudiés, ceux-ci se focalisent sur des problèmes très différents. Les imaginaires et les enjeux éthiques sont donc propres à chaque contexte et varient selon la culture et les pays.

## CONCLUSION

Nous avons exploré les questionnements éthiques liés à ChatGPT. Notre objectif n'était pas de définir ce qu'est l'éthique de l'IA en général, ni de juger le caractère éthique ou non de certains systèmes d'IA. Nous avons voulu analyser les diverses manières, souvent variées, d'appréhender le questionnement éthique. Notre objectif était de mettre en évidence que la façon dont les internautes répondent aux questions d'éthique est conditionnée par le contexte, notamment politique, culturel ou social.

Bien que nous ne puissions guère interpréter les *hashtags* comme des identifiants directs des sujets ou des thématiques, l'analyse démontre une importante diversité du côté de la production de messages. Comme le souligne Longhi (2020), l'analyse thématique « *permet de voir dans quelles configurations les mots sont utilisés, et ainsi percevoir leur orientation discursive, en les rattachant aux discours dans lesquels ils s'intègrent* » (p.20).

Notre analyse confirme que l'éthique est « *étroitement imbriquée dans le monde social. Elle entre en relation avec les groupes sociaux qui le composent, produisant une co-construction entre éthique et rapports sociaux* » (Marques, 2022 p.21). Le discours sur l'éthique de ChatGPT mobilise des répertoires ancrés tant sur le plan national (références à des normes et décisions propres à chaque pays) que sur le plan européen (référence à la législation européenne). Certains thèmes génèrent plus de réactions que d'autres et les questions dominantes sont sujettes à des réinterprétations propres au contexte national.

Un premier élément de diversification important entre les deux corpus étudiés dans cet article est représenté par le nombre de tweets collectées (33 195 tweets pour le corpus français et 9 517 pour le corpus italien). Cette grande différence entre les deux corpus s'explique en partie par le nombre d'utilisateur qui diffère dans les deux pays. Mais elle



démontre aussi qu'en Italie, les questions éthiques liées à ChatGPT ne représentent pas un sujet très débattu malgré la décision de l'autorité de protection des données italienne (la *Garante per la protezione dei dati personali*) d'en suspendre l'utilisation. Une attention qui semble bien plus présente pour les internautes français, qui d'ailleurs font référence à la situation italienne (voir cluster 4).

Un autre élément de diversification est représenté par les thèmes émergeant des deux principaux clusters : en France, nous constatons une attention particulière aux biais et aux plagiat. Le corpus italien, quant à lui, reflète davantage une attention aux questions liées à la protection des données personnelles. Sur le plan comparatif, il est également intéressant de souligner que si deux des trois clusters italiens renvoient directement à des controverses actuelles, notamment la violation de la réglementation en matière de données personnelles, le corpus français reflète plutôt une inquiétude générale et met prioritairement l'accent sur les conséquences à long terme du développement de l'IA, en soulignant notamment les enjeux et les risques associés à l'usage de ChatGPT en milieu scolaire.

L'IA, en particulier les outils comme ChatGPT, suscite des débats complexes et variés, orientés par les contextes nationaux. Alors que certains mettent en avant des préoccupations immédiates comme la protection des données, d'autres se concentrent sur les impacts à long terme, notamment dans des domaines sensibles comme l'éducation. Dans ce cadre, Marques (2022) met en garde contre une approche trop globalisée de l'éthique de l'IA, soulignant que « celle-ci devrait être appréhendée de manière à travailler avec les cultures, tout en s'interrogeant sur la façon dont localement, les standards peuvent être appliqués en accord avec les valeurs du pays » (p. 19).

Le défi aujourd'hui consiste donc à établir un équilibre entre la promotion du déploiement de ces innovations techniques, tout en veillant à ce qu'une réglementation adaptée soit mise en place pour encadrer leur utilisation, en prenant en compte les spécificités nationales et les enjeux éthiques internationaux.

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Andler, Daniel (2023), *Intelligence artificielle, intelligence humaine : la double énigme*, Paris : Gallimard (Collection « NRF Essais »).

Boydjjan, Julien (2016), *Analyser les opinions politiques sur internet. Enjeux théoriques et défis méthodologiques*, Paris : Dalloz.

Boudreau, Marie Claude (2019), *La compétence éthique en milieu de travail : Une perspective pragmatiste pour sa conceptualisation et son opérationnalisation*, thèse de doctorat en philosophie - Université de Sherbrooke.

Bruneault, Frederick ; Sabourin Laflamme, Andreane (2021), « Éthique de l'intelligence artificielle et ubiquité sociale des technologies de l'information et de la communication : comment penser les enjeux éthiques de l'IA dans nos sociétés de l'information ? » *TIC & Société*, vol.15, p. 159-189.

Crepel, Maxime ; Cardon, Dominique (2022), « Robots vs algorithmes. Prophétie et critique dans la représentation médiatique des controverses de l'IA », *Réseaux*, vol. 2, n°232-233, p. 129-167.

Domengot, Jean-Claude ; Wilhelm Carsten ; Arruabarrena, Béatrice ; Alloing Camille, (2022), « Introduction », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, [en ligne], consulté le 01 juin 2024, <http://journals.openedition.org/rfsic/13164>.

- Domenget, Jean-Claude ; Roelens, Camille (2024), « Éthique et numérique au XXIème siècle. Approches compréhensives, normatives et critiques. Regards interdisciplinaires », *Interfaces numériques*, vol. 13-1, p. 1-11.
- Farjat, Gérard (2004), *Pour un droit économique*, Paris : PUF (collection « Les voies du droit »).
- Franzke Shakti, Aline ; Bechmann, Anja ; Zimmer, Michael ; M. Ess, Charles, (2020), *Internet Research : Ethical Guidelines 3.0*, [en ligne], consulté le 07 juin 2024, <https://aoir.org/reports/ethics3.pdf>.
- Garzonio, Emma ; Nuvoli, Karen (2022), « Covid-19, la «dittatura sanitaria». Uno studio comparativo della narrazione antivaccinista in Italia e Francia », *Problemi dell'informazione, Rivista quadrimestrale*, n°3, p. 383-405.
- Gozalo-Brizuela, Roberto ; Garrido-Merchan, Eduardo C. (2023), *ChatGPT is not all you need. A State of the Art, Review of large Generative AI models* [en ligne], consulté le 25 juillet 2024, <https://arxiv.org/abs/2301.04655#>.
- Hu, Krystal (2023), *ChatGPT sets record for fastest-growing user base – analyst note*, [en ligne], consulté le 05 juin 2024, <https://www.reuters.com/technology/chatgpt-sets-record-fastest-growing-user-base-analyst-note-2023-02-01/>.
- Lacroix André ; Marchildon, Allison ; Bégin, Luc (2017), *Former à l'éthique en organisation, Québec*, Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Linden, Isabelle (2020), « Entre rêves et illusions...L'intelligence artificielle en question », *Revue d'éthique et de théologie morale*, vol. 307, n. 3, p. 11-27.
- Longhi, Julien (2020), « Explorer des corpus de tweets : du traitement informatique à l'analyse discursive complexe », *Corpus*, vol. 20 [en ligne], consulté le 20 juin 2024 <http://journals.openedition.org/corpus/4567>.
- Marques, Julie (2022), « L'Intelligence Artificielle, une approche intersectionnelle », *Interfaces numériques*, vol. 11, [en ligne], consulté le 20 juin 2024 <https://doi.org/10.25965/interfaces-numeriques.4796>
- Martineau, Joé T. (2023), « Transition numérique et intelligence artificielle : d'importants enjeux éthiques à surveiller », *Gestion*, vol. 48, p. 60-64.
- Meneceur, Yannick (2022), Analyse des principaux cadres supranationaux de régulation des applications de l'intelligence artificielle. Des éthiques de l'intelligence artificielle à la conformité ? In Mendoza-Caminade, Alexandra (dir.), *L'entreprise et l'intelligence artificielle - Les réponses du droit*, Toulouse : Presses de l'Université Toulouse Capitole.
- Ménissier, Thierry (2022), « Jusqu'où l'institution peut-elle être augmentée ? Pour une éthique publique de l'IA », *Quaderni*, [en ligne], consulté le 05 juin 2024, <http://journals.openedition.org/quaderni/2234>.
- Mercier, Arnaud (2021), « Les modalités de la colère citoyenne sur Twitter », *Quaderni* [en ligne], consulté le 05 juin 2024, <http://journals.openedition.org/quaderni/2134>.
- McCarthy, John ; Minsky, Marvin L. ; Rochester, Nathaniel ; Shannon, Claude E. (2006), «A Proposal for the Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence», *AI Magazine*, vol. 27, p. 12-14.
- Neuman, Russel W. ; Guggenheim, Lauren, *et al.* (2014), « The Dynamics of Public Attention: Agenda-Setting Theory meets Big Data », *Journal of Communication*, vol. 64, p. 193-214.
- Nocetti, Julien (2019), *Rapport Intelligence artificielle et politique internationale*, IFRI, [en ligne], consulté le 05 juin 2024, <https://www.ifri.org/fr/etudes/intelligence-artificielle-et-politique-internationale-les-impacts-dune-rupture-technologique>

Ratinaud, Pierre, *et al.* (2019), « Structuration des discours au sein de Twitter durant l'élection présidentielle française de 2017. Entre agenda politique et représentations sociales », *Réseaux*, vol. 2, n. 214-215, p. 171-208.

Reinert, Max (1997), *Les « mondes lexicaux » et leur « logique » à travers l'analyse statistique de divers corpus*, [en ligne], consulté le 10 juin 2024 <http://lexicometrica.univ-paris3.fr/jadt/jadt1998/reinert.htm>.

Severo, Marta ; Lamarche-Perrin Robin (2018), « L'analyse des opinions politiques sur Twitter. Défis et opportunités d'une approche multi-échelle », *Revue française de sociologie*, vol. 3, n. 59, p. 507-532.

Turing, Alan Mathison (1950), « Computing machinery and intelligence », *Mind*, vol. 59, p. 433-460.

Tsamados, Andreas ; Aggarwal, Nikita *et al.* (2021), « The ethics of algorithms : key problems and solutions », *Ethics, Governance, and Policies in Artificial Intelligence*, Springer International Publishing, p. 97-123.

Vaswani Ashish, *et al.* (2017), « Attention is all you need », *Advances in Neural Information Processing Systems 30 (NIPS 2017)*, [en ligne], consulté le 10 juin 2024, [https://papers.nips.cc/paper\\_files/paper/2017/hash/3f5ee243547dee91fbd053c1c4a845aa-Abstract.html](https://papers.nips.cc/paper_files/paper/2017/hash/3f5ee243547dee91fbd053c1c4a845aa-Abstract.html).

Villani, Cédric (2018), Donner un sens à l'intelligence artificielle. Pour une stratégie nationale et européenne, Mission parlementaire du 8 septembre 2017 au 8 mars 2018, [en ligne], consulté le 15 juin 2024, <https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/fr/rapport-de-cedric-villani-donner-un-sens-l-intelligence-artificielle-ia-49194>.

Volpe, Valeria ; Zaza, Ornella (2024), « Les arrangements de l'innovation numérique dans les territoires ruraux. Une comparaison France-Italie », *Espaces et sociétés*, vol. 191, p. 31-47.



# Réceptions et interprétations des documents communaux d'information sur les risques majeurs : le cas des inondations.

Article inédit mis en ligne le 2 décembre 2024.

## Sébastien Rouquette

*Professeur des universités en sciences de l'information et de la communication au laboratoire Communication et Sociétés, Sébastien Rouquette travaille sur les enjeux de médiatisation, de réception des messages et campagnes de communication (risques volcaniques, risques d'inondations, risques argileux, etc.). Université Clermont Auvergne, [sebastien.rouquette@uca.fr](mailto:sebastien.rouquette@uca.fr)*

## Fateh Chemerik

*Maître de conférences à l'Université Catholique de l'Ouest, membre des laboratoires GRESEC et CHUS. Ces recherches portent sur les stratégies des entreprises médiatiques, les pratiques journalistiques, la médiatisation et la perception des risques naturels.*  
[chemerik.fateh@yahoo.fr](mailto:chemerik.fateh@yahoo.fr)

## Plan de l'article

Introduction

L'importance croissante des campagnes d'information sur les risques d'inondation

Analyser la réception et l'appropriation des campagnes : choix méthodologiques

Les choix des villes ayant mis en place le DICRIM

L'oubli des inondations locales

Une ignorance des comportements à adopter en cas d'inondation

Les contradictions municipales face au risque d'inondation

Des choix communicationnels inadaptés

La place des municipalités : remises en cause et choix en tension

Conclusion

Références bibliographiques

## RÉSUMÉ

Avec le dérèglement climatique, la fréquence accrue des intempéries intenses, le risque d'inondation augmente. Or, les dégâts matériels et le nombre de victimes en cas d'inondation seront d'autant plus élevés que les habitants sont moins informés et préparés. En effet, la vulnérabilité concerne, non seulement, « la présence humaine exposée, biens et personnes » (d'Ercole et Pigeon, 1999, p. 340), mais aussi « la manière dont une société est organisée et organise un territoire » (Ibid, p.344). Cette vulnérabilité économique, sociale,

culturelle, institutionnelle (Thouret, 2002, p. 520) est accentuée par la méconnaissance des campagnes de prévention mises en œuvre.

Pour atténuer ces risques, la loi de 1987 relative à la gestion des risques majeurs impose aux communes dont une partie du territoire est répertoriée comme inondable d'informer les habitants, notamment au travers d'un document d'information communication sur les risques majeurs (Dicrim). Quel est le résultat des campagnes d'information dans les villes ayant mis en place les Dicrim ? Pour répondre à ces questions, une enquête a été menée auprès de 170 habitants (50 entretiens et 120 questionnaires) de trois communes concernées par un risque d'inondation. Les résultats montrent que, aux yeux des riverains interrogés, les documents communaux n'informent pas, de manière claire, sur les dangers que représente une montée soudaine des eaux. Les photographies et les couleurs choisies ne sont pas interprétées comme de véritables signaux visuels d'alerte. Les images des inondations diffusées, neutres, sans réelles conséquences, ne les inquiètent pas. Ainsi, la multiplicité des faiblesses communicationnelles des DICRIM interroge sur les difficultés institutionnelles et politiques des municipalités à mettre en place ces campagnes de prévention.

### **Mots clés**

Campagnes de prévention ; réceptions des campagnes publiques ; inondations ; communication des risques naturels.

## **RECEPTIONS AND INTERPRETATIONS OF MUNICIPAL INFORMATION DOCUMENTS ON MAJOR RISKS: THE CASE OF FLOODS.**

### **ABSTRACT**

With climate change and the increasing frequency of severe weather, the risk of flooding is constantly rising. To mitigate these risks, the 1987 law on the management of major risks requires municipalities, whose territory is classified as flood-prone, to inform residents, notably through an information and communication document on natural risks (Dicrim). What is the result of information campaigns in towns that have implemented a Dicrim? To answer the questions posed in this study, a survey was carried out among 170 residents (50 interviews and 120 questionnaires) of three towns at risk of flooding. The results showed that, in the eyes of the local residents questioned, communal documents do not communicate clearly and assertively about the dangers posed by a sudden rise in water levels. The photographs and colors chosen are not interpreted as genuine visual warning signals. The images of flooding broadcast, neutral and without real consequences, do not concern them. The multiplicity of communication weaknesses in DICRIMs raises questions about the institutional and political difficulties faced by municipalities in implementing these prevention campaigns.

### **Keywords**

Prevention campaigns; reception of public campaigns; flooding; natural hazard communication.



# RECEPCIONES E INTERPRETACIONES DE LOS DOCUMENTOS MUNICIPALES DE INFORMACIÓN SOBRE LOS RIESGOS MAYORES : EL CASO DE LAS INUNDACIONES.

## RESUMEN

El riesgo de inundaciones aumenta constantemente. Para mitigar estos riesgos, la ley de 1987 sobre la gestión de riesgos mayores obliga a las autoridades locales cuyas zonas están clasificadas como inundables a informar a los residentes, especialmente mediante un documento de información y comunicación sobre riesgos naturales (Dicrim). ¿Cuál es el resultado de las campañas de información en las ciudades que han implementado un Dicrim? Para responder a las preguntas planteadas en este estudio, se llevó a cabo una encuesta entre 170 residentes (50 entrevistas y 120 cuestionarios) de tres ciudades con riesgo de inundaciones. Los resultados muestran que, a los ojos de los residentes locales encuestados, los documentos municipales no comunican de manera clara y asertiva los peligros que implica una subida repentina del nivel del agua. Las fotografías y colores elegidos no se interpretaron como auténticas señales visuales de advertencia. Las imágenes neutras de inundaciones que se difunden, sin consecuencias reales, no les generan preocupación. Las múltiples deficiencias de comunicación en los DICRIM plantean interrogantes sobre las dificultades institucionales y políticas que enfrentan las autoridades locales para llevar a cabo estas campañas de prevención.

## Palabras clave

Campañas de prevención; recepción de campañas públicas; inundaciones; comunicación de riesgos naturales.

## INTRODUCTION

Avec le dérèglement climatique et la fréquence accrue des intempéries intenses (Chauveau, 2021), le risque d'inondation augmente. Les inondations en particulier sont parmi les risques aux conséquences les plus catastrophiques : « Le danger repose sur le fait d'être emporté par les eaux, noyé, mais aussi de se retrouver isolé de toute voie d'accès. Ainsi, l'inondation peut entraîner une coupure des voies d'accès, mais aussi des voies de communication et d'alimentation énergétique (internet, téléphone, électricité), ce qui empêche les services de secours d'opérer » (Verlynde, 2018, p. 65).

Dans ce contexte, les campagnes d'information sur les risques d'inondation prennent une importance croissante. Depuis une trentaine d'années, « si l'Etat reste un acteur majeur, il tend à transférer une partie de ses responsabilités aux acteurs locaux » (Becerra et Peltier, 2011, p. 7), en particulier aux municipalités. Or, la position des municipalités en matière de gestion et de communication du risque d'inondation est paradoxale. D'une part, si le risque d'inondation a fortement augmenté, c'est, en partie, en raison du choix de nombreuses municipalités d'autoriser des constructions dans des zones inondables. En effet, le nombre d'habitations en zones inondables a fortement augmenté depuis 1950 (Vié le Sage, 1989), en particulier par la construction de nombreux lotissements pavillonnaires entre les années 1970 et 2000, autorisés pour ne pas contrarier la croissance immobilière de municipalités soucieuses des développements démographiques et économiques de leur commune (Vinet, 2005, p. 7). Lors des inondations survenues dans le Nord-Pas-de-Calais en 2000, les zones inondées ont d'ailleurs correspondu aux nouveaux lotissements et zones d'activités, contrairement aux habitations de zones plus anciennes, davantage épargnées

(Clément et Jaurand, 2005). L'extension de nouvelles zones constructibles relève en effet de décisions – de négociations – locales, « fruit de compromis largement officieux entre l'État, l'administration, les élus et les groupes de pression [qui] ne permettent pas en effet de poser dans le débat public démocratique la question des choix et de leur coût » (Reghezza-Zitt, 2015). En effet, si une partie de ces habitants se retrouve en zone inondable, c'est, entre autres, parce que de nouvelles constructions ont été autorisées dans ces zones. À titre d'exemple, plus de 100 000 logements ont été construits en zone inondable en France sur la période 1999-2006 d'après une analyse du commissariat au développement durable. Cette croissance périurbaine repose alors sur une minoration des risques d'inondation qui s'explique par une différence de logiques temporelles entre les paramètres pris en compte dans l'aménagement du territoire. Les impératifs de croissance relèvent de problèmes et de demandes quotidiennes alors que la gestion des risques naturels pâtit pour sa part d'incertitudes à long terme, - ce qui est inhérent à toute gestion des risques (Douvinet et al., 2011, p. 34). Cependant, « si les autorisations (l'offre) émanent du maire, force est de constater qu'il existe une grande demande des particuliers, ce qui renvoie à des problématiques plus larges de « saturation foncière » » (Ibidem, p. 37).

D'autre part, les municipalités constituent, depuis la loi de 1987 relative à la gestion des risques majeurs, des acteurs majeurs de la communication préventive en matière d'inondation. La loi impose en effet aux communes dont une partie du territoire est répertoriée comme inondable, d'informer les habitants. Ainsi, « le plan de prévention des risques approuvé [doit faire] l'objet d'un affichage en mairie et d'une publicité par voie de presse locale en vue d'informer les populations concernées ».<sup>1</sup>

Cette loi, complétée ensuite par de nombreux décrets additionnels, impose que le Dicrim détaille l'historique des aléas passés et que les mesures de prévention fournissent – dans le cas de risques d'inondations – la carte des crues ou encore les comportements à adopter en cas d'aléas (Douvinet et al., 2013). Il est, par exemple, important que les riverains sachent qu'il ne faut pas prendre leur voiture pour fuir les zones inondées ou aller chercher les enfants à l'école ; ce qui constitue l'une des principales causes de mortalité et de comportements dangereux (Becerra et Peltier, 2013, p. 9). Cette législation permet à l'État français de se présenter comme un acteur ayant mis en œuvre une politique de prévention publique des risques, s'engageant pour la sécurité (Ollivier-Yaniv, 2013, p. 109), en imposant et en régulant l'action des collectivités locales. Ainsi, plusieurs municipalités se retrouvent dans une situation paradoxale. Bien que toutes soient désormais tenues d'informer les habitants sur les dangers locaux, certaines d'entre elles sont également responsables de l'augmentation du risque d'inondation.

## **L'IMPORTANCE CROISSANTE DES CAMPAGNES D'INFORMATION SUR LES RISQUES D'INONDATION ET LEURS RÉCEPTIONS**

Plusieurs études ont analysé la production et la diffusion de ces documents. En ce qui concerne leur rédaction et leur diffusion, les campagnes de prévention ne sont mises en place que dans un tiers des communes pourtant concernées par la loi de 1987 (Douvinet et alii, 2013, p. 18-199). En ce qui concerne leurs contenus, la thèse de Laetitia Ferrer a procédé à une analyse lexicométrique du contenu de 21 Dicrim de communes de la région PACA. En étudiant plus spécifiquement les éditoriaux, ce travail indique que les maires communiquent sur le fait qu'ils « maîtrisent » le canal de diffusion (Ferrer, 2018, p. 112) « et la sécurité du citoyen pendant la crise, mais qu'il n'a pas le contrôle sur les

...

1. Source : <https://www.legifrance.gouv.fr>

aléas ni sur le citoyen avant l'événement. Le citoyen apparaît dans le discours de deux différentes façons : en phase de prévention (« passif ») et en phase de l'événement (sous responsabilité) » (Ferrer, 2018, p. 149). Plutôt que de mettre l'accent sur les habitants, les municipalités étudiées préfèrent le mettre « sur d'autres thématiques telles que la fonction du Dicrim, les phénomènes qui peuvent se produire ou encore le rôle de la mairie dans la prévention des risques » (Ferrer, 2018, p. 149).

Si les contenus de ces documents ont fait l'objet d'analyses, les études approfondies sur la réception et l'appropriation de ces discours institutionnels par les citoyens restent peu développées (Hernandez Orellana, 2017, p. 17). Les développer donnerait la possibilité de mieux comprendre l'appropriation par les habitants des campagnes publiques. Dans cette perspective, ces études fournissent certes des connaissances pratiques – sur ce qui est pertinent et sur ce qui ne l'est pas - aux financeurs qui recherchent un « savoir utilitaire » orienté vers une « efficacité » en termes de « gestion opérationnelle » (Chambru et De Oliveira, 2021, p. 286). Elles ouvrent aussi sur des perspectives théoriques.

En analysant la compréhension, l'appropriation ou le rejet des messages par les citoyens, nous avons identifié les points forts et les points faibles de ces campagnes. Comment les messages sont-ils compris et interprétés (Jacquez et Rouquette, 2023, p. 1) ? Comment les riverains interprètent-ils ces informations ? Quel rôle jouent leurs perceptions du risque, leurs connaissances ou encore leurs attentes (Motulsky et alii, 2015) qui sont forgées, modifiées et soutenues par leurs relations sociales (avec d'autres membres de leur communauté) ? Il est également possible de mesurer l'acceptabilité sociale des mesures de prévention préconisées par les autorités (Fraser et alii, 2022, p. 116). Avec quels contenus, les habitants se sentent-ils plus concernés par les risques ? Est-ce à partir d'informations centrées sur les dangers et sur un sentiment de peur ou au contraire sur les contenus qui se concentrent sur les solutions à adopter en cas d'inondation (Becheur, Valette-Florence, 2014, p. 100-103) ? Face à d'éventuelles résistances à prendre en compte ces messages, les recherches tentent d'en comprendre les raisons : cadrage inadapté, manque de légitimité des émetteurs, etc. ? La réception et l'interprétation des campagnes publiques de prévention du risque d'inondation constituent ainsi l'objectif de cet article. Celui-ci développe les questionnements suivants : faut-il considérer, comme le sous-entend la législation (Becerra et alii, 2013), qu'il suffit d'imposer aux municipalités de produire et de diffuser ce document de prévention communal pour que les riverains soient bien informés ? Faut-il considérer qu'il suffit de normaliser par décret d'application le contenu de ces documents pour que les campagnes d'information sensibilisent réellement les habitants ? Ou bien, en raison d'explications jugées imprécises, de photographies peu claires et d'informations lacunaires au vu des documents produits par les municipalités, les habitants s'estiment-ils mal informés ? Ce faisant, cet article s'inscrit dans les recherches en réception tout en prenant en compte les logiques institutionnelles qui président aux choix communicationnels des municipalités.

## **ANALYSER LA RECEPTION ET L'APPROPRIATION DES CAMPAGNES : CHOIX MÉTHODOLOGIQUES**

Étudier la réception et l'appropriation par les citoyens de campagnes publiques de prévention soulève d'abord des défis méthodologiques importants, car il est complexe d'évaluer précisément le poids de ces campagnes sur les représentations, les attitudes et les comportements des individus. Les approches qualitatives (entretiens, observations, etc.) sont souvent nécessaires en complément des données quantitatives (Gutzeit-Godbout,

2013, p. 10), bien qu'elles soient plus difficiles à mener souvent par manque de moyens humains et financiers<sup>2</sup> (Sitbon, 2002). Ces méthodes qualitatives – entretiens, focus group - fournissent pourtant une compréhension nuancée de la manière dont les campagnes publiques sont reçues, négociées et appropriées par diverses catégories de résidents. Conformément à cette orientation, un panel a été constitué avec un double objectif : obtenir des données qualitatives à la fois approfondies et significatives (Truchot, 2006, p. 101) afin de fournir un maximum d'informations. Et atteindre la saturation des données, c'est-à-dire le seuil d'entretiens à partir duquel les nouvelles interviews n'apportent pas de connaissances supplémentaires aux connaissances déjà acquises, à partir d'un échantillon stratifié non proportionnel (Durand, 2009, p. 3-4). Dans ce type d'échantillonnage intentionnel (Deslauriers, 1991, p. 146), la pertinence du panel dépend du respect de la classification des habitants construite en fonction des résultats de précédentes recherches sur les perceptions des risques naturels (Wachinger et alii, 2013).

De manière générale, on parle d'échantillon stratifié lorsque la fraction de sélection diffère en fonction de certaines caractéristiques de la population (sexe, région, statut, âge, etc.). Quatre variables principales ont été prises en compte. La première variable est une sélection genrée des répondants (31 femmes, 19 hommes). En effet, différents travaux (Flynn et al., 1994, p. 1101 ; Slovic, 1999, p. 692) soulignent que les hommes, plus que les femmes, ont tendance à évaluer les risques naturels comme étant moins dangereux. De fait, plusieurs recherches ont montré que les femmes étaient plus vulnérables que les hommes en cas d'inondation parce qu'elles sont chargées des enfants et moins mobiles que les hommes, qu'elles ont plus de mal à se protéger en montant sur les toits ou encore – au Sri Lanka, en Indonésie et en Inde par exemple – parce qu'elles sont moins nombreuses que les hommes à savoir nager (Ozer, 2012).

La deuxième variable vise à neutraliser un biais de sélection des répondants liée à leur catégorie socioprofessionnelle. En effet, la sensation de vulnérabilité face aux risques extérieurs est, en partie, corrélée au sentiment de vulnérabilité individuel (Satterfield et al., 2004), sentiment dépendant lui-même de paramètres tels que l'insécurité financière que connaît (ou pas) le répondant, sa situation mobilière (être propriétaire, ce qui est le cas de 32 répondants) ou locataires (18 répondants) ou encore le fait d'avoir une activité professionnelle (Verlynde, 2018, p. 140). Ainsi, en décomptant les répondants retraités, étudiants ou sans emploi, ce panel intègre des interviewés de différents milieux sociaux, parmi lesquels des cadres et professions intellectuelles supérieures (7), des milieux populaires (ouvriers ou employés : 8), des artisans, commerçants et chefs d'entreprises (8), de nombreuses professions intermédiaires. Les deux derniers critères, âges et lieu d'habitation sont présentés plus loin.

L'étape suivante, le recueil des données, suppose un accès long au terrain, les entretiens oscillent entre 30 et 60 minutes. Ils ont été réalisés en respectant strictement le principe d'anonymat de répondants sollicités dans des lieux publics locaux (parcs, cafés) ou par porte-à-porte. Les questions ont été rédigées selon la méthode dite en « sablier » (Fenneteau, 2015), c'est-à-dire en partant du plus général au plus spécialisé. Après une évaluation de leur connaissance du risque local d'inondation (à votre connaissance, votre quartier est-il en zone inondable ? A-t-il été inondé ces dernières années ?), des questions ont porté sur leur compréhension et sur leur interprétation de documents d'information sur les risques d'inondations de leur commune et du gouvernement (selon vous, le DICRIM de votre commune [montré durant l'entretien] est-il compréhensible sur le risque d'inondation local ? Quelles informations retenez-vous ? Comment le jugez-vous au niveau du contenu

...

2. Cette étude a bénéficié d'un financement européen qui a permis la réalisation d'enquêtes de terrain approfondies.

et au niveau visuel, etc.) ?



DICRIM des Martres-de-Veyre

DICRIM de Cournon-d'Auvergne

Figures 1 – exemples de documents de prévention locaux et nationaux, rédigés par les communes en 2011 (et non actualisés depuis), documents utilisés pendant l'enquête 2022

Ces résultats qualitatifs sont complétés par une enquête statistique réalisée auprès de 120 habitants, de façon à éclairer des données complémentaires l'importance des tendances relevées par les entretiens approfondis.

## LES CHOIX DES VILLES AYANT MIS EN PLACE LE DICRIM

Trois villes à la fois concernées par l'obligation légale de communiquer, ayant effectivement produit un DICRIM et ayant connu, à une période récente ou assez récente, des inondations, ont été sélectionnées. En effet, « parmi les rares facteurs externes qui semblent avoir un impact sur la perception des risques naturels, il y a l'expérience directe », synthétisent ainsi Wachinger et al. (2013, p. 1052). Si les riverains plus âgés ont une plus forte perception des risques que les plus jeunes (Lai et Tao, 2003), cela tient en partie au fait que ces derniers ont moins de probabilité d'avoir vécu un aléa dans leur vie. Dans les villes étudiées, les dernières grandes inondations remontent à 1985 pour le quartier de Saint-Alyre (Clermont-Ferrand, La Montagne, 2/11/2015), en 1994 et 2003 pour Cournon-d'Auvergne et les Martres-de-Veyre (<https://plu-cadastre.fr>). Dans les trois villes, aucun habitant de moins de 20 ans n'a de réels souvenirs d'une inondation locale. À Clermont-Ferrand, les habitants de moins de 45 ans avaient au maximum 8 ans lors du dernier grand aléa. Pour inclure cet élément, le panel a intégré des répondants de différents âges (entre 18 et 30 ans, entre 31 et 45 ans, et plus de 45 ans). Saint-Alyre est un vieux quartier d'une grande métropole régionale (Clermont-Ferrand). Plus de 30 000 personnes sont répertoriées dans cette zone inondable en cas de fortes pluies coulant des pentes des volcans alentour dans une rivière qui traverse la zone et dont le débit déborderait de son lit (DREAL). Pour les Martres-de-Veyre (3 940 habitants), quelques rues du centre ancien sont particulièrement concernées (source PLU, p. 20). Quant à Cournon-d'Auvergne (20 400 habitants), plusieurs maisons et le camping sont construits en zone inondable (La Montagne, 24.01.2012). En choisissant une grande ville, une petite ville et un village, cette sélection offre la possibilité de prendre en compte le contexte territorial (milieu urbain versus milieu rural, et plus ou moins grand sentiment de proximité avec les élus, cf Zémor, 2008, p. 53-54).

Au total, la recherche menée par entretiens approfondis est constituée de 15 habitants du



quartier de Saint-Alyre, 15 des Martres-de-Veyre et 20 de Cournon-d’Auvergne.-

Pour renforcer la validité des résultats, une enquête quantitative complémentaire par questionnaire a été adressée à 120 répondants afin d’obtenir davantage de données sur la perception du risque d’inondation et la politique de prévention dans les communes étudiées. Certaines thématiques s’articulent à celles proposées dans les entretiens avec des questions similaires telles que : votre quartier est-il soumis au risque d’inondation ? Votre commune a-t-elle déjà subi une inondation ? Quels comportements faut-il adopter en cas d’inondation ? D’autres thématiques complémentaires se rattachent à la politique de prévention de leur municipalité. Cependant, à la différence des entretiens, le Dicrim n’a pas été montré aux 120 répondants du questionnaire. Il leur a été demandé s’ils connaissaient les actions de leurs communes en matière d’information sur le risque d’inondation. Quel regard portent-ils sur ces politiques ? Leur a-t-on indiqué une procédure à suivre face à ce phénomène ? Quelles informations attendent-ils ? Etc.

Pour répondre à ces questions, cette recherche se concentre sur trois considérations qui sont complémentaires. La première évalue le niveau de conscience du risque d’inondation à travers la mémorisation des événements passés. La deuxième examine la compréhension des mesures à prendre en cas d’aléa. La troisième analyse les limites de la communication dans les campagnes de prévention menées par les municipalités.

## L’OUBLI DES INONDATIONS LOCALES

Compte tenu de la position des municipalités sur ce sujet, suffit-il de leur imposer de produire et de diffuser ce document de prévention communal pour que les riverains soient bien informés ? Pour répondre à cette question, il faut tout d’abord évaluer le degré de connaissance que la population possède des précédentes campagnes menées par les municipalités. Or, un premier élément ressort de l’enquête : 90% des 120 habitants interrogés ne connaissent majoritairement pas le risque local d’inondation. Un chiffre très élevé, proche de celui relevé dans le Nord-Pas-de-Calais auprès d’une population concernée par le risque d’inondation sub-marine (76% des 450 habitants interrogés déclaraient ne pas le connaître, cf Verlynde, 2018, p. 328).

Ce premier constat peut être corrélé avec l’oubli des précédents épisodes d’inondation. Ce qui est vrai dans le Puy-de-Dôme (tableau 1 ci-dessous), comme cela l’est ailleurs.<sup>3</sup>

	Saint-Alyre (Clermont-Ferrand)	Martres-de-Veyre	Cournon-d’Auvergne	Total
Nombre de répondants	40	40	40	120
A votre connaissance, votre commune a-t-elle déjà subi des inondations ?	Oui : 4 Ne sais pas (ou non) Non : 36	Oui : 2 Ne sais pas (ou non) : 38	Oui : 16 Ne sais pas (ou non) : 24	Oui : 22 - 18% <i>Ne sais pas (ou non) : 98 - 82%</i>

Tableau 1 : une méconnaissance accentuée par l’absence de souvenirs d’inondations locales

...  
3. Ainsi, 63% des habitants de Dunkerque interrogés sur l’inondation de 1953 n’avaient pas souvenir de cette inondation (Verlynde, ibid., p. 327)



Cet oubli des aléas passés est bien entendu lié « à l'usure naturelle de la mémoire des hommes par le temps » (D'Ercole et Dollfus, 1996, p. 385). Ne pas transmettre le risque est peut-être également une façon de gérer collectivement le stress face à un risque d'aléa. Compréhensible sur le plan de « l'équilibre mental, il n'en demeure pas moins pénalisant en matière de réduction des risques » (Gout, 1993). Cet oubli majoritaire est également lié à des évolutions des modes de vie. Chaque année, une partie des riverains sont de nouveaux habitants des communes considérées. D'après les statistiques de l'INSEE, environ 1 ménage sur 5 change de logement tous les 5 ans. Un peu plus de la moitié de ces ménages (61,0 %) déménage pour habiter dans une autre commune (Delance et Vignolles, 2017), commune dont ils ne connaissent pas nécessairement l'histoire. En particulier en ce qui concerne les aléas naturels. Ce facteur est particulièrement important pour le quartier Saint-Alyre de la ville universitaire de Clermont-Ferrand, puisque, tendanciellement, ce sont les jeunes ménages de moins de 35 ans qui déménagent le plus (pour leurs études, un premier travail, en raison de l'arrivée d'enfants, etc. cf Delance et Vignolles, 2017). Aussi tangible soit-il, ce facteur externe n'est cependant pas suffisant pour expliquer l'ampleur de la méconnaissance des riverains.

Ainsi est-il important de prendre en compte d'autres paramètres. Or, à la question « Parlez-vous régulièrement des risques naturels avec votre entourage ? », l'enquête menée auprès de 120 riverains a révélé que les risques naturels, et singulièrement les risques d'inondation, ne font pas l'objet de discussions quotidiennes entre habitants. Seul un répondant sur dix environ (11%) aborde ce sujet avec son entourage (tableau 2).

	Saint-Alyre (Clermont-Ferrand) (sur 40 répondants)	Martres-de-Veyre (sur 40 répondants)	Cournon-d'Auvergne (sur 40 répondants)	Total (sur 120 répondants)
Parlez-vous des risques naturels avec votre entourage ?	Oui 6 Non 34	Oui 3 Non 37	Oui 2 Non 38	Oui 11 (9%) <b>Non 109 (91%)</b>

Tableau 2 : les risques d'inondation, un sujet rarement abordé entre riverains

Comme le montre leurs réactions majoritaires, ce n'est, de leur point de vue, ni un sujet de conversation collectif, ni une source d'inquiétude partagée :

R. : « Pas du tout. Excusez ma naïveté. Je ne m'intéresse pas aux risques naturels, alors que je devrais, peut-être. Je n'ai jamais vécu un sinistre ou un événement comme les inondations. Donc, ce n'est pas une priorité. Avec tout ce qui se passe en Ukraine, Poutine, le Covid, les risques naturels ne constituent pas un sujet de discussion dans mon cercle familial ou professionnel » (femme, entre 31-45 ans, propriétaire, Les Martres-de-Veyre)

Pour ces riverains, cela devient un sujet qui permet de faire lien avec son entourage ou avec son voisinage si l'actualité si prête :

R. : « Spontanément non. Après, suite à une actualité, les villages inondés qu'on voit à la télé, voilà, on parle de ça sur le moment, comme ce qui est arrivé à la vallée de la Roya ou tout a été emporté [...]. Euh, mais de là à dire que c'est un sujet de conversation quotidienne dans mon cercle familial ou au travail, non » (homme, 31-45 ans, Clermont-Ferrand, propriétaire).

R. : « Non. Pas en tout cas dans le cas de la France ou au niveau de ma ville. On peut aborder le sujet s'il y a une catastrophe mondiale. Une grosse inondation quelque part

dans le monde. Dans mon entourage, on n'a jamais été confronté à ça » (homme, 18-30, Clermont-Ferrand, loge chez ses parents).

Cette double réponse - « Franchement, je ne me suis jamais renseignée [sauf] quand il y a un reportage à la télé » (femme, +60 ans, propriétaire, Les Martres-de-Veyre) - montre bien que la question n'est pas associée à un risque qui les concerne directement. En d'autres termes, pour répondre au cadre de recherche individuel d'informations sur les risques élaboré par Ellen Ter Huurne (2008), ce sujet est, localement, loin de recueillir les conditions qui en facilitent la prise de conscience, puis une recherche d'informations, par exemple en discutant avec ses proches ou son voisinage. Les conditions de cette prise de conscience sont triples : 1 – que la question soit perçue comme un risque (y a-t-il un risque ?), 2 – qu'elle le soit pour soi (suis-je personnellement menacé ?), 3 – que l'individu se sente en capacité de pouvoir agir en cas d'aléa (serais-je capable de faire face ? cf Ter Huurne, 2008, p. 40). L'analyse plus détaillée des réponses des riverains souligne que c'est le deuxième élément favorable à une prise de conscience du risque qui manque le plus. Si les riverains interrogés mesurent au travers des reportages les dangers d'une montée rapide des eaux, ils n'estiment pas leur commune ou leur quartier directement concernés par le risque.

Cette conscience limitée du risque local d'inondation fait écho à un manque de « culture du risque » dont l'État français est conscient, comme l'indique la décision prise en 2021 d'organiser chaque 13 octobre « une journée de la résilience face aux risques », de multiplier les documents d'information partagés avec les élus et diffusés dans les médias et de refaire le site [georisques.gouv.fr](http://georisques.gouv.fr) pour accroître la visibilité de ces informations en ligne (Courant et alii, 2021, p. 16-18).

De ce point de vue, il est d'ailleurs intéressant de noter qu'un profil particulier de répondant fait exception : des répondants commerçants et des membres d'associations de quartiers. Ce sont des habitants qui, en raison de leur profession ou de leur investissement dans la vie de la cité, sont parmi ceux qui échangent le plus (d'informations) avec leurs voisins. Si la « culture du risque » tient, en partie, à la vitalité de la vie associative des quartiers, alors la baisse régulière du nombre d'adhérents aux comités de quartier (-1,1 points pour l'adhésion aux associations dites de loisir dont font partie les comités de quartier et les comités des fêtes entre 2013 et 2016<sup>4</sup>) ne peut à terme que compliquer encore la diffusion d'une culture locale du risque.

## **UNE MÉCONNAISSANCE DES COMPORTEMENTS À ADOPTER EN CAS D'INONDATION**

La méconnaissance du risque local d'aléa se double, de manière concordante, d'une large ignorance des comportements à adopter en cas d'inondation. La majorité des 120 riverains interrogés par questionnaire se retrouverait démunie dans cette situation (tableau 3).

...  
4. Centre d'observation de la société, 2019, <https://www.observationsociete.fr/modes-de-vie/vie-politique-et-associative/les-francais-adherent-de-moins-en-moins-aux-associations-3/>.

120 répondants	Que faut-il faire et que feriez-vous en cas d'inondation (plusieurs réponses possibles) ?
Monter (sur un point haut, à l'étage)	36 sur 120
Je ne sais pas	32
Appeler les secours, pompiers	14
Fuir, partir, courir, prendre la voiture	17
Couper l'électricité	12
Évacuer l'eau	6
Déménager	4
Appeler son assurance	3
Respecter les consignes de sécurité	3
Ne pas paniquer	2
Chercher ses proches (parents, enfants, autres)	2
Surveiller le niveau d'eau (les regards)	1

Tableau 3 : une large ignorance des comportements à adopter en cas d'inondation

Certes, la première réponse – « monter » – correspond bien aux consignes fournies par les autorités (<https://www.georisques.gouv.fr/>). Cependant, cette situation ne vaut que pour un peu moins d'un tiers des répondants (36 sur 120). Il en est de même pour les autres recommandations données : couper l'électricité n'est indiqué que par un dixième des répondants (12 sur 120), rester à l'écoute des consignes de sécurité moins encore (3 sur 120). En revanche, deux des quatre conseils préconisés pendant une inondation ne sont jamais cités (ne pas prendre sa voiture, éviter de téléphoner afin de laisser libre les réseaux pour les secours). Plus significatif encore, les consignes ne sont pas respectées (17 riverains fuiraient ou prendraient leurs voitures alors que la question ne parlait pas de consigne d'évacuation formulée par les autorités ; 2 iraient chercher leurs proches bien qu'il soit stipulé de ne pas aller chercher ses enfants à l'école dans les documents de recommandation). Enfin, un quart des répondants indique ne pas savoir (32 sur 120) :

Q. : « Que faut-il faire et que feriez-vous en cas d'inondation ? »

R. : « Bah, franchement je ne sais pas, parce qu'ici je ne sais pas, là, on va y aller donc je sais [...] Je ne sais pas, on va sortir dehors » (femme, 18-35 ans, propriétaire, Cournon-d'Auvergne). On le voit, le danger « avec ces méconnaissances, c'est que les personnes peuvent compléter ces informations manquantes à l'aide de généralités ou d'a priori, ce qui est l'une des fonctions de la représentation » (Ferrer, 2018, p. 123). Au risque d'adopter un comportement dangereux tel que prendre sa voiture et se retrouver inondé alors que l'une des principales causes de mortalité des inondations en France concerne aujourd'hui les automobilistes : 15% des victimes sont mortes dans leur voiture (Noyelle, 1995, p. 111). C'est particulièrement vrai pour les riverains qui, non seulement ne se sentent pas concernés localement, mais qui en plus ne perçoivent pas les dangers d'une potentielle inondation (Gominet, 2007).

Ce manque de connaissances interroge : les riverains vont-ils accepter d'évacuer quand les autorités leur signaleront un risque important d'inondation ? Cela tient-il aux choix communicationnels effectués par les municipalités ? Et si oui en quoi ces choix communicationnels sont, en partie, révélateurs d'un positionnement contradictoire des municipalités dans le domaine ?

## LA PERCEPTION DES DICRIM PAR LES RIVERAINS

## Des choix communicationnels contestés

De fait, les choix communicationnels opérés par les municipalités étudiées ne répondent pas aux questionnements des riverains concernés par un risque naturel. Plusieurs choix communicationnels se révèlent inadaptés.

Le Dicrim recense tous les risques majeurs existants dans les communes étudiées. Dans le cadre de ce travail, seule la page réservée au risque d'inondation a été montrée aux enquêtés. Quatre thématiques identiques la composent. La première définit et cite l'historique des inondations dans la municipalité. La deuxième rappelle les mesures prises en reprenant la réglementation en matière d'urbanisme et de construction. La troisième explique quand et comment donner l'alerte. La dernière se concentre sur le comportement à adopter avant, pendant et après une inondation<sup>5</sup>. Seul le « comment agir » intéresse les répondants (18 sur 50 enquêtés affirment retenir cette partie en priorité). En termes de visuel, une photographie représentant soit une maison entourée d'eau, soit une rivière au milieu urbain a été publiée dans chaque DICRIM.

Quand le document indique – par un titre, une accroche ou une image explicites – qu'il s'agit d'alerter sur le risque d'inondation, il est jugé qu'il manque de clarté. Plus précisément, 39 des 50 répondants par entretien commentent le visuel des affiches. Parmi eux, 14 critiquent soit le manque d'attractivité, soit le peu de place accordée aux photos d'inondation choisies, tandis que 4 pointent le manque de clarté sur le sujet de l'affiche :

Q : « ce document communal sur les inondations est-il compréhensible ? Comment le jugez-vous au niveau du contenu et au niveau visuel ? Est-ce que le contenu est suffisant ? »

R.1 : « Franchement, je n'ai pas imaginé une affiche sur l'inondation comme ça [...]. Il n'y a pas le terme : « Attention inondation ». Pour moi, cette affiche n'est pas significative [...] L'image, elle n'est pas parlante. Ça ne représente pas une inondation. On peut juste dire que c'est une maison au bord de l'eau, mais on ne voit pas qu'elle est inondée » (Femme, 18-30 ans, locataire, Saint-Alyre)

R.2 : « Ils auraient dû quand même mettre plus gros le risque inondation. » (Femme, + 60 ans, propriétaire, Les Martres-de-Veyre).

Ces premières réactions pourraient seulement relever de problèmes de présentation. Elles soulignent pourtant la nécessité de mettre en œuvre des campagnes de prévention les plus claires pour s'assurer de la compréhension du message par l'ensemble du public visé. Soulignons que le Dicrim est publié sur le site des trois municipalités prises en compte. Il a été distribué, selon les responsables locaux, dans les boîtes aux lettres des habitants. Cependant, les répondants ne se rappellent pas l'avoir reçu et aucun d'entre eux n'est allé le consulter en ligne.

En outre, plusieurs études récentes mettent en évidence que le niveau de littératie – utiliser l'écrit pour augmenter ses compétences et étendre ses capacités (Fraenkel, 2021, p. 222) – des récepteurs est corrélé à leur niveau de compréhension des messages diffusés, tels que le discours du président Macron annonçant le confinement en raison du Covid (Gorski, 2023, p. 50-55) ou encore les supports de communication nationaux édités pour fournir les consignes de sécurité pendant cette pandémie (Pasquereau et alii, 2021, p. 838). Les individus ayant un plus faible niveau de littératie ont plus de mal à comprendre le message s'il n'est pas clair, c'est-à-dire accompagné de photographies explicites ou si la partie rédigée du message est trop longue (Ibid.). Dans le cas contraire, l'information principale sera moins facile à percevoir dans la masse des explications et des instructions délivrées.

...

5. Seul le DICRIM de Cournon d'Auvergne se distingue par un paragraphe supplémentaire consacré au rôle des habitants intitulé : « Vous avez également un rôle à jouer ».

L'importance de cette dimension communicationnelle se perçoit également dans les remarques relatives au manque de visibilité des photographies choisies par les Dicrim :

R.1 : « L'image doit être plus grande pour refléter une inondation, parce que là, on dirait un petit ruisseau » (homme, 45-60 ans, propriétaire, les Martres-de-Veyre)

R.2 : « Ça ne me plaît pas. La photo n'évoque pas une inondation » ([homme, +60 ans, propriétaire, Saint-Alyre)

R.3 : « La photo est trop petite. On ne voit pas grand-chose. Moi, j'ai connu cette inondation, mais une autre personne qui n'a pas vécu cette inondation, ça ne lui parle pas. Ils auraient dû mettre d'autres images » (homme, + 60 ans, propriétaire, les Martres-de-Veyre).

Si «la représentation visuelle du risque est couramment utilisée » (Rakow et alii, 2015, p. 150), encore faut-il qu'elle le fasse en étayant visuellement le discours souhaité. Keller, Siegrist et Gutscher (2006) ont souligné que des photos de maisons inondées amplifiaient la perception que les résidents avaient du danger d'habiter dans une zone inondable, car des images explicites génèrent en retour une émotion. Cette émotion – celle de peur, celle d'inquiétude – favorise sinon une action, a minima une réaction des habitants. À l'inverse, choisir des images qui « ne montrent pas l'étendue des dégâts causés par les inondations » (femme, 18-30 ans, locataire, quartier Saint-Alyre de Clermont-Ferrand) ne génère pas les mêmes réactions, créant peut-être le sentiment de fausse sécurité chez une partie des habitants peu rassurés par le choix d'images d'inondations peu dangereuses.

Une mauvaise compréhension du message est – à la lumière des réponses de 18 riverains interrogés sur 50 – renforcée par le choix des couleurs des documents rédigés par les communes de Cournon-d'Auvergne et des Martres-de-Veyre. Ces deux documents d'information sont encadrés de cadres et de bordures bleues (cf. fig. 1 infra).

En étudiant la manière dont les cartes de risques sont comprises suivant leur style, leur apparence, les couleurs choisies pour représenter les zones dangereuses, Thompson et al. (2015) ont montré combien le choix des couleurs influence les récepteurs dans la manière d'interpréter ces cartes. Elles guident l'attention. Les connotations et significations qu'elles véhiculent peuvent être utiles ou au contraire introduire un risque de mauvaise communication. D'ailleurs, les couleurs des documents de prévention sont commentées par 18 des 50 répondants. Les couleurs choisies illustrent-elles bien le message de prévention ? Commençons par le bleu, couleur choisie par deux des trois municipalités étudiées pour communiquer sur le risque d'inondation. Bien que doté de multiples connotations, le bleu n'est pas assimilé au danger, au risque (Pastoureau, 2000). C'est, généralement une couleur qui pacifie et apaise (Ibid.). Elle ne prévient pas d'un risque imminent ou possible. Il n'est alors pas surprenant que, parmi les réactions recueillies, cette riveraine soit rassurée plutôt qu'alertée par le document : Haut du formulaire

R. « Je pense que la couleur bleue c'est plutôt rassurant. On n'a pas trop de raisons pour s'inquiéter. Je ne dis pas qu'il faut alarmer les gens, mais si on parle d'un risque, il faut que la couleur aille avec. Je ne sais pas. Mais la couleur bleue est apaisante, elle ne laisse pas penser qu'il y a un risque d'inondation » (femme, 31-45 ans, propriétaire de son logement, Cournon-d'Auvergne).

De premières conclusions peuvent être tirées de ces remarques. Finalement les riverains notent un nombre de limites aux documents : manque de clarté, manque d'accessibilité, choix graphiques contre-intuitifs. Sur ce point, il n'est pas judicieux sur un plan communicationnel de choisir des couleurs qui ne sont culturellement pas connotées pour symboliser le risque et le danger, pas plus que de publier des photographies d'aléas montrant si peu de dégâts qu'ils paraissent inoffensifs. De même, il ne s'avère pas pertinent de cadrer trop peu explicitement et clairement le propos de titres qui alertent. Le cumul

de ces trois solutions augmente a fortiori encore la distance ressentie par les riverains à l'égard du risque naturel. L'ensemble de ces éléments contribuent à brouiller le message.

## LA PLACE DES MUNICIPALITÉS : REMISES EN CAUSE ET CHOIX EN TENSION

Comment expliquer que les choix visuels des documents communaux d'information soient graphiquement à ce point peu adaptés à une campagne de prévention ? Ne faut-il pas s'interroger sur le degré de volonté des communes d'alerter sur le niveau de danger qui existe sur leur territoire ? Les communes constituent-elles les acteurs publics les mieux placés pour communiquer de manière pertinente et efficace sur les risques naturels locaux ? Tout au moins ceux pour lesquels le danger tient largement à la présence d'infrastructures et d'habitations dans les zones à risque, la vulnérabilité étant, en effet, à la fois le produit de la gravité potentielle de l'aléa naturel et de la vulnérabilité socio-économique de la zone considérée (d'Ercole et Pigeon, 1999, p. 344). Cette interrogation mérite d'autant plus d'attention que la politique nationale en matière de gestion de risque depuis une vingtaine d'années tend à accorder plus de responsabilité en matière de planification et de gestion de la communication des risques aux parties prenantes locales, notamment aux élus (Becerra et Peltier, 2011, p. 43).

A priori, l'échelon municipal semble parfaitement pertinent, tant pour les élus que pour les habitants. Pour les élus, l'enjeu d'une communication publique est a priori de gagner en visibilité, clarté et proximité territoriale. D'ailleurs, les sondages indiquent une opinion publique plutôt favorable aux campagnes d'information de l'État (Berthelot-Guiet et Ollivier-Yaniv, 2001, p. 167-169). 29 enquêtés sur 50 pensent que c'est à la mairie de communiquer sur le risque<sup>6</sup>. D'autres enquêtes ont montré que les habitants font plus volontiers confiance au maire et aux autres élus de proximité pour gérer les risques industriels et naturels locaux qu'aux responsables relevant d'institutions géographiquement ou institutionnellement plus lointaines, telles que l'Union européenne (Flanquart, 2021, p. 152). Cette dernière est souvent perçue comme trop technocratique et distante des problèmes locaux. De plus, la gestion des risques repose en partie sur le principe de délégation de confiance, les habitants déléguant à différentes parties prenantes professionnelles, des élus aux pompiers, la surveillance des risques et la gestion des aléas naturels. Or, selon Luhmann (2006, p. 37), « on est plus enclin à faire confiance à ce qui nous est familier qu'à ce qui nous est étranger ». Les élus locaux, vivant au milieu de leurs concitoyens et étant directement confrontés à la colère des habitants en cas de sinistre important, inspirent ainsi davantage confiance envers les autorités locales (Ibid., p. 41).

Ce raisonnement semble d'autant plus pertinent ici qu'il s'agit d'un risque naturel pouvant entraîner des pertes humaines. Le coût politique d'une impréparation publique augmente considérablement dans le cas d'une victime humaine, car, dans nos sociétés européennes, « la vie humaine est non seulement une valeur centrale d'organisation de notre vie collective [...], elle est - de surcroît - un principe politique indiscutable » (Rouquette et Bihay, 2022).

En matière politique, « la vie humaine est évidemment une valeur éminente, et qui mérite d'être défendue, de toutes nos forces » (Didier, 2020 : ). Si les risques naturels ont une importance politique variable suivant les dégâts humains qu'ils peuvent occasionner, alors la gestion des risques d'inondation devrait faire partie des priorités municipales en matière de risques naturels ; le nombre de victimes humaines étant bien plus important en matière

...

6. D'autres pensent que c'est le rôle de l'État (5), l'agglomération (3), la préfecture (3), le notaire au moment de l'achat d'un bien immobilier (3), les médias (2), les scientifiques (2), les organismes techniques tels que la Dreal (1). Deux répondants estiment que c'est aux habitants d'aller chercher l'information.



d'inondation que de retrait gonflement des argiles ou de glissement de terrain<sup>7</sup>. Cette réponse d'un technicien du service préfectoral interrogé l'indique bien :

Q.: « Les documents comme Le PPR (plan de prévention des risques d'inondation : réduire la vulnérabilité), [...] sont-ils suffisants pour inclure une culture de risque chez la population ? »

R. « Visiblement non. Le seul truc efficace pour moi, c'est un événement, hélas. On le voit sur d'autres territoires. Les élus, dès qu'il y a un problème pour certains territoires, mettent en place un système d'alerte. Ils ne regardent plus le prix. Hélas, c'est comme ça en France. Je ne sais pas ailleurs. Mais, en France, on réagit, on n'agit pas en amont. On réagit après. »

D. L. Direction du Cycle d'Eau (DCE), entretien le 19.10.2021.

Pourtant, il faut bien constater que les campagnes de prévention menées dans les trois villes étudiées sont jugées lacunaires par les habitants interrogés. La majorité d'entre eux n'en a pas connaissance, les municipalités ne consacrent pas de réels moyens à la diffusion élargie de ces informations, que ce soit par la distribution du DICRIM dans les boîtes aux lettres, des articles réguliers dans le journal municipal, ou des réunions publiques sur le sujet, par exemple. Un tel constat est analogue à celui opéré pour d'autres risques locaux, naturels ou industriels, comme le retrait-gonflement des argiles. Avec la multiplication d'épisodes de sécheresses, le nombre d'habitations aux murs fissurés a augmenté en raison de la construction de nouvelles habitations sur des zones à risque par les municipalités au cours des dernières décennies. Cependant, une majorité se contente d'une campagne d'affichage et d'informations disponibles en mairie, sans réellement communiquer sur l'existence de zones argileuses par crainte de dévaloriser l'image de la commune, comme l'ont également souligné Chambon, Flanquart et Zwaterook (2012) à propos des Plans de Prévention des Risques Technologiques (PPRT). Les cartes présentant les zones à risques industriels sont disponibles, respectant ainsi les obligations légales de communication, mais ne font pas l'objet d'une communication intense, comme si les autorités locales se contentaient de respecter les obligations légales d'information sans réellement vouloir communiquer auprès de la population (Chambon, Flanquart et Zwaterook, 2012, p. 24).

À ce sujet, certains de nos enquêtés contestent le mode de diffusion du DICRIM et pointent le manque d'actions entreprises en matière de communication sur les risques naturels :

R 1. « De toute façon s'ils mettent le DICRIM dans toutes les boites aux lettres, cela veut dire qu'ils informent des gens qui peuvent ne pas être concernés comme moi » (femme, 18-30 ans, locataire, Martres-de-Veyre).

R.2. « En termes de prévention, leurs actions [celles de la municipalité] je les évalue à 0.5 pour ne pas dire 0. Pour être sincère, je n'en ai jamais entendu parler de prévention à la mairie de Clermont et pourtant ça fait 25 ans que je suis présidente d'une association de quartier » (femme, +60 ans, propriétaire de son logement, Saint-Alyre)

R.3. « Je ne pense pas que les gens de la mairie font des choses dans ce sens. Il n'y a pas de communication ici entre la mairie et les citoyens ». (femme, 46-60 ans, locataire, Cournon-d'Auvergne).

Comment expliquer cette préférence pour un respect minimal des obligations légales, lorsque ces communes éditent un Dicrim, une pratique qui est déjà minoritaire ? Plusieurs facteurs entrent en ligne de compte.

...

7. Cette étude s'inscrit dans un projet qui prend également en considération le risque argileux dans les mêmes lieux d'enquête. Des entretiens complémentaires ont été effectués avec des responsables techniques et élus locaux.

Les travaux scientifiques constatent que les perceptions du risque sont souvent imprécises ou minimisées, même en présence de preuves objectives (Kahneman et al., 1982 ; Weiss et al., 2011). Les élus, tout comme les habitants, ne sont pas toujours conscients des conséquences potentielles d'une inondation majeure (Gough, 2000). Or, plus les acteurs publics locaux sous-estiment l'ampleur des risques, moins ils sont capables de communiquer de manière adéquate sur la probabilité et l'ampleur de ces risques naturels.

Par ailleurs, le coût politique – du moins à court terme – de ce choix patait, aux élus, moins élevé que le risque d'initier une controverse sur la politique d'aménagement du territoire s'ils communiquent trop fortement sur le sujet. Un questionnement public sur le sujet pourrait impliquer un questionnement sur les choix des principales majorités ou de la majorité actuelle, que ce soit en matière d'autorisation des constructions sur des zones inondables ou sur les travaux engagés - ou non - pour réduire l'impact des inondations futures. Autrement dit, ils préfèrent maîtriser l'agenda des questions politiques locales sur les sujets qu'ils portent, quitte à affaiblir l'espace public local (Chambru et De Oliveira, 2021, p. 10).

Or, le coût politique de cette décision d'une communication minimale est encore amoindri par le fait qu'une partie des habitants concernés n'est elle-même pas en désaccord avec les élus pour ne pas trop publiciser le risque. Cette préférence résonne avec la crainte d'une partie des habitants de voir leurs biens dévalués en cas de (mauvaise) publicité sur leur quartier. Ainsi, un responsable d'une association locale de sinistrés de risques naturels interrogé pour ce travail - l'association Catastrophes Naturelles du Puy-de-Dôme, qui souhaitait produire une liste de l'ensemble des sinistrés touchés par le risque de retrait-gonflement des argiles de sa commune- s'est heurtée à la réticence des victimes. Si elles souhaitaient bien l'appui de l'association pour être remboursées par les assurances, elles ne voulaient en revanche pas que leur cas fasse l'objet d'un répertoire de peur de voir leur cas publicisé. L'explication possible est liée à des considérations immobilières. . En effet, lorsque la loi impose de mesurer le risque, cela se traduit par la production de cartographies des zones inondables. Or, des études ont montré qu'une publicité sur cette cartographie est un facteur parmi d'autres - réglementation contraignante et crues régulières – qui pèse négativement sur le prix des biens en zone inondable à court ou moyen terme (Hupert et al., 2003, p. 38-39). L'on peut donc supposer que parler publiquement du risque, c'est parler de quelque chose d'incertain, y compris en ce qui concerne son impact sur la valeur immobilière des biens potentiellement concernés. De telle sorte qu'une partie des habitants des zones concernées ne cherche pas à tout prix à faire de ce sujet un questionnement public.

Au contraire, les recherches montrent que la qualification d'un territoire comme zone à risque suscite rarement l'implication active des citoyens, sauf lorsqu'elle est perçue comme une contrainte imposée (Gilbert, 2003). Les élus locaux se retrouvent souvent confrontés à des dilemmes face aux pressions politiques et sociales, qui les incitent à privilégier des enjeux visibles et immédiats, tels que la sécurité et le développement économique, au détriment de la prévention contre des risques incertains, comme les inondations. Cela est particulièrement vrai lorsque les décisions d'aménagement du territoire sont perçues comme menaçantes pour certains modes de vie. Par exemple, un retraité ayant choisi un lieu de résidence en bord de mer ou de rivière peut ressentir un droit moral d'y demeurer, justifié par le temps et les efforts investis dans son travail (Vanderlin, 2021). Les élus peuvent donc anticiper que toute discussion sur les risques d'inondation est susceptible de provoquer de fortes résistances ou des réactions émotionnelles de la part des habitants. Par exemple, l'annonce d'une menace d'inondation ou de mesures restrictives sur la construction dans les zones à risque peut être perçue par les résidents comme une menace pour leur mode de vie ou leur patrimoine (Garric et Goar, 2024). Cette réticence face aux démarches de

territorialisation officielle des risques contribue à entretenir une méconnaissance générale des risques d'inondation et de leurs conséquences.

À l'inverse, une politique de prévention des inondations, ainsi qu'une communication claire sur les actions entreprises, nécessitent une action politique stable et cohérente sur le long terme (Meur-Férec et Rabuteau, 2014). Les stratégies préventives demandent en effet une gouvernance adaptée, une coopération multi-niveaux entre les collectivités situées en amont et en aval du même bassin et une prise en compte des enjeux environnementaux et sociaux.

Ces éléments contribuent à expliquer, en partie, que les élus des communes étudiées ne communiquent pas de manière approfondie sur le sujet, ne tirant pas de bénéfice politique réel – du moins à court terme – pour accroître leur capital politique et électoral (Garraud, 1990, p. 17-41.) Ainsi, cette anticipation des réticences conduit à une stratégie de communication où l'information est traitée avec prudence. Ce constat se vérifie dans les données acquises dans ce travail. Aux yeux des habitants interrogés pour cette enquête, aucun des Dicrim des communes étudiées ne présente les informations cruciales de manière claire et accessible. En effet, aucune des trois municipalités ne fournit de cartes des risques fournissant la possibilité aux résidents de savoir si leur quartier ou leur rue est à risque. Les répondants ont souligné la nécessité d'informations sur les risques plus détaillées et localisées, demandant en particulier des cartes et des photographies illustrant leurs zones spécifiques. De tels outils visuels étaient jugés essentiels pour comprendre les risques d'inondation potentiels, car ils peuvent fournir un contexte plus pertinent que de simples statistiques (Rouquette et al., 2024). Ainsi, cette communication prudente est choisie au détriment d'une prise de conscience collective des enjeux de sécurité.

Dans ce contexte, une analyse lexicométrique des éditoriaux rédigés par les maires de 21 Dicrim communaux a montré que les élus mettent bien plus volontiers l'accent sur les aléas qui peuvent se produire ou encore sur le rôle de la mairie en matière de prévention que sur les actes et comportements que doivent adopter les citoyens en cas d'aléa (Ferrer, 2018, p. 149). Si une grande part relève directement d'objectifs d'informations d'utilité publique, d'autres ont aussi un objectif institutionnel : promouvoir l'image et l'action communales. Certes, ce mélange des genres communicationnels n'est pas nouveau. Les communes ont l'habitude de jongler entre « l'information publique (informer les usagers sur les services publics), la communication institutionnelle (promouvoir l'image d'une institution), la communication politique (promouvoir un projet politique en vue de la victoire), à la stratégie territoriale (promouvoir un territoire), la communication sociale (promouvoir des valeurs sociales, communiquer pour faire changer des comportements sociaux), la communication de projet (mobiliser les acteurs pour la réussite d'un projet), etc. » (Awono, 2015, p. 7). Cependant, cette concomitance de logiques communicationnelles diverses nuit ici à la visée préventive et informative des documents. Pour le dire autrement, en poursuivant plusieurs objectifs – donner une information d'utilité publique aux riverains et en même temps communiquer en direction des citoyens pour justifier les actions déjà entreprises par la commune<sup>8</sup> (cf. rubriques « les mesures prises ») – ces documents réduisent la visibilité et la portée des informations les plus importantes aux yeux des riverains. Cette différence explique, par comparaison, les raisons pour lesquelles Vigicrue – qui n'a pas besoin de justifier une action locale spécifique auprès des électeurs – est, en raison de son positionnement institutionnel, davantage en capacité de rédiger un document plus efficient.

Avec cette stratégie communicationnelle, les municipalités répondent aux obligations imposées par la loi de 1987, les maires se prémunissant ainsi de recours contentieux en cas

...

8. Certaines actions sont mentionnées dans la rubrique mesures prises à l'intérieur du DICRIM

d'aléas (Joly, 2003, p. 221). Cependant, cette pratique a pour conséquence de faire peser la recherche d'information concernant le risque d'inondation sur les habitants eux-mêmes. L'information est disponible... à condition d'aller la chercher, « c'est le destinataire de l'information qui s'en voit insidieusement rendu responsable, implicitement accusé de ne pas avoir fait l'effort «d'aller chercher» l'information là où elle se trouve » (Chambon, Flanquart et Zwatook, 2012, p. 32). Comme pour le risque RGA, la mairie de Cournon d'Auvergne, par exemple, invite les citoyens à se rapprocher du service d'urbanisme pour toute information sur les risques naturels. En cas de sinistre, elle les oriente vers l'association CatNat de la ville. À ce titre, l'un des élus insiste :

R. « Mais les gens quand il y a un problème, quand ils appellent l'urbanisme, on les dirige vers l'association CatNat. Voici leurs coordonnées. Prenez contact avec eux »<sup>9</sup>. Y. C. Adjoint maire à Cournon d'Auvergne, entretien le 14.10.2021.

Ainsi, du point de vue des élus locaux interrogés pour ce travail, leur rôle se réduit à celui de relais d'informations, la réparation relève de responsabilités privées et la gestion des demandes d'indemnisation est léguée aux associations<sup>10</sup> (Bihay, Chemerik et Rouquette, 2022).

## CONCLUSION

Les Dicrim ont été imposés aux communes afin qu'elles contribuent à créer une « culture locale du risque ». Avec ces documents, les objectifs de la loi ont-ils été atteints ? Les doubles enquêtes menées – l'une approfondie auprès de 50 répondants et l'autre par questionnaire auprès de 120 autres riverains – ont fourni plusieurs résultats. L'analyse comparée de la réception et de l'appropriation des messages de prévention rédigés par les communes met en lumière plusieurs faiblesses communicationnelles des DICRIM des trois communes étudiées. Ces faiblesses sont de plusieurs ordres. En effet, les communes ne choisissent pas de communiquer de manière claire sur les dangers que représente une montée soudaine des eaux. Les photographies choisies ne sont pas interprétées par les riverains interrogés comme de véritables signaux visuels d'alerte. Les images des inondations diffusées, neutres, sans réelles conséquences, ne les inquiètent pas. En parallèle, l'apparence chromatique de ces documents envoie un message ambigu. Les couleurs d'alerte – le rouge et le jaune – sont peu utilisées. Le bleu, couleur froide, donc plus rassurante, y est majoritaire. Ces résultats montrent l'intérêt qu'il y aurait à préciser de quelle manière, formellement et visuellement, ces documents doivent être rédigés (l'importance de photographies illustrant l'idée d'un risque réel, le choix d'un graphisme et de couleurs adaptés). Tous ces éléments, loin de sensibiliser les riverains, ne diminuent pas la distance qu'ils entretiennent avec ce risque.

La multiplicité des faiblesses communicationnelles pointées par les Dicrim est ainsi notée, elle conduit à la formulation de cette question : les communes, qui ont durant de nombreuses décennies accordé des permis de construire sur des zones inondables, sont-elles finalement les acteurs publics les mieux placés pour communiquer de manière pertinente et efficace sur les risques naturels locaux pour les habitants ?

...

9. Ce travail se concentre sur l'analyse de la réception et ne s'appuie pas sur une enquête auprès des acteurs de la communication municipale. L'entretien réalisé avec cet élu a pour ambition de déterminer quels objectifs communicationnels de sa mairie dans la gestion des phénomènes naturels. Cependant, quelques questions concernant l'information préventive sur les risques naturels en générale et l'inondation en particulier, dont est tiré cet extrait, ont été abordées lors de cet entretien.

10. La mairie s'occupe de la demande de reconnaissance de catastrophe naturelle auprès de l'Etat.

## FINANCEMENT ET REMERCIEMENTS

Les résultats présentés sont issus du projet de recherche PACSEN, cofinancé par l'Union européenne avec le Fonds Européen de Développement Régional, dans le cadre du CPER 2020 de l'Université Clermont Auvergne.

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Awono, Richard (2015), « La communication territoriale : constructions d'un champ », *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, n° 15, p. 85-106.

Becheur, Imène ; Pierre Valette-Florence, (2014), « L'usage des émotions négatives en communication de santé publique : Étude des effets de la peur, la culpabilité et la honte », *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 29, p. 96-119.

Becerra, Sylvia ; Peltier, Anne (2011), « L'information préventive pour réduire la vulnérabilité aux risques d'inondation, élaboration et efficacité d'une réponse sociale », *Le changement climatique: Du métarisque à la métagouvernance*. Paris: Lavoisier, p. 35-53.

Becerra, Sylvia ; Peltier, Anne ; Antoine, Jean-Marc ; Labat, David ; Chorda, Jacques ; Ribolzi, Olivier ; Daupras, France ; Dartus, Denis (2013), « Comprendre les comportements face à un risque modéré d'inondation. Etude de cas dans le périurbain toulousain (Sud-Ouest de la France) », *Hydrological Sciences Journal*, vol. 58, n° 5, p. 945-965.

Berthelot-Guiet, Karine ; Caroline Ollivier-Yaniv (2001), « Tu t'es vu quand t'écoutes l'État ? ». Réception des campagnes de communication gouvernementale. Appropriation et détournement linguistiques des messages », *Réseaux*, vol. n° 108, no. 4, p. 155-178.

Bihay, Thomas ; Chemerik, Fateh ; Rouquette, Sébastien (2022), « Le risque argileux : un problème sans controverses ? », *ESSACHESS—Journal for Communication Studies*, vol. 15, n° 1 (29), p. 179-204.

Centre d'observation de la société (2019), « Les Français adhèrent de moins en moins aux associations », [en ligne], Consulté le 19 février 2024, <https://www.observationsociete.fr/modes-de-vie/vie-politique-et-associative/les-francais-adherent-de-moins-en-moins-aux-associations-3/>.

Chambrou, Mikaël ; De Oliveira, Jean-Philippe (2021), « La recherche-action face au risque climatique en montagne. Enquêtes et engagements autour d'un problème public », *Questions de communication*, vol. 40, n° 2, p. 283-302.

Chambrou, Mikaël ; De Oliveira, Jean-Philippe (2021), « Changement climatique et développement territorial en montagne : conflictualités et enjeux communicationnels », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, [en ligne], n° 21, Consulté le 15 septembre 2022, <https://communication.revues.org/>.

Chauveau, Loïc (2021), « Ce qui menace vraiment la France », *Sciences et avenir*, 21 novembre 2021, p. 45-48.

Clément, Vincent ; Jaurand, Emmanuel (2005), « Risques "naturels" et territoires en France », *Géoconfluences*, [en ligne], consulté le 19 février 2022, disponible sur <https://geoconfluences.ens-lyon.fr/doc/transv/Risque/RisqueScient.htm>.

Courant, Frédéric ; Biscay, Jean-Frédéric ; Boutillet, Damien ; Rizza, Caroline ; Vinet, Freddy & Weiss, Karine (2021), *Mission sur la transparence, l'information et la participation de tous à la gestion des risques majeurs, technologiques ou naturels*, Paris : Ministère de la transition écologique.

- Courbet, Didier (2003), « Réception des campagnes de communication de santé publique et efficacité des messages suscitant de la peur », *Communication*, vol. 22, no. 1, p. 100-120.
- Delance, Pauline ; Vignolles, Benjamin (2017), « Ça déménage ? la mobilité résidentielle et ses déterminants », *Insee Références—Les conditions de logement en France*, p. 55-77.
- Douvinet, Johnny ; Pallares, Rémi ; Genre-Grandpierre, Cyrille ; Gralepois, Mathilde ; Rode, Sylvain ; Servain, Courant Sylvie (2013), « L'information sur les risques majeurs à l'échelle communale : Occurrence et facteurs explicatifs du DICRIM, un outil préventif sous-utilisé », *Cybergeo*, [en ligne], n° Espace, société, territoire, consulté le 20 octobre 2022, <https://cybergeo.revues.org/>.
- Deslauriers, Jean-Pierre (1991), *Recherche qualitative*. Guide pratique, Montréal : McGraw-Hill.
- Douvinet, Johnny, *et al.*, (2011), « Les maires face aux plans de prévention du risque inondation (Ppri) », *L'Espace géographique*, vol. 40, no. 1, p. 31-46.
- D'Ercole, Robert ; Dollfus, Olivier (1996), « Mémoire des catastrophes et prévention des risques », *Natures Sciences Sociétés*, vol. 4, n° 4, p. 381-391.
- D'Ercole, Robert ; Pigeon, Patrick (1999), « L'expertise internationale des risques dits naturels : intérêt géographique », *Annales de Géographie*, n° 608, p. 339-357.
- Durand, Claire (2009), « Pourquoi un échantillon ? Les types d'échantillon », [en ligne], consulté le 20 mars 2024, <http://www.mapageweb.umontreal>.
- Fenneteau, Hervé (2015), « La structuration et le test du questionnaire » (p. 111-120), in Fenneteau, Hervé (dir.), *Enquête : entretien et questionnaire*, Paris : Dunod.
- Ferrer, Laëtitia (2018), « Évaluation de l'efficacité de l'information préventive sur les risques majeurs destinée au Grand Public : Application au DICRIM », thèse de doctorat en Géosciences de l'Environnement, Aix Marseille Université.
- Flanquart, Hervé (2021), « Informer sur les risques territoriaux et les gérer : les facteurs de la confiance », *Hermès*, vol. 88, p. 150-156.
- Flynn, James ; Slovic, Paul ; Mertz, Chris (1994), « Gender, race, and perception of environmental health risks », *Risk Analysis*, vol. 14, no. 6, p. 1101-1108.
- Fraenkel, Béatrice (2021), « Littérature. Langage et société », *Langage et société*, Hors série (HS1), p. 221-224.
- Friser, Alice ; Arpin, Marie-Luc ; Gendron, Corinne ; Yates, S. (2022), « L'acceptabilité sociale des mesures sanitaires : retour sur l'impératif de la participation publique », *Annales des Mines - Responsabilité et environnement*, vol. 108, no. 4, p. 114-118.
- Garric, Audrey ; Goar, Matthieu, « Radiographie du climatoscepticisme en France », *Le Monde*. le 2 novembre 2024, p. 8.
- Gilbert, Claude (2003), « La fabrique des risques », *Cahiers internationaux de sociologie*, vol. 144, p. 55-73.
- Gominet, Sébastien (2007), « Les habitants de la commune de la Terrasse (Isère) connaissent-ils les risques auxquels ils sont exposés ? », mars, [en ligne], consulté le 17 mai 2024, [http://www.irmagrenoble.com/01actualite/01articles\\_afficher.php?id\\_actualite=172](http://www.irmagrenoble.com/01actualite/01articles_afficher.php?id_actualite=172).
- Gough, Janet (2000), « Perceptions of risk from natural hazards in two remote New Zealand communities », *Australasian Journal of Disaster and Trauma Studies* [en ligne], consulté le 23 avril 2003, disponible sur: <https://www.massey.ac.nz/~trauma/issues/2000-2/gough.htm>.
- Gout, Jean-Paul (1993), *Prévention et gestion des risques majeurs : les risques d'origine naturelle*,



Paris : Les Éditions de l'Environnement.

Gorski, Margaux (2023), *La perception de la population française sur la communication du gouvernement au début de la crise du Covid-19*, Mémoire de Master 2, Université Clermont Auvergne (UCA).

Gutzeit-Godbout, Roxanne (2013), *Étude de réception : le communiqué de presse comme outil d'information et de changement utilisé dans le cadre d'une campagne médiatique sur la promotion de la cessation tabagique auprès des jeunes de 14 à 17 ans*, Mémoire de master en Sciences de l'information et de la communication, Université du Québec.

Hansen, Anders (2011), « Communication, media and environment: Towards reconnecting research on the production, content and social implications of environmental communication », *International Communication Gazette*, vol. 73, n° 1-2, p. 7-25.

Hupert, Gilles ; Capblancq, Juliana ; Barroca, Bruno (2003), « L'influence des inondations et des documents réglementaires sur le marché foncier en zone inondable », *Annales des Ponts et Chaussées*, n° 105, p. 32-39.

Kahneman, Daniel ; Slovic, Paul ; Tversky Amos (1982), *Judgment under uncertainty, heuristics and biases*, New York : Cambridge University Press.

Jacquez, Lise ; Rouquette, Sébastien (2023), « Réceptions de campagnes de communication publiques sur le risque volcanique », *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, [en ligne], n°36, consulté le 23 avril 2024, <https://journals.openedition.org/communiquer/10369>.

Joly, Pierre-Benoît (2003), « Les OGM en débat. Vers de nouveaux modes de gouvernance de l'innovation et des risques », *Oléagineux, Corps gras, Lipides*, vol. 10, n° 3, p. 216-224.

Garraud, Philippe (1990), « Politiques nationales : élaboration de l'agenda », *L'Année sociologique* (1940/1948), p. 17-41.

Hernandez Orellana, Myriam (2017), « Quand la communication publique construit la gouvernementalité. Une comparaison des campagnes de communication pour prévenir les violences contre les femmes au sein du couple (Chili, 2006-2010 et France, 2007-2012) », thèse en Sciences de l'information et de la communication, Ceditec, Université Paris-Est.

Keller, Carmen ; Siegrist, Michael ; Gutscher, Heinz (1991), « The General Confidence Scale : Coping with Environmental Uncertainty and Threat », *Journal of applied social psychology*, p. 2200-2229.

Lai, Julian ; Tao, Jiariu (2003), « Perception of Environmental Hazards in Hong Kong Chinese », *Risk Analysis*, Vol. 23, n°4, p. 669-684.

Luhmann, Niklas (2006) [1968/2000], *La Confiance. Un mécanisme de réduction de la complexité sociale*, Paris : Economica.

Meur-Férec Catherine ; Rabuteau Yan (2014), « Plonevez-les-Flots : un territoire fictif pour souligner les dilemmes des élus locaux face à la gestion des risques côtiers », *L'Espace géographique*, vol. 43, n°1, p. 18-34.

Motulsky, Bernard ; Guindon, Jean-Bernard ; Tanguay-Hébert, Flore ; Roy, Béatrice (2015), « Vers une approche théorique pour une communication des risques efficace en adaptation », *Communication*, [en ligne], consulté le 15 septembre 2022, <https://journals.openedition.org/communication/5854?lang=en>.

Noyelle, Jean (1995), « La vulnérabilité humaine face aux risques d'inondation. Constat et enseignements », *Urgences médicales*, p. 110-117.

Ollivier-Yaniv, Caroline (2013), « Communication, prévention et action publique :

proposition d'un modèle intégratif et configurationnel. Le cas de la prévention du tabagisme passif », *Communication & Langages*, vol. 176, n°2, p. 93-111.

Ozer, Pierre (2012), « Les risques naturels » in Brunet, S. ; Fallon, C. *et al.*, (dir.), *Articuler risques, planification d'urgence et gestion de crise*, Louvain-La-Neuve, Belgique : De Boeck, p. 77-99.

Pasquereau, Anne ; Delamaire, Corinne ; Guignard, Romain ; Bonmarin, Isabelle ; Serry, Anne-Juliette ; Nguyen-Thanh, Viêt (2021), « Évaluation de supports de communication nationaux sur la COVID-19 : recours à une méthode mixte », *Santé Publique*, vol. 33, p. 835-841.

Luhmann, Niklas (2006) [1968/2000], *La Confiance. Un mécanisme de réduction de la complexité sociale*, Paris : Economica.

Paton, Douglas ; Smith, Leigh ; Daly, Michele ; Johnson, David (2008), « Risk perception and volcanic hazard mitigation : individual and social perspectives », *Journal of volcanology and geothermal research*, p. 179-188.

Rakow, Tim ; Heard, Claire ; Newell, Ben (2015), « Meeting Three Challenges in Risk Communication, Phenomena, Numbers, and Emotions », *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, vol. 2, p. 147-156.

Reghezza-Zitt, Magali (2015), « Territorialiser ou ne pas territorialiser le risque et l'incertitude », *L'Espace Politique*, [En ligne], consulté le 19 février 2023, n° 26, <https://journals.openedition.org/espacepolitique/3543>.

Rouquette, Sébastien ; Bihay, Thomas (2022), « Les risques naturels médiatiquement invisibles », *Communication*, [En ligne], vol. 39, n° 1, consulté le 20 octobre 2023, <https://journals.openedition.org/espacepolitique/3543>.

Rouquette, Sébastien ; Chemerik Fateh ; Bihay, Thomas (2024), « Les campagnes de prévention sur les risques d'inondation sensibilisent-elles les riverains concernés ? », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], n° 28, consulté le 02 novembre 2024, <http://journals.openedition.org/rfsic/15845>.

Ruin, Isabelle ; Gaillard, Jean-Christophe ; Lutoff, Céline (2007), « How to get there ? Assessing motorists' flash flood risk perception on daily itineraries », *Environmental Hazards*, p. 235-244.

Satterfield, Theresa ; Mertz, C.K ; Slovic, Paul (2004), « Discrimination, Vulnerability, and Justice in the Face of Risk », *Risk Analysis*, Vol. 24, No. 1, p. 115-129.

Sitbon, Audrey (2002), *L'évaluation de la communication publique : l'exemple de la prévention du sida*. CRÉDOC.

Slovic, Paul, (1999), « Trust, emotion, sex, politics, and science: Surveying the risk-assessment battlefield », *Risk analysis*, Vol. 19, p. 689-701.

Ter Huurne, Ellen (2008), *Information seeking in a risky world: the theoretical and empirical development of FRIS : a Framework of Risk Information Seeking*, thèse de doctorat, University of Twente.

Thompson, Mary Anne ; Lindsay, Jan ; Leonard, Graham (2017), « More Than Meets the Eye : Volcanic Hazard Map Design and Visual Communication », *Advances in Volcanology*, p. 621-640.

Thouret, Jean-Claude (2002), « Aléas et risques volcaniques : mieux comprendre pour prévoir et mieux gérer pour durer », *Annales de géographie*, p. 503-523.

Truchot, Véronique (2006), *Les règles à l'école secondaire : analyse de représentations d'élèves*, thèse de doctorat, Université UQAM.

Vanderlin, Jean-Paul, « Pourquoi la #MontéeDesEaux ne décourage-t-elle pas de vivre

au bord de la mer ? », *Radio France* [en ligne ], [https://www.francetvinfo.fr/monde/environnement/montee-des-eaux/grand-entretien-pourquoi-la-montee-des-eaux-ne-decourage-t-elle-pas-de-vivre-au-bord-de-la-mer\\_4299113.html](https://www.francetvinfo.fr/monde/environnement/montee-des-eaux/grand-entretien-pourquoi-la-montee-des-eaux-ne-decourage-t-elle-pas-de-vivre-au-bord-de-la-mer_4299113.html), édition du 29 octobre 2021.

Verlynde, Nicolas (2018), « De la perception du risque d'inondation aux propositions d'adaptation en territoire de côtes basses densément peuplées : le cas de la communauté urbaine de Dunkerque », thèse de doctorat en Géographie, Université du Littoral Côte d'Opale, Dunkerque.

Vié Le Sage, Renaud (1989), *La Terre en otage : gérer les risques naturels majeurs*, Paris : Le Seuil.

Vinet, Freddy (2005), « Du risque oublié à la contrainte environnementale : le cas des basses plaines du Languedoc-Roussillon », *Cahiers nantais*, n° 64, p. 11-21.

Vinet, Freddy (2010), *Le risque inondation. Diagnostic et gestion*, Paris : Éditions Tec & Doc Lavoisier, coll. « Science du Risque et du Danger (SRD) ».

Wachinger, Gisela ; Renn, Ortwin ; Begg, Chloé ; Kulicke, Christian (2013), « The risk perception paradox-implications for governance and communication of natural hazards », *Risk analysis*, vol. 33, n° 6, p. 1049-1065.

Weiss, Karine, Girandola, Fabien ; Colbeau-Justin Ludvina. (2011), « Les comportements de protection face au risque naturel : de la résistance à l'engagement », *Pratiques psychologiques*, 17, 251–262.

Zémor, Pierre (2008), « Les formes de la communication publique », Paris : Presses Universitaires de France.



## LES ENJEUX de l'information et de la communication

### Revue scientifique en sciences de l'information et de la communication

Éditée par le Gresec (Groupe de recherche sur les enjeux de la communication), cette revue scientifique aborde les processus d'information-communication dans leurs développements, mutations et inscriptions sociales, politiques et économiques. Elle privilégie les travaux relevant d'approches théoriques critiques et fondés sur des études empiriques, rendant compte de recherches conduites par des auteurs confirmés, des doctorants ou de jeunes chercheurs.

Elle est constituée de 3 à 4 numéros annuels :

n°1 - Varia

n°2 - Dossier thématique

n°3 - Supplément A

n°4 - Supplément B

C'est une revue en ligne, d'accès libre, qualifiante en Sciences de l'Information et de la Communication, consultable sur : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr> et sur le portail [www.cairn.info](http://www.cairn.info).

