

# **Les Cahiers de la SFSIC**

**Numéro 8 - Printemps 2013**

**Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication**

**[www.sfsic.org](http://www.sfsic.org)**

► **Directeur de la publication** : Christian LE MOËNNE

► **Rédacteur en chef** : Brigitte CHAPELAIN

► **Secrétaire de rédaction** : Gino GRAMACCIA

► **Comité de rédaction** : Mélanie BOURDAA, Aurelia LAMY , Laurence MO-  
NOYER-SMITH, Olivier PULVAR

► **Correspondants étrangers**

Olivier ARIFON ULB Belgique, Sandor KALAI université de Debrecen Hongrie, Méla-  
nie KOHNEN, Georgia Tech, USA, JM NOGUERA UCAM Espagne , Francesca PAS-  
QUALI Università degli studi di Bergamo Italie, Geoffroy PATRIARCHE ULB Belgique,  
Carmen RICO DE SOTELO UQUAM Canada, Louisa STEIN Middelbury college USA

En couverture : *Digital eye* - © Sergey Niven

Composition, impression : Imprimerie Centrale, Université Bordeaux 1

Dépôt légal : juin 2013 - ISSN : 1959-6227

## EDITORIAL

Le nouveau conseil d'administration de la SFSIC organise tous les deux ans selon la tradition un des événements majeurs de notre communauté que sont les doctorales.

Le laboratoire Dicen Idf (Dispositifs d'Information et de Communication à l'Ère du Numérique) du CNAM accueille cette année les 30 et 31 Mai 2012 cet événement SFSIC.

Cette rencontre donne aux doctorants déjà avancés dans leur thèse l'occasion de présenter leurs travaux en cours devant la communauté des chercheurs et enseignants-chercheurs. Les doctorales offrent aussi à tous l'opportunité d'observer les évolutions des sciences de l'information et de la communication tant dans les thématiques explorées dans les thèses, les méthodes mises en œuvre et les perspectives ouvertes.

Dans ce numéro 8 des Cahiers le groupe de recherche SID (Savoir, information, document) du laboratoire GERIICO nous présente leurs recherches sur la culture de l'information numérique « en élargissant la focale pour étudier les déclinaisons de cette culture<sup>1</sup> ». Chaque numéro proposera désormais un axe, une thématique des travaux d'un labo ou d'une équipe de recherche. Nous attendons donc de votre part des propositions pour les numéros à venir.

Le contexte de l'élection présidentielle nous a conduits à croiser quatre points de vue et observations sur le web politique et les médias et à mieux définir la part de la participation citoyenne et du marketing politique.

Cinq contributions dans la rubrique « Questions de recherche » font un point sur les différents aspects et contextes des Études sur la réception et présentent des études de cas différentes comme celles des fans ou de grands événements sociaux médiatiques. Une enquête sur l'actualité des associations d'étudiants en SIC nous donne un bon aperçu de leur vitalité.

Nous remercions tous les auteurs de ce numéro qui permettent ainsi de faire vivre notre revue.

N'oubliez pas de renouveler votre adhésion à la SFSIC ou d'y adhérer !

*Brigitte CHAPELAIN - brichap@club-internet.fr*  
*Christian LE MOËNNE - christian.lemoenne@usb.fr*

1. Yolande Maury, coordinatrice du dossier Culture(s) de l'information numérique.



# SOMMAIRE

## MEMOIRE, TEMOIGNAGE...

- ▶ Hommage à Maryvonne Masselot-Girard (1941-2012)  
Brigitte Chapelain ..... 7

## DANS L'ACTUALITÉ

### *Élections et SIC - Quatre contributions*

- ▶ Évolution de l'analyse des élections en SIC - Franck Bousquet ..... 11
- ▶ Le web en campagne, un défi méthodologique  
Gersende Blanchard, Fabienne Greffet ..... 15
- ▶ Gagner les élections via les réseaux sociaux ou les anciens médias  
Marc Lits ..... 21
- ▶ À propos des médias dans la campagne présidentielle de 2012  
Pierre Lefébure ..... 26
- ▶ Réseau d'associations latines de recherche en information et  
communication (RALIC) - Béatrice Vacher, José Luis Piñuel-Raigada ..... 33

## DOSSIER : CULTURE(S) DE L'INFORMATION NUMÉRIQUE (Laboratoire GERIICO)

### *Coordination : Yolande Maury*

- ▶ Introduction ..... 37
- ▶ La culture informationnelle à l'heure de la convergence numérique :  
centralité des acteurs, dynamiques de la culture - Yolande Maury ..... 39
- ▶ L'entreprise entre pratiques informationnelles et culture numérique  
Stéphane Chaudiron ..... 44
- ▶ Lecture et culture informationnelle à l'ère du numérique :  
perspectives historiques - Susan Kovacs ..... 49
- ▶ Culture informationnelle, cultures numériques et universalité  
dans l'organisation des connaissances - Widad Mustafa El Hadi ..... 53
- ▶ Mutations des métiers de l'information-documentation : vers l'émergence  
d'une culture de l'information numérique - Florence Thiault ..... 59
- ▶ Culture informationnelle et accès à la culture dans la société numérique  
Laurence Favier ..... 63

## QUESTIONS DE RECHERCHE

### *Études sur la réception*

- ▶ Les théories de la réception en SIC - Christine Servais ..... 68
- ▶ La réception des grands événements socio-médiatiques : le rôle clé  
de l'identité sociale et du partage social des émotions  
Marie-Pierre Fourquet-Courbet ..... 76

- ▶ L'action COST ISO 906 transforming audiences, transforming societies  
Geoffroy Patriarche, Mélanie Bourdaa ..... 82
- ▶ Les pratiques de réception des fans : les formes de l'appropriation  
Miguel Angel Torres ..... 85
- ▶ La réception de l'information journalistique : inflexions de la recherche  
et nouveaux paradigmes - Nicolas Pélissier ..... 92

### **ENQUÊTES, ÉTUDES, EXPÉRIENCES**

- ▶ Les TIC comme moteur de développement des territoires ruraux : le cas des  
PME industrielles - Eric Thivant, Bruno Moriset, Paul-Marc Collin..... 99

### **MONDE PROFESSIONNEL**

- ▶ Professionnelle sur le fil de la recherche : retour sur un parcours doctoral  
d'équilibriste - Anne Cordier ..... 107
- ▶ Fabrique d'une émission de radio : « Place de la toile »  
Xavier de La Porte..... 113

### **REVUES D'AILLEURS**

- ▶ Transformative works and cultures : notre journal  
Kristina Busse & Karen Hellekson ..... 119
- ▶ Global, la revista de la fundacion global y desarrollo - Olivier Pulvar ..... 122

### **CARTE BLANCHE AUX ÉTUDIANTS**

- ▶ Les associations des étudiants en SIC - Laura Henvel..... 124
- ▶ Actualités du REPLIC, une association de jeunes chercheurs en SIC  
Laetitia Biscarrat ..... 130

## HOMMAGE À MARYVONNE MASSELOT-GIRARD (1941-2012)

► Brigitte Chapelain<sup>1</sup>

Fille d'enseignants Maryvonne Masselot-Girard, comme l'écrivit un journaliste de l'Est républicain après sa disparition en Janvier 2012, « avait l'enseignement dans le code génétique ». Maryvonne Masselot-Girard laisse derrière elle des travaux d'une vive actualité et, ce qui est beaucoup plus rare, un témoignage pragmatique de chercheur qui a consacré la majeure partie de ses activités au service de l'éducation, en s'attachant principalement à l'étude des relations des enfants avec les images et en développant dans l'enseignement des dispositifs pédagogiques d'apprentissage des langages et de la culture de ces médias.

Après un passage dans l'enseignement secondaire, Maryvonne Masselot-Girard soutient sa thèse « La pluricodécité à l'école -messages et transcodage- dans la grande section de l'enseignement préélémentaire » sous la direction de Jean Peytard lui-même linguiste, grammairien et historien . En 1971 elle intègre l'université de Franche-Comté comme chargée de cours, puis comme maître de conférences et enfin professeur des universités de sémio-linguistique en 1991.

« Si l'interdisciplinarité », selon Patrick Charaudeau<sup>2</sup> « consiste à établir de véritables connexions entre concepts, outils d'analyse et modes d'interprétation de différentes disciplines sur un même objet d'analyse », la carrière de Maryvonne Masselot-Girard en est un exemple intéressant. Les sciences du langage, les sciences de l'information et de la communication et les sciences de l'éducation ont des objets d'études identiques comme l'image et les médias, et leurs approches différentes vont permettre de faire émerger certains concepts communs, ou spécifiques à chacune d'elles, qui seront constitutifs de méthodes d'un apprentissage raisonné à la lecture et la connaissance de ces médias. Ainsi l'image fixe ou animée est un langage codé qui dans une situation d'enseignement véhicule de la représentation, ou de la communication, et le maître doit apprendre à l'élève à la décrypter pour lui permettre de mieux évaluer ce qui relève de l'information ou de la connaissance, ou encore de la relation que celle-ci induit avec son lecteur.

1. Université Paris-Nord  
LCP/CNRS  
brichap@club-internet.fr

2. Patrick Charaudeau, « Pour une interdisciplinarité « focalisée » dans les sciences humaines et sociales », in Questions de Communication, 2010, consulté le 8 janvier 2013 sur le site  
URL: <http://www.patrick-charaudeau.com/Pour-une-interdisciplinarite.html>

Dès 1994 Maryvonne Masselot-Girard lance dans l'académie de Besançon une recherche action « Télécole »<sup>3</sup> avec la participation du CDDP de Belfort, dont les différents objectifs et méthodes pédagogiques concernant la maîtrise des médias par les enfants, sont le fruit d'une collaboration entre enseignants et chercheurs du laboratoire le CRELF. Un fichier avec exercices, vidéos et ressources documentaires est élaboré et sert de support à cet enseignement des médias literacy.

C'est à cette période en 1993 que le CLEMI, le CNRS, l'INA, l'INRP et les universités mettent en commun leurs réflexions et les résultats de leurs travaux pour fonder le GRREM (Groupe de recherche sur les relations des enfants et des médias), au sein duquel Maryvonne conduira de nombreuses initiatives et manifestations et continuera à travailler jusqu'à sa cessation d'activités. La première partie d'un des derniers ouvrages<sup>4</sup> qu'elle dirige, issu des rencontres du GRREM, est consacrée dans une suite logique à une éducation critique au virtuel.

En même temps qu'elle continue de faire un lien entre sa réflexion théorique et la mise en place de dispositifs pédagogiques, Maryvonne Masselot est chargée de mission pour l'éducation à l'image auprès de Ségolène Royal, alors ministre déléguée à l'enseignement scolaire. Dans le texte d'orientation du 7 Juin 1999 la ministre tient compte de ces recherches et de ces expériences pédagogiques. L'éducation et l'utilisation de l'image et des médias dans l'enseignement sont des objectifs clairement affirmés: « considérer ceux-ci comme objet spécifique d'enseignement et d'apprentissage ; travailler l'articulation écrit/oral/image tant en lecture qu'en production ; diversifier des situations de classe pour installer des démarches de compréhension et de maîtrise propres aux différents types de discours (cinéma, télévision, affiches, publicité, textes scientifiques) ; conduire les élèves vers la notion d'œuvre et d'auteur, en particulier dans l'écriture audiovisuelle et filmique ».

3. CNDP-DIE, *Les jeunes et les nouveaux médias*, n°35, Novembre 1997, p2.

4. *Jeunes et médias, Éthique, socialisation, éducation, représentation*, L'Harmattan, 2002.

5. *Éducation et communication à l'épreuve des médias*, *Hermès n°48*, CNRS éditions, 2007.

Dans le numéro d'Hermès consacré aux racines oubliées de la communication, Geneviève Jacquinet-Delaunay<sup>5</sup> rappelle le constat commun que faisaient Michel Tardy (1966, 1973) et Henri Dieuzède (1965) au milieu des années soixante sur la nécessité, pour l'un « d'une pédagogie des messages audiovisuels » et pour l'autre de leur intégration dans les apprentissages. Dans

les décennies qui suivirent, l'ICAV (Initiation à la culture audiovisuelle) et l'opération J.T.A (Jeune téléspectateur actif) se sont développées<sup>6</sup>, ont été évaluées, ont parfois disparu mais se sont également poursuivies ou sont réapparues sous d'autres formes d'organisation et de stratégies pédagogiques.

Maryvonne Masselot-Girard est un acteur important de l'éducation aux médias des années quatre vingt-dix. Elle s'inscrit dans cette lignée d'enseignants-chercheurs qui choisissent dans leurs activités scientifiques de questionner des enjeux de société et qui, très soucieux de leurs responsabilités pédagogiques, mettent en place des enseignements à la mesure de ceux-ci.

La problématique de l'éducation aux médias relancée par Louis Porcher (2006) sous le terme d'éducation à la communication se retrouve en partie dans celle plus actuelle de l'éducation à la culture de l'information. Il n'est pas inutile de regarder en arrière pour mieux comprendre l'apport des travaux et des engagements dans d'autres contextes sociétaux de certains collègues disparus, notre inter-discipline n'en évoluera que mieux.

### **Bibliographie**

Michel Tardy, *Le professeur et les images*, PUF, 1966,1973.

Henri Dieuzede, *Les techniques audiovisuelles dans l'enseignement*, PUF, 1965.

6. Brigitte Chapelain, Deux expériences scolaires de formation à l'audiovisuel : ICAV et JTA, *Hermès n°48*, CNRS éditions, 2007.



## ÉLECTIONS ET SIC

### Quatre contributions

## ÉVOLUTION DE L'ANALYSE DES ÉLECTIONS EN SIC

► Franck Bousquet<sup>1</sup>

La question des élections, fondamentale dans les sociétés démocratiques, est un objet qui intéresse toutes les sciences humaines et sociales : la science politique, en particulier par l'intermédiaire de la sociologie électorale, l'anthropologie à travers les études sur les processus de représentation, les sciences de gestion avec le marketing qui étudie les ressorts commerciaux des campagnes électorales, sans oublier le droit, la philosophie, la sociologie ou l'histoire pour ne citer que celles qui produisent le plus de travaux sur le sujet. Quelle est donc la place des sciences de l'information et de la communication dans cet assemblage disciplinaire et comment s'est construit leur rapport aux élections ?

Historiquement cette discipline s'est constituée en mettant en tension des visées pratiques de formation de professionnels, en grande partie pour répondre à une demande sociale, et des objectifs analytiques de chercheurs tentant de délimiter un champs, des méthodes et des cadres permettant de réfléchir sur ces nouvelles réalités sociales.

C'est donc la communication politique, avec une vision à la fois analytique et opératoire, qui a constitué la porte d'entrée des SIC vers le processus électoral, notamment à travers la création de modules d'enseignement, puis d'axes de recherches spécialisés sur le sujet. Proche au départ de la communication des organisations, ces études et ces enseignements partageaient de nombreuses problématiques avec le marketing, et notamment une ambition commune d'analyser l'influence des moyens mobilisés durant les campagnes électorales pour atteindre et convaincre l'électeur potentiel.

Un deuxième axe de la recherche en SIC se rapportant aux élections s'est construit à travers les études sur l'un des objets qui a le plus occupé la discipline : les médias. Les recherches sur la presse, la radio et la télévision et leurs rôles dans le processus qui pouvait amener les citoyens à finaliser leurs choix électoraux

1. Université de Toulouse, LERASS

ont occasionné de nombreuses discussions et ont tenu un rôle majeur dans la visibilité des SIC dans le débat public. La controverse sur les effets des médias, pourtant apparemment tranchée dès les années 1940 et les travaux de Lazarsfeld, ont par exemple donné lieu à de nombreuses publications. Une fois encore les praticiens proches de la discipline tendaient à défendre un point de vue légitimant leur fonction auprès des décideurs politiques, alors que de nombreuses études minoraient l'influence des médias sur le processus électoral ou se plaçaient plus volontiers du côté de la théorie critique.

C'est par l'intermédiaire de ces recherches que se sont en outre développées certaines approches venues de la socio-économie, ou de l'analyse de discours, qui ont nourri la discipline et les manières d'aborder la production des discours électoraux médiatiques. Néanmoins deux éléments principaux sont venus modifier les contextes, médiatique et électoral, amenant les chercheurs en SIC à renouveler leurs approches :

- Tout d'abord la sociologie électorale a diagnostiqué un nombre grandissant d'électeurs flottants pour lesquels le vote n'était plus déterminé par des conditions socio-économiques stables, mais par un faisceau d'influences de plus en plus mouvant et dans lequel les médias tenaient leur part.
- Ensuite, est intervenue une complexification de la configuration médiatique ainsi que des changements profonds dans les façons d'intervenir dans les médias des hommes politiques avec en particulier une frontière de plus en plus floue entre vie publique et vie privée et des comportements modifiés par la croyance en l'efficacité de la communication, auxquels s'est ajoutée une accélération du temps de l'action et du jugement provoquée par l'inflation sondagière.

Cela a eu pour effet de provoquer des évolutions théoriques dans les SIC avec en particulier l'apparition de paradigmes envisageant de nouveau, mais différemment, les effets de la communication politique dans les médias sur le processus électoral : désormais il est devenu acquis que nulle étude ne pouvait se mener sans une prise en compte du contexte global dans lequel s'insère la communication et que si l'on devait parler d'effets, il fallait les

rapporter à la situation particulière qui les concerne en essayant d'envisager les multiples facteurs pouvant intervenir dans le phénomène. On envisagera donc des effets d'agenda, pour évoquer par exemple le rôle de la communication médiatique dans l'émergence de questions politiques, ou des effets de cadrage, pour analyser la manière dont leur résolution est envisagée dans leur présentation même. Les recherches sur la communication politique dans les médias, comme l'ensemble des recherches en SIC, sont donc centrées sur des médiations particulières, qu'il convient à chaque fois de singulariser, mais qui ne peuvent s'envisager qu'à travers la prise en compte d'un contexte global.

Bien entendu l'arrivée d'internet va créer une nouvelle branche florissante des études médiatiques, en particulier en SIC, qui reprend à son compte la plupart des interrogations concernant la communication politique dans le contexte d'une démocratie représentative en y adjoignant les méthodes et les problématiques de la sociologie des usages qui s'étaient développées au temps où certaines technologies de l'information et de la communication étaient encore dites « nouvelles ». Là encore les globalisations socio-économiques viendront compléter les monographies sur les usages des citoyens, des journalistes ou des politiques.

Un dernier versant des recherches en communication qui a définitivement affirmé la légitimité des SIC à traiter de l'objet élection est constitué par l'apport théorique habermassien. En effet, au contraire des courants précédents qui se sont davantage construits autour des objets, les travaux inspirés par Habermas ont découlé d'un tournant théorique. Lorsque l'ouvrage du philosophe allemand sur l'Espace Public a été traduit en France à la fin des années 70, il a provoqué dans les SIC, récente discipline universitaire, un virage épistémologique majeur en devenant un texte de référence l'ancrant ontologiquement. En effet, toutes les recherches sur les liens d'interdépendance entre la sphère médiatique, la sphère politique et celles des publics au sens large allaient désormais faire référence implicitement ou explicitement à l'Espace Public en le considérant comme un point de départ, certes discutable, mais incontournable. L'appréhension par la discipline de la démocratie représentative et du processus électoral allait par conséquent être infléchie. Se sont donc construits parallèlement une méthode estampillée SIC d'aborder le fait politique

et un courant au sein de la discipline qui, prolongeant Habermas, a poursuivi la réflexion autour de la démocratie participative et du fait délibératif, dépassant par la même le fait électoral, tout en conservant parfois la dimension normative présente dans les travaux originaux.

À travers cette réflexion sur la façon dont les SIC ont abordé les élections, nous en avons dessiné la méthode et l'objet principal, construits petit à petit par la discipline, et qui désormais la caractérisent et la définissent. L'objet de la discipline est le fait de communication, le lien, la médiation, ce qui dans le cas des élections se matérialise par l'étude des liens entre l'électeur, celui qui se propose de le représenter, leurs groupes et structures d'appartenance respectifs, et l'ensemble des organisations, hommes, moyens, techniques et dispositifs qui entretiennent l'interaction (autrement dit la configuration médiatique propre à une époque). Du point de vue de la méthode, une approche globale devient nécessaire car il est impossible d'aborder le lien sans étudier le contexte socio-politique, les configurations médiatiques dans leurs dimensions sociologiques et économiques, les processus et les logiques de production et de réception qui les caractérisent, mais aussi les différents mondes sociaux auxquels appartiennent représentants et représentés. Les SIC, dans leur approche du lien qui sous-tend le processus électoral, sont donc dans une logique constructiviste où la communication politique construit et se construit par les productions et les réceptions médiatiques comme par les interactions à l'intérieur des groupes sociaux. Les trois points du triangle (sphère politique-sphère médiatique- autres mondes sociaux) interagissent donc les uns sur les autres pour produire les représentations et les cadres d'un processus électoral qui lui-même, par son dispositif propre (type de suffrage ; mode d'organisation ; lois électorales...), a des effets sur les trois autres.

Longtemps médiacentrées, les études sur la communication politique médiatisée en SIC nous semblent désormais déplacer leur regard de la logique médiatique à la logique sociale en montrant que les médias sont certes des acteurs importants, mais que les différents mondes sociaux qui les entourent doivent aussi être analysés : s'ils sont changés, ou même construits par des logiques médiatiques, ils sont aussi partie prenante dans l'élaboration de ces logiques.

## LE WEB EN CAMPAGNE, UN DÉFI MÉTHODOLOGIQUE

► Gersende Blanchard<sup>1</sup>

► Fabienne Greffet<sup>2</sup>

L'analyse des campagnes électorales françaises depuis les années 2000 a montré l'usage croissant qui est fait du web, et plus largement de l'internet, en France, dans ce moment particulier de la vie démocratique de la V<sup>e</sup> République que constitue l'élection présidentielle<sup>3</sup>. Schématiquement, la campagne présidentielle de 2002, qualifiée de première « net-campagne », s'était surtout caractérisée par la diffusion en ligne de matériaux informationnels élaborés pour des supports hors-ligne, tels que des tracts et des brochures. Les observations effectuées durant la campagne de 2007 ont montré un accroissement des appropriations politiques de dispositifs participatifs, dans une période où les blogs et les wikis se développaient. La plate-forme « Désirs d'avenir », les blogs de sympathisants et militants ou les forums de discussion de certains sites de partis politiques faisaient partie de la panoplie de ces dispositifs offrant des opportunités de prise de parole et de participation à des échanges. La campagne de 2012 confirme ce modèle de profusion<sup>4</sup> des lieux de « cybers-présence » des candidats, de leurs entourages et des partis politiques ; et une tendance de la communication politique en ligne à se concentrer sur des opportunités de mobilisation au service de la campagne, plutôt que sur une ambition programmatique ou dialogique.

« Le » web politique, depuis 2007, s'est considérablement étendu et a notamment migré sur les réseaux sociaux. Il apparaît dilué et s'apparenterait davantage à un ensemble pluriel de webs politiques, dont chaque espace présente des spécificités et s'appréhende dans un cadre socio-technique spécifique. Par ailleurs, les pratiques observées en ligne gagnent à être replacées dans un contexte plus large, qui est celui des pratiques de participation en ligne y compris au-delà des frontières de la politique institutionnelle, mais aussi celui de la participation hors-ligne, électorale ou non. Cette configuration complexe ouvre un ensemble d'interrogations méthodologiques.

1. GERIICO - Université Lille 3 – gersende.blanchard@univ-lille3.fr

2. IRENEE – Université de Lorraine et PACTE-CNRS Grenoble, Fabienne.Greffet@univ-nancy2.fr

3. Les pratiques du web politique sont nettement plus restreintes lors des campagnes législatives ou municipales. Voir F. Greffet (dir.), *Continuer la lutte.com, Les partis politiques sur le web*, Paris, Presses de Sciences Po, 2011

4. N. Benvegna, B. Villalba, « Us et coutumes de l'interactivité en campagne. Les sites de candidats aux élections », *Terminal*, n°87, 2002, p.53-64

## Un ou des web politiques ?

Les travaux disponibles depuis une dizaine d'années soulignent le caractère à la fois expansionniste et mouvant du web politique. Les initiatives de communication politique se sont multipliées sur le web au fur et à mesure de l'apparition de nouvelles applications techniques et de leur appropriation croissante par les acteurs politiques et les citoyens. Alors qu'au début de la décennie, Pippa Norris dénombrait en moyenne 7 sites internet politiques par pays<sup>5</sup>, un repérage sommaire de la cyberprésence telle qu'observable en février 2012 de l'un des candidats à l'élection présidentielle française, François Hollande, suffit à montrer la complexité du paysage politique numérique qui s'était développé autour de lui. En plus des « classiques » sites internet, site personnel du candidat et site (permanent) de son parti, un site spécifique de campagne, Toushollande.fr, a été créé. Celui-ci constitue surtout un outil de mobilisation et d'organisation destiné à mettre en relation équipe de campagne et sympathisants. Il fait appel à la logique du réseau social, largement utilisée pour articuler actions de mobilisation en ligne et actions hors ligne.

Celle-ci n'est cependant pas restée confinée, durant la campagne, à des espaces réservés aux sympathisants du parti socialiste volontaires pour s'inscrire - comme TousHollande.fr ou antérieurement, la Coopool. Elle est apparue couplée à un investissement des grands réseaux de sociabilité en ligne, comme Facebook, Twitter ou encore Tumblr. Des dizaines de groupes Facebook, créés directement par l'équipe du candidat ou plus spontanément par ses sympathisants, étaient ouverts à l'expression des soutiens. Il en était de même avec Twitter, où, en ne considérant que les comptes concernant François Hollande et quelques membres de son équipe de campagne numérique, on pouvait en repérer une demi-douzaine. Enfin, le recours à la vidéo - simultanément diffusées sur les sites, les réseaux sociaux et les plate-formes de partage que sont par exemple Youtube et Dailymotion -, ainsi qu'à la photo - par exemple par Instagram - s'inscrivait dans cette recherche de démultiplication. Dans le même temps, les équipes en charge de la communication numérique et les budgets de campagne web se sont étoffés.

5. P. Norris, *Digital Divide. Civic Engagement, Information Poverty and the Internet*, Cambridge, Cambridge University Press, 2001

Comment appréhender ces phénomènes, cette multiplication des formes de la communication numérique de campagne et la diversité de ses pratiques ? Plusieurs éléments semblent importants à souligner. Tout d'abord, même démultipliés, les espaces du web politique ne constituent qu'une partie infime des contenus web disponibles et visités ; les enquêtes montrent une domination du « web pratique » et du « web de divertissement »<sup>6</sup>, tandis que le web politique et plus largement les pratiques citoyennes en ligne restent marginaux. La population des internautes politiques est (encore ?) circonscrite à certaines catégories sociologiques : plus masculine, plus diplômée, plus urbaine et surtout plus intéressée par la politique que la moyenne de la population ; et les pratiques politiques en ligne sont loin d'être généralisées. Ainsi, 20% des internautes français déclaraient à l'automne 2011 avoir l'intention de s'informer sur un site ou un blog de candidat et 14% de discuter en ligne de la campagne de 2012<sup>7</sup>.

6. Cf. S. Rouquette, « Le Web des internautes. Trois relectures sociologiques des études d'usages du Web », *Communication*, vol 6/2, 2008, consultable en ligne : <http://communication.revues.org/index710.html>

7. Enquête Ipsos/Logica/Msn du 16 novembre 2011

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

Ensuite, appréhender ces pratiques en ligne, qui irriguent le répertoire de la participation de nouvelles formes potentielles et contribuent ainsi à ré-interroger la notion même de participation politique<sup>8</sup>, nécessite pour les chercheurs de définir des corpus et de mettre au point des outils d'observation et d'analyse. Les questions de la constitution des échantillons, ainsi que de la mise au point de stratégies d'appréhension des contenus en fonction des hypothèses de recherche, constituent des interrogations classiques en sciences sociales. Dans le cas des contenus numériques cependant, les dimensions à tester apparaissent de plus en plus nombreuses, notamment du fait de la multiplication des potentialités technologiques ces dernières années et de l'empilement des applications utilisées, et nécessitent d'être traduites dans des indicateurs permettant d'appréhender à la fois ce qui est commun et spécifique aux différents dispositifs techniques étudiés. Il peut également sembler difficile d'avoir une perspective diachronique sur les transformations des contenus numériques, et surtout d'interpréter leurs significations. Par ailleurs, l'extension de la taille des corpus confronte à la nécessité de traiter des masses de données importantes, par le biais de techniques de traitement (éventuellement) automatisées. Des outils - par exemple de cartographie web ou d'analyse textuelle des contenus - sont désormais disponibles pour la communauté des chercheurs, mais leur usage et l'interprétation des résultats nécessitent des pré-

cautions méthodologiques d'autant plus grandes que certaines opérations sont assurées par la machine. En outre, la fascination pour la désormais possible quantification des contenus ne doit pas masquer la diversité possible des interprétations. Par exemple, que signifie le fait d'être « ami » avec un-e candidat-e à l'élection présidentielle sur un réseau social, s'agit-il d'afficher une « identité numérique », de discuter avec d'autres, de s'engager ? Dans quelle mesure diffuser à ses proches un contenu vidéo concernant la campagne a-t-il une signification politique ? Ces questions ne peuvent trouver de réponse univoque et automatisée, seules des observations au plus près des pratiques concrètes permettent de comprendre les pratiques et les motivations des internautes.

9. J. Denouël, F. Granjon (dir.), *Communiquer à l'ère numérique. Regards croisés sur la sociologie des usages*, Paris, Presses des Mines, 2011

10. Projet de recherche comparatif franco-québécois bénéficiant d'un financement de l'Agence Nationale de la recherche et du Fonds Québécois pour la Culture et la Recherche Scientifique pour la période 2012-2014, mené conjointement en France par l'IRENEE-Nancy (F. Greffet, responsable scientifique France), le CEDITEC-Paris Est Créteil (S. Wojcik) et GERIICO-Lille 3 (G. Blanchard), ainsi qu'au Québec par le GRCP-Université Laval (Th. Giasson, responsable scientifique Québec, et F. Bastien) et l'Université du Québec à Trois-Rivières (M. Lalan-cette).

11. Voir par exemple S. Ward, D. Owen, R. Davis and D. Taras (eds.), *Making a difference : A comparative view of the role of the Internet in election politics*, Lanham, MD, Lexington Books, 2008.

Enfin, et ainsi que le soulignent Fabien Granjon et Julie Denouël dans un récent ouvrage<sup>9</sup>, ces « traces numériques » omniprésentes et relativement facilement accessibles techniquement peuvent conduire les chercheurs à (trop) se focaliser sur ce qui leur demeure visible en ligne, au détriment d'autres pratiques sociales en ligne, tel que l'usage qui peut être fait de l'email par exemple, ou au détriment des pratiques sociales hors ligne qui, rappelons-le, constituent (encore ?) l'ordinaire de beaucoup de citoyens.

### **Articuler analyses en ligne et hors ligne**

Prenant acte de ces éléments, et assumant le parti-pris d'une articulation entre observations en ligne et hors ligne, le projet « enpolitique.com »<sup>10</sup> appréhende concomitamment les stratégies de campagne électronique des candidats et partis politiques et les pratiques et réceptions citoyennes de ces stratégies. Cette approche est issue à la fois d'une analyse critique des travaux désormais nombreux et cumulatifs dans le champ des campagnes en ligne<sup>11</sup>, et de la volonté de conduire une étude bidisciplinaire sciences de l'information et de la communication/science politique. Elle s'appuie sur trois orientations de recherche principales : la mise en relation du contenu de la communication électronique des partis et candidats pendant la campagne avec les ressources organisationnelles et les pratiques des acteurs de sa mise en œuvre ; la volonté de ne pas se restreindre à l'analyse de « l'offre » électorale, c'est-à-dire à ce qui est proposé aux internautes par les acteurs institutionnels pendant la campagne, mais de chercher à analyser ce

qu'ils en font et la manière dont ils perçoivent cette offre ; enfin, la nécessité de resituer les pratiques des internautes observées en ligne avec les pratiques hors ligne, et les pratiques électorales avec les autres pratiques politiques et plus largement citoyennes.

A cette fin, plusieurs méthodes quantitatives (grille de lecture systématique des dispositifs web, questionnaire en ligne) et qualitatives (entretien semi-directif et groupe de discussion) ont été combinées pour analyser les cas des dernières campagnes législative québécoise (août-septembre 2012) et présidentielle française (avril-mai 2012). Dans une visée comparative, il s'agit de comprendre dans quelle mesure les pratiques de campagne en ligne s'inscrivent dans un processus de « standardisation » des campagnes électorales, marqué par le « management » des citoyens<sup>12</sup>, c'est-à-dire le recours à des techniques de (web)marketing politique identiques en France et au Québec.

Ainsi les entretiens semi-directifs, auprès des différents acteurs impliqués dans la gestion et l'élaboration de la campagne en ligne des partis et des candidats, visent à identifier les principaux objectifs politiques et communicationnels des stratégies déployées, y compris du point de vue des techniques de marketing mises en œuvre. L'élaboration d'une grille analytique permet, quant à elle, de spécifier les outils web proposés (participatifs ou non, co-production ou pas de contenu...) et de repérer les types de stratégies et les publics privilégiés. Au-delà, il s'agit ici d'identifier la diversité des acteurs qui participent aux campagnes en ligne et de tester l'hypothèse que les usages du web par les partis et candidats aux élections législative québécoise et présidentielle française de 2012 participent au brouillage, déjà repéré<sup>13</sup>, des frontières entre sympathisants/adhérents/militants, ou dans le parti/en-dehors du parti.

Conjointement, les enquêtes menées directement auprès d'internautes, par le biais d'un questionnaire en ligne et d'entretiens de groupes ou individuels, permettent d'appréhender les pratiques citoyennes des outils et contenus web proposés par les partis et candidats ainsi que les évaluations, par le public, de l'usage que font les organisations partisanes et les candidats des techniques du web 2.0<sup>14</sup>. Sont également abordées les relations - et complémentarités éventuelles - entre pratiques en ligne et hors ligne, à

12. Ph. N. Howard, *New Media Campaigns and Political Culture in America*, Cambridge, Cambridge University Press, 2006.

13. R. Lefebvre, *Les premiers socialistes. La fin du parti militant*, Paris, Raisons d'agir, 2011

14. F. Bastien, G. Blanchard, « Les présidentielles de 2012 en ligne : quels usages et quelles perceptions pour les internautes politiques français ? », colloque « La communication politique des présidentielles de 2012 : premières analyses », Ceccopop, Paris, 22 juin 2012.

travers notamment des questions sur le comportement électoral lors des campagnes législative québécoise et présidentielle française de 2012.

Il s'agit donc, on le voit, non seulement de mieux connaître un « web politique » pluriel, mais aussi de l'analyser en contexte : contexte organisationnel de production des campagnes en ligne, contexte social des internautes, contexte numérique dans lequel s'inscrivent les pratiques de participation en ligne ; ce qui permet, selon nous, de répondre à quelques-unes des interrogations méthodologiques évoquées précédemment.

## GAGNER LES ÉLECTIONS VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX OU LES ANCIENS MÉDIAS

► Marc Lits<sup>1</sup>

**A** chaque élection, qu'elle concerne le niveau local ou national, les journaux proposent de pleines pages sur l'usage de Twitter par le personnel politique en campagne, ils invitent aussi leurs lecteurs à chatter avec les candidats, et relayent les déclarations pseudo-intimes que ceux-ci ont déposées sur leur page Facebook. Mais il ne faut pas négliger pour autant le poids d'un ancien média, la télévision, qui reste au premier plan de la communication politique. Les réseaux sociaux n'ont pas mis fin au pouvoir du débat télévisuel classique dans une campagne électorale. Lors de la présidentielle française de 2007, le débat de l'entre-deux-tours entre les candidats Ségolène Royal et Nicolas Sarkozy a rassemblé plus de 20 millions de téléspectateurs sur les différentes chaînes qui le diffusaient simultanément (contre 90.000 personnes qui le suivaient sur internet au même moment). C'est un record pour une émission politique à la télévision, digne des meilleures audiences des matches de finale de Coupe du monde de football, et le signe que ces moments de débat apparaissent encore comme les lieux majeurs d'une campagne électorale. Les candidats en ont d'ailleurs bien conscience, puisqu'ils passent chacun plusieurs journées, avec leurs collaborateurs, à préparer ce type de rendez-vous essentiel dans leurs plans de campagne. Quant au débat entre Sarkozy et Hollande, le 2 mai 2012, il a presque atteint ce record, avec 17,8 millions de téléspectateurs, faisant 62,8 % de part de marché, dans une répartition presque égale entre la chaîne publique et la privée.

Alors qu'on pensait que la presse d'opinion avait disparu sous la poussée des enjeux économiques liés au déclin de la presse écrite et à l'explosion des médias privés, on se rend aujourd'hui compte que les médias classiques (le vieux quotidien papier, les vieilles images télévisées) jouent encore et toujours un rôle dans un espace public sans cesse redéfini mais toujours vivace à travers des supports diversifiés.

1. Observatoire du récit médiatique, UCL.  
marc.lits@uclouvain.be

## Exister grâce à Twitter

Pourtant, la presse écrite multiplie les articles sur l'usage des nouveaux médias par nos hommes et femmes politiques. Il y a quinze ans, ils ouvraient un site web ; il y a cinq ans, ils tenaient leur blog<sup>2</sup> (ou le faisaient écrire par leur attaché de presse !) ; aujourd'hui, ils sont sur Facebook et sur Twitter. Ils pensent ainsi se placer dans le sillage de Barack Obama, dont on dit qu'il aurait gagné les élections présidentielles américaines de 2008 parce qu'il aurait mieux utilisé les nouvelles technologies de communication que son concurrent McCain. C'est vrai qu'il avait davantage d'amis sur Facebook et que l'usage de Twitter était systématisé par ses comités de soutien. On oublie cependant que ces outils (car ce ne sont que des outils, jamais des messages en soi) n'ont pas été pas utilisés pour défendre son programme, mais pour créer des contacts directs et personnalisés avec chacun de ses "amis" et followers. Et dans le même temps, 52 millions d'Américains avaient suivi le premier débat télévisé opposant les deux prétendants. Si aujourd'hui, Obama déclare avoir 18,8 millions de followers sur Twitter (mais certains bureaux d'analyse prétendent que la moitié d'entre eux sont faux) et Romney seulement 900.000 (avec aussi certains comptes créés de toutes pièces), le premier débat entre Obama et Romney a touché davantage d'électeurs, plus de 67 millions.

Cet espace public qui s'organise désormais par l'intermédiaire des réseaux sociaux se transforme indéniablement. L'usage d'un micro-blogging tel que Twitter permet d'entrer autrement en discussion avec les électeurs potentiels. Ce ne sont pas les 140 caractères maximum utilisables dans cette forme de transmission qui permettent un véritable échange entre les électeurs et les élus, ou entre les citoyens, mais ils favorisent deux éléments essentiels du débat public : la réappropriation par certains citoyens d'enjeux politiques dont ils pouvaient se sentir exclus, entre autres dans les classes d'âge les plus jeunes, et le contact direct entre candidats et citoyens. Il faut en effet bien comprendre la manière dont le candidat Obama a utilisé Twitter. Il envoyait bien sûr des messages réguliers et personnalisés à des centaines de milliers d'abonnés à son site, mais il s'en servait surtout, grâce aux procédés de localisation géographique que cette technologie permet, pour inviter les abonnés des régions où il tenait un meeting à le rejoindre sur place. La technologie de pointe a donc servi, pour une bonne part, à favoriser le contact physique avec le candidat, à faire sortir de chez eux les internautes fixés sur leurs écrans pour venir le rencontrer personnellement.

2. A. Klein (sous la dir. de), *Objectif blogs ! Explorations dynamiques de la blogosphère*, Paris, L'Harmattan, 2007.

Lors de la campagne américaine de 2008, les conseillers de John McCain ont largement eu recours au site Youtube pour diffuser des vidéos très agressives contre son adversaire. Cela présentait trois avantages : le coût était moins élevé tant pour la production que pour l'achat d'espaces publicitaires sur des chaînes télévisées nationales ou régionales ; le ton pouvait être beaucoup plus libre, puisque destiné à un public qui choisirait de les télécharger ; le relais était garanti, via le buzz médiatique créé, vers des journaux et des reportages qui évoqueraient ces clips dans leurs rubriques de couverture de la campagne électorale. C'était donc tout bénéfice pour le candidat, mais cela montre à nouveau que l'usage des réseaux sociaux est aussi conçu pour servir de relais vers les médias traditionnels, dans une interconnexion permanente.

### **Un ethos médiatique**

Par contre, ces réseaux sociaux jouent aussi un rôle nouveau, dans la mesure où ils peuvent très rapidement dévoiler et faire circuler des images défavorables à l'ethos construit par le candidat. Vidéos datant de la jeunesse, images de prestations maladroites oubliées de tous, séquences les tournant en ridicule, par exemple parce qu'ils ont fait une chute, voire détournements satiriques de leurs propos et de leur attitude : tous ces matériaux audiovisuels contribuent à construire une contre-image du candidat sur laquelle il n'a aucune prise, et face à laquelle toute dénégation ou toute condamnation ne ferait que renforcer son impact et sa circulation.

Un des exemples célèbres est la vidéo postée sur Youtube en février 2008 (vue plus de 13.000.000 de fois) montrant le président Sarkozy, lors d'une visite du salon de l'agriculture, s'en prenant à un visiteur qui refuse de lui serrer la main, et lui disant « Alors, casse-toi, pauvre con ». L'effet est bien sûr désastreux par rapport à l'image de la stature présidentielle, en ce qu'elle doit à la fois affirmer une certaine dignité qui se traduit par le choix d'un langage soutenu et une empathie envers ses concitoyens, peu présente dans ce cas. Tout aussi dommageable est l'usage malheureux des nouvelles technologies. C'est ainsi qu'à deux reprises, en 2010 et en 2011, le premier ministre belge Yves Leterme diffusa par erreur un message à l'ensemble de ses followers sur Twitter, alors qu'il relevait d'un échange privé, d'ordre plutôt intime. Au-delà des conséquences que cela put avoir dans sa vie personnelle,

c'est surtout une image d'usager maladroit des nouvelles technologies qui s'imposa sur la planète des micro-blogueurs, lesquels relayèrent instantanément ces erreurs sur les réseaux sociaux. Et la presse traditionnelle continua la boucle en relatant l'événement dans ses colonnes. C'est la crédibilité même de l'homme politique qui est alors mise en cause, et son incapacité à gérer des outils de communication qui sont désormais considérés comme faisant partie des outils de base de tout individu en société.

Lorsque Dominique Strauss-Kahn a été inculpé pour viol en mai 2011 à New York, il a vu une image de lui extrêmement négative circuler sur les écrans du monde entier : menotté, entouré de policiers à la sortie d'un commissariat, mal rasé. Curieusement, lorsque des images de Strauss-Kahn sont recherchées sur Google dans les semaines qui suivent, ce ne sont pas celles-là qui apparaissent en premier, mais des portraits beaucoup plus souriants et positifs. Des agences de communication habituées à fabriquer des campagnes sur internet et à favoriser l'émergence de produits, ou de clients, dans les premières requêtes s'affichant sur les moteurs de recherche auraient été commanditées pour assurer ce nettoyage. L'exemple est doublement révélateur. Il montre bien l'importance que tout homme politique accorde à son image publique, à la fois pour des raisons narcissiques, sans doute, et pour des raisons de communication. Il illustre aussi combien il est désormais essentiel de contrôler cette image, en ayant recours à des agences professionnelles, qui travaillent en amont pour construire le meilleur ethos d'un candidat à une prochaine élection, en fonction de ses aptitudes et du profil attendu de la fonction, et en aval, pour assurer en permanence le contrôle sur l'image qui circule à travers les réseaux électroniques. L'heure de la communication politique virtuelle est probablement arrivée, même si elle n'éclipsera pas d'autres types de relation avec les citoyens.

Mais ceux-ci y seront probablement davantage associés, dans des formes de participation favorisées par la généralisation du web 2.0. Sophie Pène cite le blog du secrétariat national aux nouvelles technologies du parti socialiste, en 2006, qui veut présenter au militant un outil d'appropriation des informations distillées par le parti, afin qu'il en devienne le co-producteur, sinon dans les contenus au moins dans leur agencement : « Le web 2.0 au

parti socialiste, c'est depuis quelques mois un journal quotidien d'information sous forme de blog avec des podcasts, des vidéos et la possibilité de commenter chaque article, l'accréditation des blogueurs à toutes les conférences de presse et grands événements du PS, l'utilisation des logiciels libres, la diffusion de tous les contenus sous licences creative commons, le déploiement d'une plate-forme de blogs [...]. Mais surtout vous allez pouvoir faire de ce site votre site personnalisé, éditer et organiser vos contenus et informations comme vous le souhaitez<sup>3</sup>. »

Au-delà du langage qui s'apparente davantage à un discours commercial de promotion d'un kit du parfait petit internaute, il y a la volonté explicite de rapprocher le citoyen ordinaire de la politique et des dirigeants élus (par suivi en direct des conférences de presse, par exemple) et de lui donner un rôle actif dans la préparation des options défendues par le parti. Mais cette invitation reste encore cantonnée dans un cadre entièrement contrôlé par les instances du parti, et ne témoigne pas d'une véritable démarche participative, entre partenaires à part égale dans le débat. C'est peut-être cela qui adviendra via les sites participatifs indépendants des professionnels de la politique, ou à travers les blogs et forums de discussion animés par de simples citoyens, sans appartenance à un parti déterminé, qui permettront de voir émerger une forme de polyphonie participative, annonce d'un nouveau type de contrat social interactif. Mais on ne peut pas encore dire qu'on est arrivé à cette nouvelle forme d'agora qui devrait redynamiser le débat politique, particulièrement en période électorale.

3. S. Pène, « Bloguer la politique », *Communication et langages*, n° 151, mars 2007, p. 87

# À PROPOS DES MÉDIAS DANS LA CAMPAGNE PRÉSIDENTIELLE DE 2012

► Pierre Lefébure<sup>1</sup>

La séquence électorale française de 2012 a été marquée par des phénomènes précis de communication dont deux sont plus particulièrement notables et seront ici présentés : d'une part, la relativement faible capacité des outils numériques à construire les relations de communication entre candidats et électeurs et, d'autre part, ce qui demeure l'emprise de la télévision sur cette relation. Chacun de ces points mérite des développements plus approfondis - des travaux sont en cours - mais déjà leur mise en regard synthétique donne matière à réflexion quant aux rapports entre stratégies politiques et usages des outils de communication.

Le premier point qui doit être examiné - et avec grande rigueur compte tenu des attentes auquel il avait donné lieu - concerne les outils de communication numériques.

## Les outils de communication du numérique

Le cumul des expériences survenues depuis une dizaine d'années a pu inspirer l'idée selon laquelle le numérique devrait de plus en plus structurer les stratégies et l'organisation des activités politiques (Greffet 2011).

En France, à l'élection présidentielle de 2002 apparaissent les composantes numériques des dispositifs de campagne (équipe dédiée, site internet dupliquant la campagne, gestion de la relation aux journalistes). La campagne référendaire de 2005 sur le Traité constitutionnel européen voit se développer un activisme numérique principalement sous la forme de blogs, dont le nombre et le maillage permettent notamment aux promoteurs du « non » de compenser la domination des promoteurs du « oui » dans les médias généralistes (Fouetillou 2007). Cela suggère une fragmentation de la participation politique selon des temporalités et des formes renouvelées par rapport au militantisme partisan traditionnel.

1. Université Paris 13-CE-RAL / Laboratoire Communication et Politique pierre.lefebure@univ-paris13.fr

Durant l'élection présidentielle de 2007, la campagne de Royal combine ces tendances dans le dispositif participatif numérique « Désirs d'avenir » qui mobilise plusieurs dizaines de collaborateurs administrant plusieurs dizaines de milliers de contributions textuelles. Quant à Sarkozy, sa stratégie de ciblage inspirée du marketing commercial vise à faire du site internet une plateforme de contenu devant irriguer de manière descendante, continue et massive les militants, sympathisants et électeurs en matériel de campagne, notamment sous format vidéo, à quoi s'ajoute l'achat de mots-clés publicitaires pour orienter la navigation des internautes. Le numérique reprend et doit amplifier la stratégie de pilotage et de maîtrise de l'agenda médiatique dont Sarkozy est spécialiste (Artufel & Duroux 2006). Enfin, avec des moyens inférieurs, Bayrou cherche à stimuler des usages affinitaires, anticipant sans grande réussite le mécanisme relationnel des réseaux sociaux numériques. S'observe donc une diversification des stratégies de campagne selon la place qu'y tient le numérique. Parallèlement, la vidéo en ligne est investie par des amateurs dans des registres essentiellement critiques ou humoristiques susceptibles d'obliger les candidats à réagir très rapidement à des mises en cause inattendues.

A partir de cette genèse et des enseignements tirés des pratiques américaines de 2004 et 2008 (Terra Nova 2009), la campagne 2012 devait affirmer le tournant numérique de la compétition politique. De fait, l'investissement humain et financier des candidats est significativement croissant.

Hollande et Sarkozy assument chacun un budget d'environ 2 millions d'euros (contre moins de 1,5 million en 2007), soit un peu moins de 10% du total de leur effort financier et des équipes dédiées d'environ 30 personnes, auxquelles on peut ajouter le travail des équipes PS et UMP. Pour ces deux principaux candidats, le numérique entre en complémentarité et en soutien de la présence médiatique traditionnelle et de la gestion des relations presse qui demeurent au cœur des stratégies. C'est ce que confirment des mobilisations spécifiques telles qu'une « riposte-party » lors du passage de l'adversaire dans une grande émission de télévision. En revanche, on ne constate pas d'innovation stratégique qui fasse du numérique un élément central ou autonome des dispositifs de campagne comme les pratiques de 2007 auraient pu le laisser attendre.

Pour les autres candidats, le numérique peut être encore plus important s'il permet de compenser leur plus faible visibilité dans les médias traditionnels. En effet, les chaînes généralistes de radio et de télévision sont soumises au régime d'équité (traitement des candidats en fonction de leur « poids politique ») durant la période « préliminaire » (avant validation des candidatures par le Conseil constitutionnel), puis les périodes « intermédiaire » (égalité de temps de parole, équité de temps d'antenne) et de campagne officielle (stricte égalité) rééquilibrent le traitement entre tous les candidats. De fait, Bayrou, Le Pen et Mélenchon consacrent chacun au numérique un budget à peu près équivalent de 0,6 à 0,7 million d'euros avec des équipes dédiées de 6 ou 7 personnes. Si c'est un peu en retrait par rapport à 2007 pour Bayrou, cela atteste la volonté des candidats postulant au statut de « troisième homme » de constituer une ressource numérique organisée et professionnalisée. Chez les « petits » candidats, l'investissement est très inférieur mais ne cède plus à l'amateurisme bénévole de Bové ou Nihous en 2007.

S'ajoutent à cela quelques dizaines (Dupont-Aignan) à quelques centaines (Eva Joly), voire quelques milliers (Hollande), de bénévoles activistes réguliers. Si on élargit le cercle des usagers du numériques en contact avec la campagne des candidats, les réseaux sociaux peuvent être considérés comme contributeurs à une dynamique d'intensification de la campagne. En effet, d'après les données Tequilarapido pour Le Lab Europe 1, si les candidats ne partent pas tous du même niveau, il est clair qu'ils agrègent des fans Facebook et des followers Twitter durant les deux mois précédant le premier tour. Par exemple, Sarkozy part de plus de 500 000 fans (enregistrés durant son mandat présidentiel) et en ajoute environ 100 000, tandis que Mélenchon part de seulement 30 000 mais triple quasiment ce chiffre. Il y a aussi des profils de présence numérique assez distincts. Par comparaison au réseau Facebook qu'il a constitué durant plusieurs années, Sarkozy est relativement en retrait sur Twitter (environ 100 000) et s'y renforce (+ 60 000), alors que Hollande est faiblement installé sur Facebook malgré la primaire PS (un peu plus de 60 000) et y progresse peu (+ 30 000), mais est largement leader sur Twitter (180 000) et le reste (+ 50 000). La dynamique portant Mélenchon dans les sondages d'intention de vote se répercute sur les deux principaux réseaux sociaux numériques tandis qu'Eva Joly stagne

quasiment sur Facebook (autour de 20 000), progresse peu sur Twitter (de 45 000 à 55 000) et que Le Pen y accroît sensiblement sa présence (d'environ 40 000 à 60 000 fans et de 45 000 à 65 000 followers). Il est difficile d'interpréter ces données, mais il reste acquis que les populations concernées sont limitées à la frange la plus active des usagers du numériques. Cela est confirmé par la faible fréquentation des sites officiels des candidats (entre 600 000 et 700 000 visiteurs uniques par mois pour Hollande qui s'en sort le mieux d'après les données Médiamétrie en janvier et février 2012).

Le second point qu'il importe de souligner est l'importance centrale de la télévision.

### **L'importance centrale de la télévision**

Par contraste avec les espoirs (déçus) placés dans les ressources numériques, le premier média conforte d'autant mieux son rôle que s'ajoutent aux programmes des chaînes historiques le suivi des chaînes d'information continue, particulièrement actives par leurs retransmission des réunions publiques des candidats et leurs nombreuses séquences de débats entre observateurs ou acteurs de la campagne. Quelques chiffres permettent rapidement de comprendre le fossé qui sépare encore l'audience des nouveaux médias numériques qui viennent d'être évoqués des performances de la télévision.

En un passage télévisé fortement suivi (Des paroles et des actes, France 2, 26/01/12), Hollande touche 6,3 millions de personnes à son pic d'audience (source Médiamétrie), soit dix fois plus que de visiteurs uniques en un mois sur son site internet officiel et cent fois plus que ses fans Facebook à cette date. Quand une émission importante subit un échec (Parole de candidat, TF1, 27/02/12), c'est quand même une moyenne de 3,2 millions de téléspectateurs qui écoutent ce même candidat. Toujours d'après Médiamétrie, les sites internet des médias traditionnels seraient consultés pour s'informer de l'élection présidentielle par 13% de la population adulte, autant que les sites « pure players », tandis que c'est le double (27%) qui assure recourir aux chaînes télévisées d'information continue et encore 62% au journal télévisé.

Ces proportions sont confirmées par les données des enquêtes post-électorales du CEVIPOF où la télévision est déclarée comme première source d'information sur la campagne par 57% (échantillon représentatif interrogé par internet) à 63% (échantillon représentatif interrogé par téléphone), tandis qu'internet est préféré respectivement par 19% et 11% de ces deux échantillons représentatifs interrogés parallèlement.

Enfin, les programmes liés à l'élection restent des éléments forts de la fin de campagne. Le débat de second tour est suivi par 17,8 millions de téléspectateurs. Les conditions de programmation ont permis aux messages de campagne officielle des candidats souvent considérés comme désuets et peu conformes aux attentes des publics de retrouver des niveaux d'audience élevés. Bénéficiant d'un horaire plus favorable sur leur principal canal de diffusion (sur France 2 à 20h35 au lieu de 19h45 en 2002 et 2007), ils sont suivis en moyenne par 3,7 millions d'adultes au lieu de 1,9 million. L'étude Kantar Media-Médiamétrie sur cette audience permet d'établir que les spots de chacun des candidats ont été vus de manière à peu près équivalente par une moyenne d'environ 40% du public adulte durant les deux semaines précédant le premier tour et que près des deux tiers de cette population y a ainsi été exposée. Les possibles effets de ces messages en termes de construction du choix électoral restent difficiles à évaluer, mais le mécanisme de l'exposition sélective (regarder ce avec quoi on présume être en affinité) semble se confirmer et il faudrait donc plus en attendre un effet de mobilisation de son camp que la démobilitation ou la captation des soutiens potentiels des adversaires.

Si la propagande électorale à la française n'a ainsi pas grand chose à voir avec le « negative campaigning » de la publicité politique à l'américaine, reste la question des effets de moyen terme des programmes satiriques sur l'atteinte à la réputation et à l'image des candidats (Derville 1995). En 2012, ce genre porté par Canal+ à destination d'un public jeune et urbain (Guignols autour de 2,5 millions de téléspectateurs, Petit Journal à moins de 2 millions) a été complété par la séquence de Nicolas Canteloup après le 20h de TF1. Avec un contenu principalement consacré à se moquer des candidats, ce programme a réuni en moyenne plus de 7 millions de personnes du cœur de cible de TF1 pendant sept mois jusqu'au second tour de l'élection.

En pointant l'importance quantitative de la télévision, il ne s'agit pas de présumer l'influence que l'ensemble de cette consommation de programmes politiques est susceptible d'avoir sur différents éléments du rapport à la campagne. En revanche, il s'agit de prendre la mesure de la place cruciale que ce média continue d'occuper dans les stratégies des candidats et dans l'environnement informationnel des électeurs.

Outre l'intégration du numérique et la place prépondérante de la télévision, les mécanismes de communication en période de campagne font aussi intervenir la formation des opinions à moyen terme et les formes de raisonnement développées au gré des échanges interpersonnels (Aldrin 2003, Huckfeldt & Sprague 1995, Lefébure 2011). Interviennent aussi les contacts de proximité opérés par les équipes des candidats avec un effort spécifique du PS autour des pratiques de porte-à-porte inspirées du maillage militant local américain. Il convient donc de ne pas céder à une conception trop média-centrée des phénomènes de communication durant la campagne électorale.

Aldrin, Philippe, « S'accommoder du politique. Economie et pratiques de l'information politique », *Politix*, n. 64, 2003, p. 177-203.

Artufel, Claire, Marlène Duroux, *Nicolas Sarkozy et la communication*, Paris, Pepper, 2006.

Derville, Grégory, « Les différents rôles du Bébête Show auprès de ses téléspectateurs », *Réseaux*, n. 74, 1995, p. 89-108.

Fouetillou, Guilhem, « Le web et le traité constitutionnel européen. Ecologie d'une localité thématique compétitive », *Réseaux*, n. 144, 2007, p. 279-304.

Greffet, Fabienne (dir.), *Continuer la lutte.com. Les partis politiques sur le web*, Paris, Presses de Sciences Po, 2011.

Huckfeldt, Robert, John Sprague, *Citizens, Politics, and social communication*. Information and influence in an election campaign, Cambridge, Cambridge university press, 1995.

Lefébure, Pierre, « Les apports des entretiens collectifs à l'analyse des raisonnements politiques. Composition des groupes et dynamiques discursives », *Revue française de science politique*, vol. 61, n. 3, p. 399-420.

Terra Nova, *Moderniser la vie politique : innovations américaines, leçons pour la France*. Rapport de mission, 2009.

## RÉSEAU D'ASSOCIATIONS LATINES DE RECHERCHE EN INFORMATION ET COMMUNICATION (RALIC)

► Béatrice Vacher<sup>1</sup>

► José Luis Piñuel-Raigada<sup>2</sup>

**R**ALIC<sup>3</sup> est un Réseau d'Associations Latines de Recherche en Information et Communication. Le projet a pris forme en juin 2012 lors du XVIII<sup>e</sup> congrès de la SFSIC à Rennes. Il est coordonné par Béatrice Vacher, chercheur associé au MICA de l'université de Bordeaux et représentante de la SFSIC, et de José Luis Piñuel, professeur à l'université Complutense de Madrid et représentant de l'AE-IC, association espagnole de recherche en communication.

Outre ces deux coordinateurs, les membres organisateurs de ce projet sont : Juan Carlos Aguilac Coghlan de la Complutense de Madrid, Christian Bourret de l'Université de Marnes la Vallée et représentant du réseau international d'intelligence territoriale, Héléne Toulemont des laboratoire MODYCO de Nanterre et Geoarqueología de Tucumán en Argentine, Nicolas Tilli du laboratoire IDETCOM de Toulouse, Carsten Wilhelm de l'Université de Haute-Alsace et de Yanita Andonova de l'Université de Paris XIII.

### Il a trois principaux objectifs :

- Contribuer à la coopération internationale en matière d'enseignement et de recherche entre les associations de recherche, les sociétés scientifiques, les groupes de recherche et les revues appartenant aux zones géographiques de langues latines.
- Promouvoir les rencontres, les publications et les événements en langues maternelles des intervenants (en commençant par des échanges bilingues en français et espagnol).
- Assurer des relations privilégiées avec les associations internationales usagères de la langue anglaise associée à une langue latine, comme le français ou l'espagnol (ICA, EPRERA, CCA-ACC etc.).

### Le projet démarre avec les actions suivantes :

- Lancer les contacts entre associations de langue latine, nationales et internationale, entre sociétés scientifiques internationales et nationales spécialisées en information et communication, entre groupes de recherche actifs à la coopération et entre revues intéressées à publier dans plusieurs langues.

1. MICA  
Beatrice.vacher@gmail.com

2. Université Complutense de Madrid  
pinuel@ccinf.ucm.es

3. En espagnol, RALIC signifie : Red de Asociaciones latinas de Investigadores en Comunicacion

### **Comment faire partie du réseau ?**

- Entre associations : adhésions réciproques institutionnelles. La SFSIC et l'AE-IC en font déjà partie.
- Entre groupes de recherche, laboratoires ou revues : membres institutionnels ou collaborateurs de l'association ou de la revue grâce à des financements sur des projets spécifiques. Il faut pour cela impliquer son association, sa revue ou son groupe de recherche et nommer un correspondant qui sera en charge d'informer les coordinateurs.
- Chaque correspondant de l'association, du groupe ou de la revue met ainsi en place des activités qui s'inscrivent dans le réseau et l'indique aux coordinateurs via la page contact du site Internet, ce qui permet un partage d'expériences (groupes de travail, colloques, interventions, journées d'étude, etc.).
- Un ensemble d'outils Internet est prêt à être en place pour partager ces expériences (wiki pour les correspondants et organisateurs ; Facebook, blog et site Internet – ralic.info - pour une plus large publicité).

### **Pour chaque événement ou publication, il est décidé de traduire dans au moins deux langues (initialement l'espagnol et le français) :**

- à l'écrit : traductions par les auteurs qui s'entraident ou, selon les moyens disponibles, par un traducteur. Les traductions doivent toujours être revues.
- à l'oral : traductions en séquentiel par les intervenants (alternance d'un temps de parole court suivi d'un résumé traduit) et/ou à partir d'un écrit distribué et qui défile, ou, selon les moyens, grâce à une traduction simultanée.

On remarque que le simple usage des deux langues que sont l'espagnol et le français peut servir de lien entre chercheurs « latins ».

Le lancement officiel du réseau a eu lieu lors du congrès de la société latine de la communication sociale à Tenerife du 4 au 7 décembre ([www.ralic.info](http://www.ralic.info))

Le 4 décembre à 16h, J.L. Piñuel a présenté le groupe hispano-français sur le développement de l'intelligence territoriale dans les pratiques sociales et sur l'usage des TIC appliquées aux organisations. Béatrice Vacher, Carsten Wilhelm, Yanita Andonova, y Nicolas Tili

participent à ce panel à travers leurs communications ; Herlène Toulemont et Christian Bourret excusés pour leur absence ont envoyé leurs documents.

Ce même jour, à 19h15, dans la salle principale du congrès, le projet du réseau est présenté officiellement. Les associations, sociétés, groupes et revues présentes ont été invités à participer aux projets qui seront mis en ligne sur le blog au fur et à mesure de leurs développements.



## DOSSIER

# CULTURE(S) DE L'INFORMATION NUMÉRIQUE

Laboratoire GERIICO - Coordination : Yolande Maury<sup>1</sup>

## INTRODUCTION

« Culture(s) de l'information numérique », c'est un titre générique - à visée fédératrice - qui a été retenu pour présenter les travaux des chercheurs de l'équipe SID (Savoirs, Information, Document), composante du Laboratoire GERIICO (Lille 3).

L'objectif n'était pas de faire un dossier supplémentaire sur la « culture de l'information » ou « culture informationnelle »<sup>2</sup>, une problématique à part entière aujourd'hui dans le champ des SIC, objet de nombreuses publications auxquelles ont d'ailleurs régulièrement contribué les collègues de l'équipe SID. Il s'agissait plutôt d'élargir la focale pour étudier les déclinaisons de cette culture en prenant en compte la dimension « numérique ». Si l'ordre des mots a une importance, nous remarquerons que « l'information » est première, mais qu'elle est abordée dans ses relations de proximité, de croisement, voire d'imbrication avec le « numérique ».

Loin de chercher à dresser un état de l'art, même si de nombreuses questions théoriques sont abordées, notre démarche a consisté à rendre compte de la diversité des regards portés sur un même objet de recherche, en mettant en valeur la richesse des questionnements qui traversent l'équipe SID.

1. Université d'Artois, Université de Lille 3  
yolande.maury@ext.univ-lille3.fr

2. Nous ne traiterons pas en introduction de la différenciation entre « culture informationnelle » et « culture de l'information », elle sera abordée plus tard dans le corps du dossier.

Au final, ce dossier tout entier traite d'organisation, de circulation et de médiation des savoirs, posant des questions d'ordre épistémologique, historique, politique, social, culturel, méthodologique... Il montre que la problématique de la culture « de l'information » ou « informationnelle » interroge l'ensemble de la société et des « lieux de savoir », et non la seule institution éducative, alors que la richesse des publications dans ce dernier domaine, en France comme à l'étranger, crée un effet de loupe, au risque de créer des malentendus et de donner une vision réductrice de ce champ de recherche.

Dans ce dossier, chaque chercheur aborde les notions de culture, information et numérique avec sa sensibilité propre, le plus souvent en mettant en tension des dimensions opposées de la culture : pôle normatif (renvoyant à « l'esprit cultivé ») et pôle descriptif (culture au sens sociologique, anthropologique), accentuation universaliste et accentuation différentialiste, ou encore facette individuelle et facette collective, selon une différenciation reprise de J.C Forquin<sup>3</sup>. Sont ainsi successivement étudiés au fil des contributions, différents contextes qui donnent à voir des déclinaisons diverses de cette culture : le monde éducatif, l'organisation des connaissances, l'entreprise, l'IST, les bibliothèques.

Une diversité des regards qui amène à confronter des points de vue et à croiser des référents théoriques, ce qui permet de jeter des ponts épistémologiques, chaque domaine trouvant là matière à approfondir sa réflexion.

Ce dossier qu'il était très stimulant de coordonner n'est qu'une modeste contribution aux débats en cours, chacune des questions traitées mériterait un approfondissement. Mais il est l'occasion de faire un zoom sur une problématique de recherche restée longtemps marginale dans le contexte français, en train de s'affirmer aujourd'hui, et de mieux situer les travaux des chercheurs de l'équipe SID au sein des Sciences de l'information et de la communication. Nous espérons qu'il fournira matière à réflexion et saura inspirer de nouveaux projets dans ce domaine passionnant.

3. Forquin, J.C. Ecole et culture : le point de vue des sociologues britanniques. De Boeck, 1989

## LA CULTURE INFORMATIONNELLE À L'HEURE DE LA CONVERGENCE NUMÉRIQUE : CENTRALITÉ DES ACTEURS, DYNAMIQUES DE LA CULTURE

► Yolande Maury<sup>1</sup>

Considérant le concept émergeant et déjà populaire, en 1997, de « culture de l'information » (culture of information), Michel Jean Menou s'interroge sur le flou conceptuel qui entoure le rôle de cette culture. Pour expliquer ce flou, il met en avant ce qu'il appelle un des « péchés capitaux » (deadly sins) de la science de l'information, à savoir la réduction du rôle des facteurs humains à un rôle de contrainte externe, les acteurs se trouvant placés à la périphérie du système alors qu'ils en sont le cœur. Et il plaide pour une nouvelle approche de cette culture, invitant à l'appréhender dans sa totalité, à la recherche de sa nature et de ses causes, en prenant en compte tous les acteurs (individus et société) et non les seuls spécialistes de l'information<sup>2</sup>.

Depuis les années 1990, le développement du numérique et des réseaux, les innovations générées par les stimuli économiques dans le domaine de la science et de la culture<sup>3</sup>, tout comme le phénomène de convergence numérique à l'origine de changements dans la manière de penser la relation aux médias et à l'information<sup>4</sup>, ont amené un renouvellement profond de la réflexion : les dimensions sociales et culturelles sont mises au premier plan, qui interrogent la place de l'humain dans les systèmes et dispositifs. De la culture de l'information à la culture informationnelle, alors que les enjeux se précisent, un glissement s'est opéré qui amène à reconsidérer la nature et la place de cette culture. Les recompositions à l'œuvre soulèvent des questions théoriques et méthodologiques dont témoignent les avancées de recherches récentes sur lesquelles nous appuierons notre réflexion.

Par culture informationnelle, retenu ici de préférence à culture de l'information, dans l'orientation des travaux de l'ERTÉ Culture informationnelle et curriculum documentaire (Lille 3, A. Béguin, dir.), nous entendons un ensemble de savoirs et de savoir-faire partagés, des modèles sociaux de comportements, de normes, de valeurs, qui participent à définir l'importance de l'information, et

1. Université d'Artois, Université de Lille 3  
yolande.mauray@ext.univ-lille3.fr

2. Menou, M. J. Culture, information, and the education of information professionals in Africa. In : Feather, J. (Ed.). *Transforming libraries and educating librarians. Essays in memory of Peter Havard-Williams*. London : Taylor Graham, 1997, p. 25-40.

3. Basili, C. Le réseau européen pour la culture de l'information (EnIL) : vers une approche commune dans l'Union européenne pour promouvoir l'usage de l'information. In : FORMIST. *La formation à la maîtrise de l'information à l'heure européenne : problèmes et perspectives*. Villeurbanne : Presses de l'ENSIB, 2004, p. 37-54.

4. Jenkins, H. *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. MIT Press, 2009.

à en permettre une utilisation raisonnée et éthique, que les activités soient d'information, d'expression ou de communication. La culture informationnelle est à la fois fondement d'un patrimoine commun, et projet éducatif prenant l'information et les médias comme objet d'étude, en réponse à des préoccupations d'ordre individuel et collectif<sup>5</sup>. Elle se différencie alors de la culture de l'information par sa référence à « l'informationnel », compris comme une introduction au monde de l'information-documentation (au sens de « devenir membre ») : l'informationnel faisant non seulement « signe » et informant l'esprit, mais modifiant la perception du monde et participant d'un processus de transformation (*empowerment*)<sup>6</sup>.

### **Au-delà de l'information, l'élaboration sociale du savoir**

Suivant cette définition, la culture informationnelle est abordée de manière englobante et dialogique, à la rencontre entre culture cultivée et culture d'appartenance des acteurs. Et l'information est appréhendée comme un processus, qu'elle soit un instrument au centre des interventions des professionnels de l'information ou qu'elle vienne en réponse aux besoins ou à la curiosité des usagers. Considérée en tant que relation, dans un acte de communication, elle ne prend sa valeur que lorsqu'un regard est posé sur elle. En d'autres termes, elle est rendue possible par des objets documentaires, mais elle n'advient que quand l'homme réagit devant ces objets<sup>7</sup>. Objet de négociations, porteuse de savoirs, elle est aussi proposition d'interaction, les acteurs étant au cœur du processus de construction de sens.

S'intéresser à l'information et au savoir implique ainsi de ne pas ignorer l'humain et le social, comme le remarque Jean-Paul Metzger, qui voit dans l'étude des pratiques humaines et sociales en matière d'élaboration du savoir, un des trois pôles qui organise la science de l'information<sup>8</sup>. Appliqué à la culture informationnelle, c'est une première réponse à la réserve émise par Michel Jean Menou.

Cette prise en compte de l'humain et du social est centrale aux travaux menés dans le cadre de l'ERTÉ Culture informationnelle et curriculum documentaire. Dans le prolongement de travaux précédents, nous avons pu observer, par immersion en contexte scolaire, la culture informationnelle en train de se construire, au

5. Maury, Y. La culture informationnelle entre SIC et Sed. *Les cahiers de la SFSIC*, juin 2009, n° 4, p. 15-16.

6. Maury, Y. Définition(s) de la culture informationnelle. In : Béguin, A. (dir.). *Rapport final ERTÉ Culture informationnelle et curriculum documentaire*, Lille 3, décembre 2010, p.127-133.

7. Jeanneret, Y. *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information*. Presses du Septentrion, 2000.

8. Metzger, J.-P. Les trois pôles de la science de l'information. In : Couzinet, V., Régimbeau, G. (dir.). *Recherches récentes en sciences de l'information : convergences et dynamiques*. ADBS, 2002, p. 17-28.

quotidien, à la rencontre entre pratiques formelles et non formelles : la manière dont les acteurs se saisissent et s'approprient l'information, pour en faire un outil au service de l'action ; les interactions sociales, les lieux et les moments de négociations autour du document ; mais aussi la manière dont ces pratiques et ces usages s'inscrivent dans des contextes sociaux, culturels, organisationnels qui participent à leur définition et à la définition de leur logique<sup>9</sup>.

9. Maury, Y., Etévé C. L'information-documentation et sa mise en scène au quotidien : la culture informationnelle en questions. In : Béguin, A. (dir.). *Rapport final ERTÉ Culture informationnelle et curriculum documentaire*, Lille 3, décembre 2010, p. 76-90.

10. Jenkins, H, op. cit, p. 8.

Rendre compte de ce processus initiatique, informé par l'expérience, amène à prendre la mesure du poids des normes culturelles et des contraintes sociales, des limites à la capacité d'agir qu'elles peuvent constituer, et des rapports de pouvoir qui se jouent autour de la qualification de l'information. Ceci implique d'aller au plus près des acteurs, sur le terrain, et sur la durée. C'est l'approche qui a été retenue, croisant observations ethnographiques et lecture anthropologique des résultats, pour étudier les médiations à l'œuvre qui donnent son épaisseur à la culture informationnelle et sont un enjeu de savoir et de pouvoir.

### **Une culture participative, dans le nouvel écosystème informationnel**

Si l'information, en tant que processus, ne peut être déconnectée de la communication, la culture informationnelle peut tout entière être interprétée en termes d'information et de communication. Ce qui est d'autant plus fondé dans le cadre du nouvel écosystème informationnel qui se met en place à partir des années 2000 : le phénomène de convergence numérique s'accompagnant de nouvelles formes de participation et de collaboration qui changent la relation aux médias et à l'information. Bien plus qu'un simple processus technique lié à la numérisation et au déploiement des réseaux, la convergence est avant tout médiatique et culturelle (« *Inter-activity is a property of the technology [...] participation is a property of culture* »)<sup>10</sup>. Entre préoccupations commerciales et souci de l'utilisateur, elle génère une culture participative présentée souvent comme une possibilité d'augmenter la capacité d'agir (empowerment) en donnant plus de contrôle sur les contenus. Dans le même temps, elle pose de nouveaux défis au plan éducatif qui amènent à reconsidérer la culture informationnelle.

Le focus est mis ici sur un autre pôle de la science de l'information, celui des technologies du numérique (« formalisation et calcul »), considérées dans une logique à la fois d'élaboration et de partage du savoir. Outils de communication, également « porteurs de savoir », les technologies, au-delà de nouveaux modes de publication et d'échanges, donnent à voir de nouveaux modes d'organisation des connaissances et de nouvelles formes de « savoir enregistré »<sup>11</sup>. S'intéresser aux technologies implique ici aussi de prendre en compte le social et l'humain, dès lors qu'il s'agit de comprendre leur rôle structurant en tant qu'outils de médiation dans la construction d'un rapport au monde, à l'opposé de toute idée de transparence.

Nos travaux de recherche se sont très tôt intéressés à l'usage des technologies, à la manière dont les acteurs s'en emparent dans différents contextes, avec le souci d'apporter des éléments de compréhension à la nature des évolutions en cours et à leur incidence en termes de culture : de l'identification des opérations intellectuelles, à la reconfiguration des savoirs dans un univers culturel mouvant, et plus récemment aux dimensions participative et contributive des dispositifs médiatiques. Tandis que les nouveaux médias s'affirment comme des espaces d'interaction, les relations de communication et le rôle des acteurs se trouvent déplacés : logique de création, communication de la masse à la masse ; émergence de nouvelles hiérarchies ; nouvelle rhétorique, sur un mode narratif<sup>12</sup> ; savoir partagé sur le mode du lien (link) et de la fuite (leak)...

Si ces évolutions sont à l'origine d'une reconfiguration des savoirs informationnels - les pratiques sociales questionnant en permanence les configurations existantes -, c'est davantage dans le sens d'une expansion que d'une substitution de nouveaux savoirs aux anciens<sup>13</sup>. La réflexion actuelle autour de la translittératie s'inscrit dans cette perspective, pour peu que l'on retienne ce concept, opérationnel à ce stade de la réflexion<sup>14</sup>, mais dont la pertinence mérite d'être interrogée dans le contexte français.

Pour l'avenir, les entrées sont nombreuses qui paraissent fécondes pour approfondir notre questionnement. Nous en retiendrons deux qui renvoient à l'étude des dynamiques à l'œuvre dans le monde de l'information-documentation : celle de la

11. Metzger, J. P., op. cit.

12. Peraya, D., Peltier, C. Mésusages informationnels et plagiat : réflexions autour de quelques effets secondaires du Web 2.0. *Cahiers de la documentation*, 2011, no. 2, p. 56-65.

13. Maury, Y. Information culture and web 2.0: new practices, new knowledge. In: Lombello, D., Marquardt, L. (coord.). *School Libraries in the Picture: Preparing Pupils for the Future*. 38th IASL2009 International Conference, Abano Terme, Padua, Italy, 2-3-4 september 2009.

14. Frau-Meigs, D., Delamotte, E., Bruillard, E. Médias, Information et Informatique, des littératies en question : présentation du projet Limin'R. *Les Cahiers de la SFSIC*, 2011, n° 6, p. 59-62.

15. Recherche en cours dans le cadre du Pôle Nord-Est « *Professeur(e)s documentalistes : identité des formations, (trans)formation(s) des identités* » (2011-2014).

reconfiguration des espaces informationnels en lien avec les mutations des métiers de l'I-D<sup>15</sup> ; et celle de la qualification de l'information comme enjeu de pouvoir. Elles ont en commun de porter attention au jeu des acteurs et d'interroger les modèles culturels sous-jacents (non diffusionniste vs diffusionniste). Réfléchir à ces problématiques constitue un enjeu pour la recherche en SIC aujourd'hui.

## L'ENTREPRISE ENTRE PRATIQUES INFORMATIONNELLES ET CULTURE NUMÉRIQUE

1. Université de Lille 3, Directeur du GERIICO. [stephane.chaudiron@univ-lille3.fr](mailto:stephane.chaudiron@univ-lille3.fr)

2. Université de Lille 3, GERIICO [ismaïl.timimi@univ-lille3.fr](mailto:ismaïl.timimi@univ-lille3.fr)

3. Timimi I., Delamotte E., Peraya D. (dir.). L'organisation et l'accès à l'information scientifique éditorialisée, vers de nouveaux agencements numériques. *Distances et Savoirs*, 2009, vol. 17, n° 4.

4. Bulinge F. Pour une culture de l'information dans les petites et moyennes organisations. Thèse de doctorat, Université de Toulon et du Var, 2002.

5. Soares Torquato Chotim M.-J. La Culture Informationnelle des PME Brésiliennes – étude et propositions pour son développement. Thèse de Doctorat SIC, Université Paris 8, 2007, 422 p.

6. Serres A. Evaluation de l'information sur Internet : le défi de la formation. *Bulletin des Bibliothèques de France*, 2005, n° 6.

7. Par systèmes de traitement, nous entendons les outils automatiques de veille, d'analyse, de classification, de représentation... outils destinés généralement à l'automatisation d'applications documentaires prises en charges habituellement par des professionnels.

► Stéphane Chaudiron<sup>1</sup>

► Ismaïl Timimi<sup>2</sup>

La question de l'analyse des pratiques informationnelles dans le monde de l'entreprise est rarement abordée sous l'angle de la culture informationnelle. Si les pratiques informationnelles sont abondamment observées et étudiées dans les milieux scolaire et académique<sup>3</sup>, très peu de travaux portant sur le monde de l'entreprise posent explicitement la question des rapports entre les usages des systèmes d'information et la culture informationnelle, ou la culture numérique des salariés. Une exception notable est l'étude de Franck Bulinge qui articule expressément la question des « pratiques informationnelles » avec celle de la « culture informationnelle » en constatant que « les PME, dans leur majorité, font preuve d'un déficit culturel en termes de stratégie, d'information et de technologies<sup>4</sup> », un constat qu'on retrouve également dans la thèse de Soares Torquato sur la culture informationnelle des PME Brésiliennes<sup>5</sup>.

Paradoxalement, et face à la prolifération de la documentation numérique, si la question de l'évaluation de l'information a suscité, toujours dans le milieu scolaire, de grands intérêts chez les spécialistes en culture informationnelle<sup>6</sup>, celle de l'évaluation des systèmes de traitement d'information n'a pas eu le même retentissement et n'a connu d'intérêt majeur que dans le milieu de l'entreprise et quelques laboratoires de recherche universitaire.

Dans cette contribution, nous abordons la culture informationnelle en entreprise en nous intéressant particulièrement aux deux questions, difficilement dissociables dans le cas des dispositifs numériques, de l'évaluation des systèmes de traitement d'information<sup>7</sup> et de l'analyse des pratiques informationnelles.

La question même des pratiques informationnelles est relativement récente car même si le terme apparaît dans la littérature anglophone dès les années 1960-1970, ce n'est qu'au cours des années 2000 qu'un examen approfondi du concept est entrepris. Dans les années 1950, les premières études portant sur les

systèmes de recherche d'information sont entreprises selon une approche technique qui visait à évaluer les « performances » des dispositifs d'accès à l'information à travers le prisme du paradigme dit « système »<sup>8</sup>. Dans cette approche, l'information et les systèmes qui la gèrent y sont présentés comme des éléments extérieurs à l'utilisateur.

Se démarquant progressivement de cette approche techno-centrée, différentes courants, réunis sous le terme générique de paradigme « usager », se sont ensuite attachés à intégrer la dimension de l'utilisateur dans ses différentes composantes, cognitive, psychologique, affective voire communicationnelle<sup>9</sup>. Plus récemment, l'émergence de ce qu'A. Halavais nomme la « search engine society »<sup>10</sup> a conduit un troisième courant de recherche à intégrer dans son analyse le rôle de l'environnement socioéconomique et culturel dans l'accès et la maîtrise de l'information.

Cet élargissement des perspectives de recherche s'appuie en grande partie sur les mutations récentes des dispositifs de production, de recherche, de partage et de diffusion de l'information. En favorisant l'émergence d'un nouvel écosystème informationnel, elles constituent un terrain privilégié pour renouveler les approches sur les pratiques informationnelles. Ces nouveaux dispositifs (Web 2.0, réseaux sociaux, microblogging, tagging social, ...) bouleversent en effet les modalités de production de l'information. Dépassant leur statut de simples récepteurs, les usagers jouent désormais un rôle actif dans la co-production, le classement, l'architecture, et l'évaluation de l'information. Ils sont aussi acteurs de leur réputation numérique, de l'impact de leur participation à des réseaux sociaux sur leur vie privée ou professionnelle, de la gestion de leurs identités numériques<sup>11</sup>.

C'est dans cette perspective que plusieurs projets de recherche ont été menés au sein de l'équipe SID de GERiICO ces dernières années. Nous en donnerons deux exemples : le projet PRISME<sup>12</sup> qui a consisté à analyser les pratiques informationnelles des PME-PMI en contexte de veille dans la région Nord Pas-de-Calais et le projet ANR InFile<sup>13</sup> dont l'objectif a été de concevoir une méthodologie et de mettre en place une campagne d'évaluation de systèmes de filtrage d'informations en contexte de veille.

8. Ellis D. The Physical and cognitive paradigm in information retrieval research. *Journal of Documentation*, 1992, vol. 48, n° 1, p. 45-64.

9. Chaudiron S. La place de l'utilisateur dans l'évaluation des systèmes de recherche d'informations ». In : *Évaluation des systèmes de traitement de l'information* (S. Chaudiron, dir.). Paris, Hermès, 2004, p. 287-310.

10. Halavais A. *Search Engine Society*. Cambridge, Polity Press, 2009, 232 p.

11. Georges F. Identités virtuelles. Les profils utilisateur du Web 2.0. Ed. *Questions théoriques*, 2010.

12. *Pratiques Informationnelles dans Small and Medium Enterprises*.

13. *INformation, FILtrage, Evaluation*.

Ces deux projets, mis en œuvre dans des contextes différents, montrent la même attention accordée à la compréhension des pratiques de terrain. À partir des résultats obtenus dans PRISME concernant l'analyse des pratiques de veille, nous avons proposé un protocole d'évaluation (projet InFile) qui a été implémenté dans le cadre des campagnes internationales d'évaluation CLEF<sup>14</sup>.

L'objectif principal du projet Prisme consistait à analyser les pratiques informationnelles des PME-PMI en contexte de veille informationnelle et stratégique, dans ses aspects à la fois organisationnel et technologique. Le projet a été mené en étroite coopération avec la Chambre régionale de commerce et d'industrie (CRCI) auprès de 3 000 entreprises de la région du Nord Pas-de-Calais. Le projet de recherche a comporté trois volets : identifier le niveau d'acculturation du tissu industriel en termes de veille informationnelle et stratégique ; identifier les pratiques informationnelles assimilables au processus de veille, même partiel ; comprendre les modalités d'appropriation réelle et les usages des outils de veille.

La recherche a été menée sous la forme d'une enquête par questionnaire accessible en ligne, élaboré conjointement par GERiiCO et la CRCI. Les résultats ont été présentés dans plusieurs communications, notamment<sup>15</sup>. L'un des intérêts de cette étude a été d'analyser les pratiques informationnelles des répondants en les intégrant dans leurs pratiques professionnelles quotidiennes, en particulier en tenant compte du contexte technique, organisationnel et culturel. Bien que non directement exploitables dans le projet InFile, les constats établis à l'issue du projet Prisme nous ont toutefois permis d'infléchir le protocole d'évaluation du second projet InFile en prenant en compte cette « vérité-terrain ».

La campagne d'évaluation InFile visait à mesurer la capacité de systèmes de filtrage d'information à sélectionner de manière pertinente des dépêches de presse arrivant dans un flux ininterrompu d'information textuelle, en fonction de profils d'intérêt supposés représenter des besoins informationnels valides sur le long terme. Du point de vue de l'utilisateur, le processus de filtrage signifie extraire l'information jugée pertinente des flux de données en fonction des profils qui ont été précédemment définis.

Dans le projet InFile, nous avons considéré le contexte de la veille

14. Conference and Labs of the Evaluation Forum <http://clef2012.org/>

15. Cheval P., Chaudiron S., Ekongolo Makake N. Information Practices in a Business Intelligence Environment: Findings from an Exploratory Study of French SMEs ». *Proceedings of the 4th International Conference on Information Systems and Economic Intelligence – SIIIE 2011*, Marrakech, February 17th-19th, p. 34-40.

informationnelle dans laquelle le filtrage d'information est une tâche spécifique. Dans notre approche, la tâche de filtrage était semblable à la DSI (Diffusion sélective de l'information), une des fonctions traditionnelles assurées par les documentalistes et les veilleurs. Pour la définition du protocole d'évaluation, le projet a accordé une attention particulière au contexte d'usage des systèmes de filtrage par des vrais professionnels. Même si la campagne d'évaluation est restée essentiellement une campagne orientée système, nous avons adapté autant que possible le protocole et les métriques à la manière dont un véritable usager procède, notamment en ce qui concerne l'interaction avec le système. Cette modélisation a été le résultat d'un travail d'observation et d'entretiens avec des praticiens<sup>16</sup>.

Le projet a permis d'atteindre trois résultats : le premier a été de définir un protocole d'évaluation fondé sur les pratiques de filtrage réelles des veilleurs. Le deuxième résultat a été de construire une collection-test comprenant un corpus de dépêches de presse fourni par l'Agence France-Presse, un corpus de profils constitué de sujets d'information générale et de sujets scientifiques et techniques, créé par des veilleurs, et un référentiel formé des documents pertinents pour chacun des profils et fourni par des assesseurs humains. Le troisième a été l'organisation de deux campagnes d'évaluation dans le cadre de CLEF afin de comparer les performances des logiciels développés par l'industrie et le monde académique sur la tâche de filtrage interlingual (anglais, français, arabe)<sup>17</sup> (Besançon et al., 2009).

16. Timimi I., Chaudiron S. Information Filtering as a Knowledge Organization Process. *Proceedings of the 10th International ISKO Conference*, EBSI, Montreal, 5-8 August 2008, p. 367-373.

17. Besançon R., Chaudiron S., Mostefa D., Timimi I., Choukri K., Laïb M.. Overview of the CLEF 2009 INFILE Track. *In : Working Notes of the Cross Language Evaluation Forum (CLEF 2009)*, Corfou, sept.-oct. 2009.

Ces deux projets, et plus particulièrement Prisme, ont été soutenus par des programmes publics qui s'inscrivent dans une politique de sensibilisation et de formation (pour ne pas dire éducation) à l'information et aux technologies de traitement de l'information, principalement destinée au monde de l'entreprise (PME-PMI). En particulier, la CRCI poursuit cette culture informationnelle par le biais des activités de ses services d'où l'intérêt de ces études.

Les deux projets illustrent par ailleurs une approche qui caractérise un axe de recherche important au sein de l'équipe SID : l'analyse des pratiques informationnelles, en contexte professionnel ou non, qui s'appuie sur une connaissance précise du fonctionnement des systèmes techniques utilisés par les usagers. Il nous semble en effet

que, trop souvent, les études d'usage privilégient une approche de la technique comme « boîte noire » sans tenir compte des effets induits par le fonctionnement même de ces dispositifs techniques. Actuellement, plusieurs projets sont en cours sur des terrains variés comme les serious games, le livre numérique interactif ou des dispositifs numériques de médiation culturelle qui s'inscrivent dans cette approche.

## LECTURE ET CULTURE INFORMATIONNELLE A L'ÈRE DU NUMÉRIQUE : PERSPECTIVES HISTORIQUES

► Susan Kovacs<sup>1</sup>

L'émergence des médias sociaux - et les pratiques communautaires qui y sont associées - suscitent des questionnements sur les nouvelles formes de sociabilité mobilisées dans la recherche et l'appropriation des informations. On serait tenté d'y voir une modification de la culture informationnelle, portée désormais vers des pratiques collectives et collaboratives plutôt qu'individuelles. Les sociabilités du numérique - et leurs liens avec les pratiques info-documentaires - ne sont pourtant pas sans lien avec les pratiques sociales de l'information qui se sont développées au cours des derniers siècles. Comprendre les mutations socio-techniques du présent nécessite un regard tourné vers les cultures informationnelles du passé, et notamment en ce qu'elles révèlent les rapports d'imbrication entre les acteurs individuels et les contextes dans lesquels ils évoluent.

Une perspective diachronique des pratiques de lecture et du traitement de l'information nous rappelle en effet que les formes d'appropriation des savoirs ont toujours été sociales - à la fois socialement construites et étroitement associées à des expériences sociales de partage ou de participation collective. Les historiens de la lecture ont certes signalé des phénomènes d'intensification de la pratique individuelle de la lecture, à travers des évolutions vers une lecture « méditative » au Moyen Age, ou vers une lecture « émotive » ou « intensive » au XVIII<sup>e</sup> siècle<sup>2</sup> ; ces nouvelles modalités d'appropriation des textes, si elles sont liées à l'individualisation des pratiques culturelles, s'accompagnent de pratiques communicationnelles qui sont autant de formes de médiation entre la singularité du lecteur et les pratiques collectives de repérage et d'interprétation des informations dans les sphères privé et public (annotations partagées, critique, journalisme).

### Questionner la dimension sociale des pratiques informationnelles à travers l'histoire

L'histoire de la lecture nous permet de comprendre la pratique lectorale en tant que phénomène collectif et social, et ce dans plusieurs sens. D'abord puisque la lecture est orientée par l'horizon d'attente

1. Université de Lille 3  
susan.kovacs@univ-lille3.fr

2. Sur l'évolution des pratiques de lecture, voir : Stock, B. *After Augustine. The Meditative Reader and the Text*, Philadelphia, Univ. of Pennsylvania Press, 2001; Wittmann, R. Une révolution de la lecture à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle ? in G. Cavallo, R. Chartier (éd), *Histoire de la lecture dans le monde occidental*, Paris, Seuil, 1997, p. 331-364 ; Leenhardt, J. « Le « savoir-lire », ou les modalités socio-historiques de la lecture », *Littérature*, n° 70, 1988, p. 72-81.

3. Deux exemples de ce type de micro-analyse sont : Ginsburg, C. *Le fromage et les vers. L'univers d'un meunier frioulan du XVI<sup>e</sup> siècle*, Paris, Aubier, 1980 (1976) ; et Sharpe, K. *Reading Revolutions: The Politics of Reading in Early Modern England*, New Haven, Yale University Press, 2000.

4. Sur les liens entre communautés et pratiques documentaires, voir : Jacob, C. Lire pour écrire : navigations alexandrines, in M. Baratin, C. Jacob (éds.), *Le pouvoir des bibliothèques*, Paris, Albin Michel, 1996, p. 47-83 ; Blair, A. 2010 "The rise of note-taking in Early Modern Europe" *Intellectual History Review* 20(3), p. 303-16.

5. Nous utilisons ici le terme de « littératie » dans un sens large, pour désigner les pratiques et les représentations autour de phénomènes informationnels à une période donnée.

6. Kovacs, S. « Penser, classer et la culture de l'imprimé : l'index du livre imprimé au XVI<sup>e</sup> siècle », *L'organisation des connaissances : approches conceptuelles* : Actes du 4<sup>e</sup> congrès ISKO-France 3-4 juillet 2003, Grenoble, Paris, l'Harmattan, 2005, p. 39-48.

7. Kovacs, S., Dibie, G., « L'index du texte littéraire aux XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles, entre outil de consultation et discours critique », *Indice, index, indexation* : actes du colloque organisé par les laboratoires CERSATES et GERICO de l'université Lille-3, Lille 3-4 novembre 2005, Paris : ADBS, 2006, p. 63-79.

des groupes (socio-professionnels, politiques, religieux, etc). La microhistoire est particulièrement intéressante à cet égard : à travers l'étude de cas d'un individu, on peut découvrir la manière dont le traitement de l'information est orienté par le cadre ou l'habitus d'un groupe, ses croyances et ses valeurs. Le comportement lectoral des individus peut ainsi être mis en relation avec un ensemble de pratiques sociales qui fondent l'expérience collective<sup>3</sup>. À ces cadres sociaux de la lecture qui infléchissent les activités de l'individu, s'ajoutent l'influence des protocoles ou façons de faire, mis en place par des communautés de pratique à différents moments de l'histoire, et qui, s'appuyant sur des techniques et des gestes, contribuent à la généralisation de modalités d'appropriation d'informations (la prise de note, l'annotation, l'indexation) dont les spécificités et les finalités prennent sens par rapport à ce collectif<sup>4</sup>. L'histoire de la lecture, associée de plus en plus à une histoire des « littératies »<sup>5</sup> qui ont jalonné l'histoire, nous permet de comprendre la culture informationnelle comme un agir individuel et social, impliquant des rapports et des tensions entre l'acteur et son environnement socio-technique. Les cultures informationnelles rencontrées à travers l'histoire correspondent à un ensemble de pratiques, plus ou moins codées, transmises formellement ou informellement, élaborées par des individus et des groupes sociaux pour répondre à des besoins variés.

### **La culture informationnelle en mouvement : cadres institutionnels, croyances, valeurs**

Pour l'étude de la culture informationnelle à l'ère du numérique, les leçons de l'histoire de la lecture se conçoivent à plusieurs niveaux. Analyser les pratiques informationnelles dans leur historicité permet d'explorer l'influence des protocoles de lecture préconisés selon différentes approches (pédagogiques, communautaires, etc.), nous entraînant à considérer la prégnance des institutions dans l'instauration d'un rapport au savoir : la pratique du « lieu commun » de la Renaissance donne lieu à une intense activité d'indexation qui oscille entre le réinvestissement de topiques et de termes socialement validés et la création de nouvelles catégorisations terminologiques du savoir textuel<sup>6</sup> ; de même l'étude de la pratique d'élaboration des index au sein des ouvrages imprimés permet d'analyser ces « clés d'accès » aux textes en tant que grilles de lecture influencées par une idéologie du texte<sup>7</sup>.

Au delà de l'exemple historique en lui-même, l'étude diachronique des pratiques de lecture et de prise d'information implique une recherche des conditions de production du sens à chaque période, dans chaque environnement étudié. La place de la technique est ainsi conçue par rapport aux valeurs et aux pratiques qui lui confèrent un rôle ou qui conditionnent son acceptabilité sociale<sup>8</sup>. Ainsi, le projet de recherche ERTÉ « Culture informationnelle et curriculum documentaire » mené par les membres de l'équipe SID de Geriico au sein d'un groupe scolaire (2006-2010) a permis de mettre en avant les tensions entre les objectifs de l'équipe éducative pour initier les élèves à une culture critique de l'information et des médias, et une tradition pédagogique, notamment autour de l'apprentissage de la lecture, qui privilégie les « contenus » à transmettre, au profit de la considération des matérialités documentaires<sup>9</sup>.

Par ailleurs la présence de l'outil informatique au sein de l'école a été étudiée en lien avec les discours, parfois divergents, qui définissent son rôle et son importance (textes officiels, objectifs et avis des enseignants, perception des élèves). D'autres tensions observées, entre usages extra scolaires et usages scolaires du numérique, entre pratiques de collaboration entre pairs devant l'écran et pratiques individuelles prescrites par les enseignants, ont permis de comprendre certaines des difficultés impliquées par l'acculturation au numérique au sein de l'école. L'imbrication, chez le jeune élève, des contextes scolaires et familiaux de la prise d'information a également été observée dans le cadre d'un autre projet de recherche auquel l'équipe SID a participé, consacré à la construction de sens par les collégiens, autour des enjeux du changement climatique, notamment suite à la mise en place d'une éducation à l'environnement en 2004 en France<sup>10</sup>. Nous avons pu mettre en avant la façon dont les élèves prêtent leur attention à des sources d'information liées à leurs préoccupations (sports, loisirs) ; en effet l'imaginaire du climat présent dans les films de fiction et les émissions télévisuelles est effectivement très prégnant dans le discours des jeunes et peut parfois faire obstacle à l'appropriation des informations scientifiques.<sup>11</sup>

Une approche diachronique des pratiques info-documentaires permet de construire un regard en profondeur sur les dynamiques socio-culturelles à l'œuvre dans la construction des rapports au

8. Johns, A. *The Nature of the Book : Print and Knowledge in the Making*, Univ. Chicago Press, 1998.

9. Béguin-Verbrugge, A., Kovacs, S., eds., *Le cahier et l'écran : culture informationnelle et premiers apprentissages documentaires*, Paris, Hermès-Lavoisier, 2011.

10. « Quel climat à l'école ? Les jeunes face aux changements climatiques », 3<sup>e</sup> APR du « GICC-2 » 2008 «Atténuation, adaptation et régionalisation » (resp. S. Kovacs), financement ADEME.

11. Voir le dossier consacré aux « Discours sur le changement climatique et jeunesse : formes et enjeux de la médiation », *Communication & Langages* n° 172 (2012), coordination S. Kovacs.

savoir. Cette approche vise à élucider la contemporanéité des pratiques soit par un retour vers des phénomènes historiques de médiation et de médiatisation des objets communicationnels et des pratiques sociales, soit par une analyse qui permet de situer l'historicité des objets contemporains et leur statut au sein des communautés de pratique. L'étude de la culture informationnelle ne peut pas faire abstraction des cadres socio-techniques et culturels - stables et en mouvement - qui orientent les individus.

## CULTURE INFORMATIONNELLE, CULTURES NUMÉRIQUES ET UNIVERSALITÉ DANS L'ORGANISATION DES CONNAISSANCES

1. Université de Lille 3 ,  
GERIICO,  
widad.mustafa@univ-  
lille3.fr

2. Le Deuff, O. Bouillon de cultures : la culture informationnelle est-elle un concept international ? In : Actes du Colloque *l'Education à la culture informationnelle*, Chapron, F. et Delamotte E. (dir), publication de l'ENS-SIB, série Cultures de l'Information, 2010, p. 49-57

3. Maury, Y., Serres A. Les cultures informationnelles : définitions, approches, enjeux. In : Actes du Colloque *l'Education à la culture informationnelle*, op. cit., p. 26-39.

4. Gnoli, C., Des métadonnées représentant quoi ? Etablissement d'une distinction entre les dimensions ontiques, épistémologiques et documentaires dans l'organisation des connaissances, in Actes du Colloque du 8<sup>e</sup> Colloque de l'ISKO-France, Organisation des connaissances, Dynamisme et stabilité, coll. Traités STI, Paris 2012, p. 51-63.

5. Gnoli, op. cit.; Miller, Interoperability: What is it and why should I want it? *Ariadne*, 2001, 24.

6. Kaplan, F. Vinck, D. The practical confrontation of engineers with a new design endeavour, The case of digital humanities. 2012 (sous-presse).

► **Widad Mustafa El Hadi**<sup>1</sup>

De nombreuses contributions, ont présenté, ici-même, un panorama de définitions du concept de « culture informationnelle », sa genèse, son caractère polysémique, son étendue internationale<sup>2</sup>, sa différence avec l'éducation à l'information<sup>3</sup>. Dans cette contribution nous mettrons l'accent sur la relation entre cultures numériques et culture informationnelle et leur apport à l'universalité dans l'organisation des connaissances. Le domaine de l'organisation des connaissances a été appréhendé pendant longtemps dans une acception traditionnelle, visant à le rattacher aux grandes classifications bibliographiques universelles. L'indexation des contenus consistait essentiellement en l'application de plans de classement et de listes d'indexation de livres papier. Ce mode opératoire était le plus souvent fondé sur une approche strictement disciplinaire de la connaissance.

Les livres pouvaient être divisés en catégories thématiques ce qui supposait que chaque livre était effectivement rattaché à une discipline<sup>4</sup>. La dématérialisation numérique d'une grande partie des activités humaines a eu un impact sur nos modes d'organisation et de partage de l'information et des connaissances. De nouveaux médias dont les contenus nécessitaient également une organisation sont apparus progressivement : images imprimées, supports magnétiques, supports numériques, information en réseau. Malgré la multiplication des supports, nous assistons aujourd'hui à une convergence des médias grâce à l'utilisation de langages universels, intégrés à de multiples supports interchangeables<sup>5</sup>. La transformation de notre environnement informationnel et culturel immédiat constitue un défi pour les sciences de l'information et de la communication. Nous sommes dans une transition culturelle et technologique planétaire. Cette problématique est au cœur de la réflexion des chercheurs travaillant sur les Humanités numériques ou *Digital Humanities*<sup>6</sup>. Milad Doueïhi, qui appelle de ses vœux à un « humanisme numérique », définit ce concept comme étant le « résultat d'une convergence entre

notre héritage culturel classique et une technique qui s'est enrichie d'une sociabilité<sup>7</sup>. D'après l'auteur le numérique est devenu une civilisation car il modifie nos regards sur les objets. L'humanisme numérique est l'affirmation que la technique actuelle, dans sa dimension globale, est une culture, dans le sens où elle met en place un nouveau contexte, à l'échelle mondiale, et parce que le numérique, malgré sa composante technique (..) est devenu une civilisation (..) ».

Dans cette contribution, nous nous pencherons sur les systèmes d'organisation des connaissances pour rendre compte de leur évolution à l'ère du numérique vers des systèmes ouverts et interconnectés. Nous nous interrogeons aussi sur la possibilité d'une culture numérique universelle et de l'impact de son expression à travers les environnements ouverts et interconnectés. Plusieurs entrées sont possibles pour aborder ces questions. Nous en choisirons quelques-unes qui nous paraissent fécondes pour interroger ou poser la question de la culture informationnelle comme langage commun et mode d'accès à la connaissance, orienté vers une nouvelle forme d'universalisme numérique.

### **L'impact du numérique sur l'évolution des systèmes d'organisation des connaissances**

Le bouleversement numérique a permis un retour sur les systèmes de classifications historiques, dits aussi « grandes classifications universelles » comme la Classification Décimale Universelle de Paul Otlet, les facettes de Ranganathan. Ces deux systèmes d'OC ont été dès leur création porteurs d'universalité et de « culture informationnelle universelle ». En 2001, un groupe d'architectes de l'information chargés d'organiser les éléments de contenu d'un site web et d'améliorer l'accès à une base de connaissances en milieu corporatif adopte le modèle proposé par le mathématicien et bibliothécaire indien S.R. Ranganathan : l'analyse, la description, et la classification à base de facettes. Ce modèle d'organisation alternatif permet de se libérer de structures hiérarchiques encombrantes et toujours contestées, tout en préservant la logique de navigation dans un domaine de la connaissance ou une collection de ressources documentaires. C'est ainsi que les facettes<sup>8</sup> sortent des laboratoires où elles ont été manipulées jusque-là par quelques chercheurs et deviennent très populaires dans les catalogues et les bases de données numériques ainsi que

7. Doueihy, M. *Pour un humanisme numérique*, Seuil, Paris, 2011, p. 9. Voir aussi, Doueihy, M., *La grande conversion numérique*, Seuil, Paris, 2011.

8. La Barre, 2007, 129, cité par Hudon et Mustafa El Hadi, *op.cit.* 2011.

sur le web, où on les utilisera désormais sans vraiment se préoccuper des fondements théoriques, philosophiques et bibliothéconomiques qui en justifient l'application<sup>9</sup>.

Par ailleurs, le Web 2.0., et le futur Web 3 font apparaître un élément de rapprochement de deux pratiques numériques, à première vue opposées mais qui sont en réalité complémentaires : approches normées hiérarchiques institutionnelles, exemplifiées par les ontologies et approches sociales et distribuées exemplifiées par les folksonomies qui permettent la réalisation de nouvelles formes de classification dites sociales.

9. Hudon, M. Mustafa El Hadi, W. Organisation des connaissances et web 2.0. *Les Cahiers du Numérique*, 2010, vol. 6 n°3, p. 9-39.

10. Miller, Interoperability: What is it and why should I want it?, *Ariadne*, 2001, 24.

11. Voir aussi Favier et Mustafa El Hadi. From text to image: the concept of *universality* in the Knowledge Organization System designed by Paul Otlet and the International Institute of Bibliography. In : Proceedings of the 12<sup>th</sup> International ISKO Conference, "Categories, Relations and Contexts in Knowledge Organization", Mysore 6-9 August 2012, *Advances in Knowledge Organization*, Ergon, Verlag Allemagne,

12. Ur- Rehman, Sh., *La Perception et la satisfaction des usagers avec des services de Bibliothèques des Universités du Pakistan*, février 2012, thèse soutenue sous notre direction et celle de Fabrice Papy.

A l'ère de l'Open-linked data la question de l'interopérabilité des systèmes intellectuels de description et de classification des connaissances mobilise de nombreux chercheurs. La question de compatibilité et d'interopérabilité entre les systèmes d'organisation des connaissances hétérogènes est revisitée dans le cadre du futur Web sémantique.

Miller<sup>10</sup> énumère plusieurs couches d'interopérabilité (technique, sémantique et culturelles) et montre clairement que la question de l'interopérabilité des systèmes va bien au-delà de la mise en compatibilité d'équipements informatiques et de logiciels. Pour une culture numérique universelle, la couche culturelle de l'interopérabilité nous paraît essentielle et mérite ainsi l'attention des chercheurs.

Le Web est l'un des outils informatiques ayant remplacé le plus de fonctions humaines, permettant aux individus de croiser leurs connaissances et de faire émerger de nouvelles connaissances communes dépassant les frontières et les cultures.

Ces retours aux postulats des classifications universelles montrent à quel point la problématique actuelle d'architecture d'information est liée aux travaux de P. Otlet et à son idéal universel<sup>11</sup>. La question qui se pose, comment les cultures et les langues locales pourraient s'exprimer tout en préservant leurs particularités ? Certains travaux au sein de l'équipe SID tentent d'apporter quelques solutions. Ainsi, Shafiq Ur Rehman<sup>12</sup> a traduit et adapté LBQUAL (un dispositif d'évaluation de la qualité des services de bibliothèques) en Urdu, première langue au Pakistan.

### **L'architecture de l'information : la part d'héritage de Paul Otlet**

Dans son article sur la genèse du World Wide Web, Heuvel souligne la part d'Otlet dans la diffusion des connaissances à l'échelle mondiale dans le but de parvenir à une société pacifiée et universelle. L'auteur met en évidence les liens possibles entre la conception de la structure du Web et la façon dont P. Otlet envisageait l'organisation des connaissances. Heuvel émet l'hypothèse selon laquelle « les instruments et protocoles imaginés par Otlet pour améliorer la production collaborative des connaissances est encore pertinente pour les conceptualisations de l'autorité scientifique en terme de partage et d'annotation des données dans les applications du Web 2.0 et dans la constitution du Web sémantique »<sup>13</sup>. Le « cerveau collectif mécanique » de P. Otlet est comparable aux structures et aux moyens déployés pour mettre en place le projet de l'Open-linked data.

13. Heuvel, Ch. Van Den. P. Otlet et les versions de la genèse du World Wide Web, du Web sémantique et du Web 2.0. In : P. Otlet, Fondateur du Mundaneum (1868-1944), Architecte du savoir, Artisan de paix, Les Impressions nouvelles, 2010, p. 159-175.

14. Tennis, J. Le poids du langage et de l'action dans l'organisation des connaissances : Position épistémologique, action méthodologique et perspective théorique. A paraître dans *Etudes de Communication*, 2012, n° 39, Dossier thématique sur l'Organisation des connaissances, épistémologie approches théoriques et méthodologiques, coordonné par Michèle Hudon et Widad Mustafa El Hadi (sous presse)

15. Favier, L. Mustafa El Hadi, W., op.cit.

P. Otlet avait été parmi les précurseurs qui ont proposé une « culture informationnelle universelle » et sans doute, à travers ses capacités de visionnaire, le World Wide Web, essentiel à une culture informationnelle numérique universelle. Son projet visait la fédération de toute la connaissance, un projet à la fois scientifique et politique. Tout en reconnaissant les diversités culturelles et linguistiques P. Otlet a proposé un modèle de classification multidimensionnel, la CDU, et multilingue, pour permettre l'expression des points de vue différents en matière d'organisation des connaissances à l'échelle planétaire.

L'universalisme de P. Otlet nous conduit à réfléchir plus que jamais à l'intégration des dimensions culturelles et linguistiques dans l'OC. Le multilinguisme et le multiculturalisme ont été des idéaux politiques pour garantir la paix et l'intercompréhension entre les peuples. Dans une contribution récente, Tennis<sup>14</sup> (2012) met l'accent sur le rôle des langues comme véhicules de valeurs, négatives ou positives. À partir des questions qu'il pose à propos de l'OC il analyse leur relation aux deux poids du langage et de l'action dans le domaine. Il plaide pour un équilibre des poids combinés du langage et de l'action grâce au puissant levier que sont l'éthique et l'intentionnalité.

Nos travaux au sein de l'équipe SID portent actuellement sur l'universalisme de P. Otlet et l'impact de sa pensée à l'ère de l'Open-linked-data et la recherche universelle<sup>15</sup> « (...) we focus, on Paul

Otlet's legacy related to documentary universalism in the web environment. Two aspects are examined: i) multidimensional features of UDC and web information retrieval requirements and ii) universal search's claim of search engines at the internet age where all information retrieval systems (libraries' catalogs, special databases, search engines indexing open web) are interconnected ». D'autres travaux sur la culture informationnelle sont menés au sein de l'équipe, deux thèses soutenues<sup>16</sup> et une troisième en préparation<sup>17</sup> sans parler des thèses déjà soutenues dirigées par Annette Béguin et Eric Delamotte<sup>18</sup>.

16. Mairaj M. I. Impact des sites Web des bibliothèques universitaires du Pakistan sur les utilisateurs: Une évaluation ; Ur-Rehman, Sh., op.cit.

17. Wiorogórska, Z. Former à la culture informationnelle pour intensifier la consultation des revues scientifiques. Etude comportementale des usagers en milieu universitaire. Thèse en cotutelle préparée sous notre direction et celle de Barbara Sosinska-Kalata, professeur à l'Université de Varsovie.

18. Thèses soutenues et/ou en cours <http://gerico.recherche.univ-lille3.fr/index.php?page=theses>

19. Une anthologie est une collection choisie.

20. Une ontologie modélise les connaissances d'un domaine sous forme d'un réseau de concepts normalisés et d'axiomes.

21. Doueïhi, M. Pour un humanisme numérique, Seuil, Paris, 2011 ; La grande conversion numérique, Seuil, Paris, 2011.

22. op. cit. p. 109-110

### Une culture numérique anthologique

Milad Doueïhi s'intéresse à la notion d'anthologie<sup>19</sup> et montre ses liens avec celle d'ontologie<sup>20</sup>. Dans l'Antiquité, l'anthologie a représenté, dans le monde littéraire et philosophique, un effort pour réunir dans un format et un support unifiés une collection de textes et de dits (*logia*) incarnant à la fois le meilleur et le nécessaire. C'est une forme d'économie de l'écrit. Si l'anthologie est née d'une économie de la rareté elle est devenue, d'après l'auteur, aujourd'hui la forme dominante d'une nouvelle économie de l'abondance, et même de la surabondance caractéristique d'une nouvelle civilisation numérique<sup>21</sup>. Définie comme une collection choisie, un abrégé raisonné, l'anthologie a permis au XVI<sup>e</sup> siècle la circulation des idées grâce à l'imprimerie et démontré la nécessité d'un savoir-lire et savoir-écrire (*literacy*). Grâce à sa forme numérique, elle est appelée à changer le rapport entre savoir et pouvoir. La pratique anthologique est naturelle au sein du numérique, elle répond à la nature de ses objets et de ses supports, de leurs production, circulation et valorisation<sup>22</sup>.

Doueïhi prévient que la démocratisation et la production anthologique sont toutefois confrontées à une opposition, entre un savoir populaire, marginal représenté par les folksonomies et les échanges horizontaux (Wikipedia et Flickr) et les classifications institutionnelles et savantes. Cette confrontation soulève d'autres problématiques et nous invite à réfléchir sur la dimension sémantique du Réseau. L'anthologie s'associe ainsi à l'ontologie. Celle-ci en permettant une automatisation des objets numériques favorise leur circulation en termes de taxonomies avec le risque d'une confrontation entre des hiérarchies professionnelles et académiques (verticales) et des ontologies populaires, horizontales (folksonomies). Entre anthologie et ontologie nous as-

sisterons à des formes de savoir-lire et savoir-écrire numériques (digital literacy) qui seront essentielles à la nouvelle civilisation numérique. Le rôle de ces outils intellectuels de diffusion du savoir induits par le Web 2.0 et par le futur Web sémantique sera sans doute déterminant dans la construction d'une culture informationnelle numérique universelle. Nos travaux sur la thématique de la culture informationnelle en rapport avec l'OC porteront tout particulièrement sur la dimension universelle.

### **Conclusion**

Ces évolutions auront-elles un impact sur les architectures de l'information des sites web ? La problématique émergente d'«architecture d'information», qui est intimement liée à la problématique de l'Organisation des Connaissances ravivera-t-elle les approches historiques et théoriques de cette discipline ? On peut d'ores et déjà, constater avec Fabrice Papy, que les portails documentaires récents (Persee, Cerimes, Gallica, etc.) révèlent la construction de nouvelles architectures hybrides faisant appel d'une part à des principes d'organisation des connaissances éprouvés et d'autre part aux mécanismes puissants de recherche d'information des moteurs du Web<sup>23</sup> (Papy, 2011). C'est l'un des objectifs affichés des travaux sur l'architecture de l'information dont les origines théoriques remontent aux travaux de Paul Otlet, l'architecte de la connaissance. Sans aller jusqu'à l'uniformisation, comment opérer actuellement un modèle de culture informationnelle numérique universelle ?

23. Papy, F. Préface au volume Organisation des connaissances, dynamisme et stabilité. In : Mustafa El Hadi, W. dir. Traité des sciences et techniques de l'information, Hermès-Lavoisier, Collection : Structuration de l'information, Paris, Hermès, 2012.

## MUTATIONS DES MÉTIERS DE L'INFORMATION-DOCUMENTATION : VERS L'ÉMERGENCE D'UNE CULTURE DE L'INFORMATION NUMÉRIQUE

1. GERIICO  
Université Lille 3  
florence.thiault@univ-lille3.fr

► Florence Thiault<sup>1</sup>

Les sciences de l'information s'intéressent plus particulièrement à la construction des systèmes d'information, leurs usages et à la diffusion des savoirs par les moyens technologiques. L'inscription dans cette discipline des professions documentaires enrichit le cadre explicatif d'activités de nature technique. Les documents se sont diversifiés, la documentation est devenue un ensemble complexe de processus, reposant sur les anciennes méthodes bibliothéconomiques, mais intégrant des techniques spécifiques à la gestion de l'information numérique. Dans cette contribution, les mutations des métiers de l'information-documentation (I-D) seront abordées à travers deux thématiques centrales dans mes travaux de recherche ; la redocumentarisation des traces et les compétences liées à la culture de l'information numérique<sup>2</sup>.

### La redocumentarisation des traces

Les technologies numériques entraînent un processus de « redocumentarisation » qui constitue un nouveau défi pour les professions documentaires. Il s'agit de traiter à la fois les documents traditionnels qui ont été numérisés, mais aussi d'apporter les métadonnées indispensables pour la traçabilité de l'évolution des documents numériques. L'Internet, fonctionne comme une machine à fabriquer des archives en continu, l'activité du Web s'exprimant sous forme de traces. « Le Web favorise conjointement deux mouvements opposés : le développement d'échanges spontanés (conversations) et leur fixation sur un support public, pérenne et documenté » (Salaun, 2008)<sup>3</sup>. Les activités interprétatives des lecteurs restent cependant essentielles pour accéder au contenu sémiotique des échanges. Le document est « défini alors comme un ensemble de données matérialisant l'inscription d'une trace pérenne sur un support, conformément à un code convenu » (Leleu-Merviel, 2004)<sup>4</sup>. L'évolution des différentes versions qu'un document numérique peut connaître, sa pérennité ainsi que celle de son archivage en tant que mémoire éducative consti-

2. « Ensemble de connaissances et de savoir-faire partagés par une communauté et permettant de situer, repérer, qualifier, traiter et communiquer des informations de manière pertinente ». Béguin A. (dir.). Rapport final ERTé Culture informationnelle et curriculum documentaire, Université Lille 3, 2010.

3. Salaun J.-M. Web, texte, conversation et redocumentarisation. JADT 2008 : 9èmes Journées internationales d'analyse statistique des données textuelles.

4. Leleu-Merviel S. Effets de la numérisation et de la mise en réseau sur le concept de document, Information-Interaction-Intelligence, 2004, vol. 4, n° 1, p. 121-140.

tuent des pistes intéressantes de réflexion. Dans l'étude menée sur la dynamique discursive de la liste de discussion Cdidoc, j'ai caractérisé les traces des interventions en tant qu'annotations attentionnelles, contributives et associatives (Thiault, 2010)<sup>5</sup>. Les activités de collecte, de tri, d'annotation du contenu, d'éditorialisation et de diffusion de l'information renvoient également à une pratique de « redocumentarisation par prescriptions » qui ont un impact sur la notoriété et la visibilité des sujets évoqués (Thiault, 2012)<sup>6</sup>. Ainsi dans les réseaux sociaux, l'internaute devient créateur et gestionnaire de ressources en proposant des descriptions de l'information par l'association de tags ou folksonomies, nouvelles applications sociales du Web participatif.

### **Incidence pour les professionnels de la documentation**

Avec la diversification et l'explosion de la documentation en tant que pratique, le problème se pose aujourd'hui de l'avenir des documentalistes. Le développement des moteurs de recherche et de l'accès aux ressources électroniques n'impliquent plus obligatoirement le recours à un intermédiaire. La perspective d'intérêt social des structures documentaires n'est plus évidente. Les fonctions traditionnelles inscrites dans la chaîne des opérations documentaires ne sont plus au cœur de l'activité de ce professionnel.

À l'heure où les fonds documentaires sont accessibles en ligne, la constitution de banques de données en interne perd de son sens. Ce modèle a enfermé le documentaliste dans une approche de la documentation centrée sur la construction de mémoire documentaire au détriment d'une vision plus prospective et stratégique de sa mission de médiation autour de l'information, de sa circulation et de son partage. Le professionnel doit faire face à l'apparition de mutations profondes : la normalisation de la structuration des documents numériques avec le XML, les métadonnées, la normalisation et l'identification des ressources numériques, l'essor des techniques d'indexation dont les ontologies. Ces normalisations permettent aux machines d'exploiter les annotations sémantiques dans l'objectif d'une meilleure structuration du Web et d'un accès intelligent aux ressources. Le Web sémantique pourrait à terme remplacer le documentaliste dans l'analyse de l'information. L'étude Serda de 2009<sup>7</sup> envisage trois scénarios pour l'avenir des professionnels. Le premier scénario « pessimiste » annonce la disparition des documentalistes, les deux autres proposent respectivement le repositionnement des

5. Thiault F. Formes et rôles des annotations discursives dans une liste de discussion professionnelle. In *Communication des organisations, recherches récentes*, (dir. Loneux C., Parent B.), Paris, L'Harmattan, 2010, t.1, p. 109-118.

6. Thiault F. Circulation et médiation de l'information professionnelle dans une communauté de pratique : le débat en ligne sur les learning centres dans le secondaire. 18<sup>e</sup> Congrès de la SFSIC Rennes, 30 mai-1<sup>er</sup> juin 2012.

7. Serdalab, Les scénarios d'évolution. In *Les nouveaux horizons de l'infodoc : étude prospective sur l'évolution des fonctions de l'information-documentation-archives*, Paris, Serdalab, 2009.

professionnels (scénario « tendanciel ») et le management global de l'information (scénario « renaissance »). Selon Legendre (2009)<sup>8</sup>, dans le contexte des mutations en cours dans le monde des bibliothèques, l'articulation entre les différents métiers repose sur la notion de valeur ajoutée, les questions de professionnalisation et les enjeux de médiation.

Mon travail de thèse visait à caractériser les points saillants d'une professionnalité spécifique, celle d'enseignant-documentaliste. Plusieurs images professionnelles s'entremêlent renvoyant à des agir professionnels différents. La figure de l'expert en politique documentaire émerge en lien avec un rôle de coordinateur et de responsable de systèmes d'information. Enfin, la représentation d'un professeur chargé d'un enseignement en information-documentation évolue vers la définition d'un tiers métier avec une approche didactique et pédagogique originale.

### **L'avenir : un repositionnement des métiers et de la fonction information-documentation**

Le métier de documentaliste n'est pas en pleine expansion cependant la fonction I-D prend des formes inédites. Le référentiel des emplois-types de l'ADBS (2007) répertorie 13 métiers composé des métiers fondateurs (documentation, bibliothèque, archive) et d'autres dénominations diverses (veilleur, knowledge manager, webmestre, records manager...). La dimension stratégique de l'information dans les entreprises fait apparaître des métiers originaux qui élargissent les compétences documentaires en particulier aux domaines des archives dématérialisées, de la mémoire d'entreprise, de la veille d'information. Aujourd'hui des fonctions éditoriales ou de communication sur le Web enrichissent ce panel classique. L'économie de l'information numérique donne naissance à des nouveaux profils professionnels comme ceux de community-manager, curateur ou spécialiste de l'e-réputation...

Distinguer ce qui est commun et ce qui demeure intrinsèque à ces différents métiers permettrait d'identifier des cultures professionnelles spécifiques. La recomposition numérique interroge les compétences requises dans les métiers de l'I-D et de facto la formation initiale et continue des acteurs de ce secteur.

8. Legendre B. La fin d'un métier ? In Bertrand A-M., Horizon 2019 : bibliothèques en prospective, Villeurbanne, Presses de l'ENSSIB, 2011.

Penser les hybridations et les articulations entre les cultures de l'information ainsi que les formations à ces cultures (média, info-documentaire et informatique) constitue l'axe principal d'étude du groupe de recherche Limin-R (Littératies : Médias, Information et Numérique - PIR CNRS) auquel je suis associée. A ce stade de la réflexion même si le néologisme de « translittératie » paraît insatisfaisant, il peut être considéré comme opératoire car il réfère à la fois à la notion d'éducation et à celle d'alphabétisation (Frau-Meigs, 2012)<sup>9</sup>. Réfléchir à la formation à la translittératie dépasse le fait de former à la pluralité des outils et à leurs pratiques mais c'est aussi poser la question des formes sociales et culturelles qui s'élaborent sur les réseaux numériques.

La médiation du professionnel continue à être primordiale dans les environnements de bibliothèques hybrides. Pour l'utilisateur, le repérage, l'accès et l'utilisation de l'information restent des problèmes majeurs. La médiation documentaire dépasse la simple transmission de l'information afin de construire des liens entre besoin et usage d'information, dans le but de permettre à l'individu de transformer l'information en connaissance. L'évolution des professionnels de l'I-D implique le passage des missions de gestion de l'information à l'éducation numérique des utilisateurs. Ces fonctions récentes nécessitent des qualités relationnelles et pédagogiques. Le défi majeur reste d'apprendre à penser avec des outils numériques dans un espace hybride informationnel inconnu.

9. Frau-Meigs D. La radicalité de la culture de l'information à l'ère cybériste. Les e-dossiers de l'audio-visuel, INA [En ligne], janvier 2012. (L'éducation aux cultures de l'information).

## CULTURE INFORMATIONNELLE ET ACCÈS À LA CULTURE DANS LA SOCIÉTÉ NUMÉRIQUE

► Laurence Favier<sup>1</sup>

La notion de « culture de l'information » ou de « culture informationnelle », que certains s'attachent à distinguer en français, a été introduite par les bibliothécaires américains dans les années 1970 pour désigner ce que le Dictionnaire de l'Office québécois de langue française définit comme un « Ensemble de compétences permettant de reconnaître l'existence d'un besoin d'information, d'identifier l'information adéquate, de la trouver, de l'évaluer et de l'exploiter en relation avec une situation donnée, dans une perspective de résolution de problème ». Les expressions culture de l'information, culture informationnelle, maîtrise de l'information sont donnés comme synonymes. La multiplicité des notions données en traduction de l'expression anglaise d' « information literacy » montre la difficulté à en saisir les contours en français comme l'on souligné tant les professionnels français des bibliothèques (voir Chevillotte 2007<sup>2</sup> par exemple) que les chercheurs s'y intéressant (Maury 2006).

Pourtant le sujet demeure et se renforce au fil des années : « information literacy » et « digital information literacy » sont au cœur des débats des professionnels de l'information mais aussi de l'éducation, d'une institution internationale comme l'UNESCO et a même fait l'objet d'une proclamation du président américain Obama en 2009<sup>3</sup> sous le titre de « National Information Literacy Awareness ». Au cœur de ce sujet se trouve la notion anglo-saxonne de « literacy » qui désigne l'ensemble des pratiques culturelles liées à l'écrit. Nommer la « literacy » c'est en même temps la désigner comme un enjeu intellectuel et un thème de recherche privilégié des auteurs anglo-saxons tel Brian Stock<sup>4</sup> (1983) ou Jack Goody. Milad Doueïhi<sup>5</sup> précise que le terme Literacy « n'a pas toujours la connotation rudimentaire d'un B-A-BA » (comme s'il s'agissait d'alphabétisation) mais peut désigner aussi un « savoir-lire-et-écrire raffiné, lettré, littéraire et digital literacy son équivalent numérique ». La culture de l'information est donc bien un problème de culture d'abord qui traverse les couches les plus éduquées comme les moins éduquées de la société et, concerne en réalité toutes nos pratiques culturelles et éducatives.

1. Université de Lille 3  
GERICO  
laurence.favier@univ-lille3.fr

2. Chevillotte Sylvie (2007). « Maîtrise de l'information, Education à l'information ? Culture informationnelle ? » In : Les dossiers de l'ingénierie éducative.

Disponible sur :  
<http://www2.cndp.fr/archivage/valid/89404/89404-14460-18270.pdf>

3. Obama Barack (2009). *National Information Literacy Awareness Month, 2009 By the President Of United States of America. A Proclamation.* sur : [http://www.whitehouse.gov/the\\_press\\_office/Presidential-Proclamation-National-Information-Literacy-Awareness-Month](http://www.whitehouse.gov/the_press_office/Presidential-Proclamation-National-Information-Literacy-Awareness-Month)

4. Stock Brian (1983). *The Implications of Literacy. Written Language and Models of Interpretation in the Eleventh and Twelfth Centuries.* Princeton, New-Jersey, Princeton University Press

5. Doueïhi Milad (2008). *La grande conversion numérique.* Paris : Le Seuil. Voir note 1 p.13-14.

En démultipliant les écritures médiatiques, le numérique a inventé de nouvelles littératies : digital literacy, media literacy viennent encore s'ajouter à cette information literacy née à l'époque pré-numérique. Certains<sup>6</sup> résumant ces notions sous l'expression de « translittéracie informationnelle » L'omniprésence de la culture informationnelle en même temps que la difficulté à la circonscrire, renvoie à la médiatisation croissante de l'accès au savoir et à la culture. La relation de maître à élève, sous sa dimension personnelle, doit se redéfinir au sein d'un océan informationnel de contenus et de dispositifs d'accès censés rendre l'individu autonome. C'est encore la culture informationnelle qui est invoquée, essentiellement dans les pays anglo-saxons, pour éduquer à la citoyenneté (Favier 2010<sup>7</sup>) : elle apparaît même comme la condition de possibilité d'une citoyenneté pleine et entière.

6. Delamotte E. et Liqùete V. (2010). « La translittéracie informationnelle. Eléments de réflexion autour de la notion de compétence info-communicationnelle scolaire et privée des jeunes ». *Recherches en Communication*, n°33.

7. FAVIER L. 2010. « Information literacy as a resource for citizenship : an interdisciplinary issue for information studies ». 16th International Conference of the Jagiellonian University Institute of Information and Library Science (7 et 8 Juin 2010), Cracovie, Pologne.

8. MR Owens (1976), "State, government and libraries", *Library Journal*, 101(1), 27.

9. FAVIER L. (sous la dir.) 2011. « La démocratie dématérialisée. Enjeux du vote électronique ». *Le Genre Humain* n°51 Editions du Seuil.

10. Voir thèse de Paola Sedda en cours sous la direction de L.Favier (« Pratiques informationnelles et mobilisation à l'ère d'Internet : Le cas de l'Italie ») concernant la situation italienne ainsi que ses travaux tels que « Débat public et mobilisation dans la blogosphère italienne : le phénomène Grillo » (Congrès de la SFSIC 2012).

Parmi les débats suscités par cette évolution nous voudrions en souligner un : la reconfiguration des lieux culturels (bibliothèques, archives, musées) et politiques (le bureau de vote) en fonction des nouveaux modes de transmission du savoir et de l'information.

### **La culture de l'information face à la dématérialisation des lieux politiques**

Des premiers textes qui lui sont consacrés jusqu'à aujourd'hui, des déclarations de Owens<sup>8</sup> à la proclamation du président Obama (op.cit.), le rapport intrinsèque entre la culture informationnelle et la démocratie est fortement souligné : « Information literacy is needed to guarantee the survival of democratic institutions. All men are created equal, but voters with information resources are in a position to make more intelligent decisions than citizens who are information illiterates. The application of information resources to the process of decision-making to fulfill civic responsibilities is a vital necessity » (Owens op.cit.).

Les travaux<sup>9</sup> menés à GERIICO sur la dématérialisation du politique, qu'il s'agisse de celle s'exerçant sur les lieux d'exercice du vote avec la controverse sur le vote électronique, ou bien de celle qui préside à la formation et parfois à la pérennisation de mouvements sociaux sur Internet<sup>10</sup> c'est-à-dire en dehors des lieux de travail où traditionnellement ils s'établissaient, contribuent à caractériser la culture informationnelle du citoyen de l'époque

contemporaine. La manière dont il s'informe, décide de participer à des réseaux sociaux ou des blogs militants, d'engager une action dans la vie réelle en lien avec son activité numérique permet d'analyser le « comportement informationnel » qu'il met en œuvre. Cette notion de « comportement informationnel », qui fait l'objet d'une littérature scientifique abondante outre-Atlantique, implique d'analyser l'information comme un processus qui s'acquiert et se maîtrise différemment selon les contextes. La culture de l'information prend ici d'abord un sens anthropologique qui ne la réduit pas à un ensemble des savoirs formalisés destinés à être transmis.

Les questions méthodologiques sont elles-mêmes un objet de recherche puisqu'il est nécessaire d'inventer des manières d'analyser les sources numériques que sont les blogs et les réseaux sociaux (analyse de contenu et d'acteurs) en les suivant dans le temps.

### **La reconfiguration des lieux culturels**

Un autre aspect marquant de la société numérique est que l'accès à la culture n'est plus seulement lié à des lieux offrant des œuvres au regard du public mais il est aussi le résultat des fonctionnalités supplémentaires d'un cyberspace qui les prolongent. Cette évolution n'est pas mineure. Ainsi que le montre Y. Jeanneret<sup>11</sup> la *paideia* (à la fois culture et éducation en grec) repose sur des lieux : « La culture demande à être abritée, protégée, structurée par des lieux de pratique, comme le Musée, sa bibliothèque et ses écoles, dans lesquels peut vivre la *paideia* ; elle crée ses propres espaces imaginaires et intellectuels, qui exigent aussi des lieux matériels pour exister, comme la carte, la page, la gravure, le tableau où se déploie la géographie des savoirs ; elle est faite de transitions, de parcours, de passages, parce qu'il n'y a pas de culture sans public ni de création sans emprunt et métamorphose ». Ces lieux de pratique ont permis à la *paideia* de se développer comme « une façon de se former par la fréquentation (parfois assez mécanique) des œuvres » (ibid p. 29).

11. Jeanneret Y. (2011). *Where is Mona Lisa ? et autres lieux de la culture*. Paris : Le Cavalier Bleu, p.32.

Or la fréquentation des œuvres prend un sens différent dans la société numérique. Outre les aspects techniques de la numérisation et de la valorisation des fonds des institutions culturelles (bibliothèques, archives, musées) ce sont leurs missions éduca-

tives qui sont ainsi interrogées. Le paradigme est l'apprentissage (« learning »). Ainsi les bibliothèques seraient appelées à devenir des « learning centers ». Sans doute l'éducation a-t-elle toujours été une mission prioritaire des lieux culturels (bibliothèques comme musées notamment) mais le paradigme du « learning » à l'âge numérique rend insuffisante l'idée que l'éducation se fait par l'accès direct aux œuvres. La production de ressources sur les ressources, de supports multiples d'apprentissage liés aux ressources devient centrale. De même, la reconfiguration des lieux de fréquentation des œuvres vers des espaces de travail devient la tendance générale. La conception de lieux d'étude « à haute densité technologique », permettant le travail seul ou en groupe, devient l'objectif à atteindre, l'accès aux ressources ne devenant qu'un moyen pour y parvenir.

Selon Bennett<sup>12</sup> les bibliothèques ont connu trois paradigmes : un paradigme issu des bibliothèques monastiques centré sur le lecteur, un autre centré sur le livre qui se développe avec l'explosion documentaire au XIX<sup>e</sup> siècle et enfin, celui que nous connaissons aujourd'hui, centré sur l'apprentissage (« learning centered paradigm »). Selon ce dernier paradigme, l'information n'est plus rare mais abondante et se trouve essentiellement dans un espace virtuel et non plus physique. Le défi est de générer, moins l'interaction entre le lecteur et les livres, que la connexion entre l'espace et l'apprentissage. Cette connexion repose prioritairement sur l'idée que les professionnels des bibliothèques deviennent des éducateurs (« educators ») plutôt que des fournisseurs de service. C'est le sens de l'approche nommée « information and learning commons » (ILC). Selon Beagle<sup>13</sup> le modèle ILC doit inclure trois niveaux : le niveau physique (l'infrastructure informatique, les espaces et les collections traditionnelles des bibliothèques), le niveau virtuel (les bibliothèques numériques, les outils en ligne, le e-learning, et les ressources web de la bibliothèque-son portail) et le niveau culturel (cultural commons) constitué de workshops, de tutoriels, d'espaces collaboratifs de travail etc. Les professionnels des bibliothèques sont amenés à devenir des spécialistes, non pas seulement à la recherche d'information, mais de l'apprentissage<sup>14</sup>. La « médiation hybride » analysée par V.Couzinet<sup>15</sup> entre scientifiques, enseignants et professionnels de l'information doit définir une « culture informationnelle » articulant nouveaux modes d'apprentissage, reconfiguration des lieux culturels et évolution des technologies de l'information.

12. Bennett Scott (2009). "Libraries and Learning: A History of Paradigm Change". Portal : Library and the Academy. Volume 9, N°2, p.181-197.

13. Beagle (2006). The Information Commons Handbook. New-York: Neal-Schuman. Voir aussi : Heitsch K. Elisabeth, Holley P. Robert (2011). "The Information and Learning Commons: some Reflections". News Review of Academic Librarianship, 17:64-77.

14. Le rapport Futuribles International (2011) évoque « l'émergence d'une science de l'apprentissage ».

15. Couzinet Viviane (2008) "De la communication scientifique à la médiation spécialisée communication des savoirs et formes d'hybridations". Dans : Problématiques émergentes dans les sciences de l'information. Hermès Science-Lavoisier.

16. Sur les bibliothèques universitaires, deux thèses dirigées par W.Mustafa ont été soutenues en 2012 (thèses de Ur Rehman et Ijaz) ainsi qu'une thèse en cours (Zuzanna Wiorogorsk). Sur les musées une thèse est en cours sous la direction de L.Favier : Cédric BOUDJEMA « Les sites internet des musées d'art et de sciences dans quatre pays (France, Royaume Unis, Etats-Unis et Australie) : analyse comparative de l'offre pédagogique en ligne, des usages et des relations avec les publics ».

17. FAVIER L. (2012) : « Réflexion sur l'évolution des « technologies de l'intellect » : « la société de l'information » a-t-elle innové depuis l'Antiquité ? ». Dans (S.Laigneau, F.Poli dir) De Boccard éditions. Liber aureus. Mélanges d'antiquité et de contemporanéité offerts à Nicole Fick. Textes rassemblés et édités par LAIGNEAU-FONTAINE (S.) et POLI (F.). 2 vol., 647 p

18. FAVIER L., MUSTAFA EL HADI W., 2012 " From text to image: the concept of universality in Knowledge Organization systems designed by Paul Otlet and the International Institute of Bibliography". Dans Congrès international de l'ISKO (International Society of Knowledge Society), Mysore, Inde, 2012.

19. FAVIER L., MUSTAFA EL HADI (à paraître 2013). Des classifications bibliographiques à l'architecture de l'information : une nouvelle conception de l'universalité du savoir ?. Dans :Papy F. dir). Problématiques émergentes dans les sciences de l'information. Editions Hermès.

Plusieurs travaux<sup>16</sup> menés à Geriico portent sur ces aspects. Un ensemble d'études ont comme objet les bibliothèques universitaires impliquant notamment de comprendre leur rôle en tant que lieu (l'évaluation de la qualité de service dans les bibliothèques universitaires du Pakistan, évaluation des sites web des bibliothèques universitaires, étude comportementale des usagers des revues scientifiques en bibliothèque universitaire). D'autres se consacrent plutôt aux musées (analyse comparative de l'offre pédagogique en ligne, des usages et des relations avec les publics des sites internet de musées d'art et de sciences dans quatre pays).

### Remarques finales : d'autres chantiers à explorer

Cette reconfiguration des lieux du politique et de la transmission culturelle accompagne une évolution des technologies intellectuelles mises en œuvre dans l'univers numérique (Favier 2012<sup>17</sup>) en particulier eu égard aux avancées du Web (Favier Mustafa 2012<sup>18</sup>, Favier Mustafa à paraître 2013<sup>19</sup>). Le sens de cette évolution est un chantier à explorer. L'accès au patrimoine culturel comme à l'information spécialisée convergent vers le Web en exigeant des modes de recherche adaptés : la possibilité de lier des informations entre elles, au-delà des liens hypertextes, est au cœur de cette convergence. Il s'agit ici d'intéropérabilité sémantique et culturelle, d'open linked data, renouvelant l'intérêt pour les langages documentaires. Des classifications bibliographiques inventées il y a un siècle et demi à la problématique récente de l'architecture de l'information, l'étude de l'organisation de la connaissance reste un enjeu essentiel des progrès en cours.

Les compétences nécessaires à la recherche et à l'utilisation de l'information se transforment donc sans cesse tout en devenant de plus en plus centrales à la vie en société. C'est le sens de notion de culture informationnelle. Les théories de la « pauvreté informationnelle » se sont fait l'écho de ce lien entre exclusion sociale et compétences informationnelles ; finalement c'est la manière d'évaluer la fracture numérique qui s'en est trouvée modifiée.

Les travaux signalés dans ce rapide aperçu contribuent, dans la diversité de leurs thématiques, à repenser toutes les dimensions de cette culture informationnelle à la fois insaisissable dès qu'il faut inventer le contenu à enseigner et indispensable dès qu'il s'agit de penser l'adaptation de l'individu à la société.

# ÉTUDES SUR LA RÉCEPTION

## LES THÉORIES DE LA RÉCEPTION EN SIC

► Christine SERVAIS<sup>1</sup>

1. Université de Liège  
GERIICO  
Christine.servais@ulg.  
ac.be

Les études de réception se développent aujourd’hui dans un grand nombre de disciplines des sciences humaines (histoire, sciences politiques, études littéraires, sociologie, etc.) et, au sein même des SIC, ne présentent aucune espèce d’homogénéité. Elles s’intéressent à ce que les “objets culturels” au sens large (textes écrits, audiovisuels, scéniques, etc., artistiques ou médiatiques) font aux récepteurs et à ce que les récepteurs en font. Mais, au delà de cette définition bifide, l’ensemble de ces travaux est marqué par la diversité et les polémiques, à commencer par celle portant sur leur dénomination même, car les termes de “récepteur” ou de “réception” renvoient au schéma d’un texte, ou d’une oeuvre, “achevés” avant d’être “donnés” à un lecteur qui les “reçoit”, schéma sur lequel tous les chercheurs ne s’accordent pas. La notion de réception est une notion “molle” et sa théorisation constitue, pour le chercheur, une école de scepticisme et d’humilité.

Le développement actuel des études de réception est tangible ; l’analyse des textes, oeuvres et discours en termes de représentation se déplace vers des analyses en termes de réception : ce qui intéresse n’est plus tant l’état du monde que décrivent ou proposent les textes, mais bien la circulation des discours qu’ils engendrent dans le monde social ; on ne cherche plus tant à savoir ce que disent les textes que ce que “les gens” en pensent, ce qu’ils en font, ce que cela leur fait, voire ce que cela leur fait faire. On peut diversement lire cette tendance: soit la recherche a pris acte de ce que le sens des textes n’est pas dans les textes, mais est réparti dans le corps social où ils circulent, et de fait les études de réception prennent en compte le rapport au collectif et au commun présent dans tout acte d’interprétation; soit au contraire la prolifération des études de réception témoigne de la prégnance générale d’un modèle de la communication basé sur les effets (l’“impact”) et renvoie à une inquiétude, au souci de vérifier les vertus (aliénante ou émancipatrice) des textes et

des images, ou de planifier leur convenance à un public. Ce pourrait être également l'inquiétude ou l'espoir que, en modifiant les publics ou le rapport des publics aux médias, les NTIC modifient l'état du corps social et politique. À quelles passions répond ce désir de savoir portant non plus sur les discours médiatiques mais sur les discours des "récepteurs", et quelles seront les conséquences de ce savoir ? Notre responsabilité de chercheurs est engagée sur ces questions.

Historiquement, les études de réception apparaissent en Sciences de l'information et de la communication à l'occasion du colloque "Public et réception" organisé à Paris en 1989, et dans lequel D. Dayan et D. Pasquier jouèrent un rôle pépondérant. Au-delà, elles sont les héritières d'un double corpus disciplinaire et méthodologique, et cette dualité constitue aujourd'hui encore une ligne de partage entre les théories "du texte" et les théories de la "réception" proprement dite.

Le premier groupe de disciplines est celui des théories littéraires qui, au cours du XX<sup>e</sup> siècle, vont peu à peu entrer dans l'intimité des lecteurs et travailler sur la lecture. Cette évolution n'a pu se faire qu'à la condition de renoncer à l'idée qu'un texte avait une signification donnée une fois pour toutes, quel que soit le contexte ou le lecteur, signification garantie par les spécialistes.

Renoncer à tout cela fut le fait de plusieurs ruptures théoriques : les théories du texte en littérature (le groupe Tel Quel), qui poussèrent la sémiotique structurale hors de ses limites et présentent le texte comme un support, une texture ou un "rizhome" ; la sociologie bourdieusienne, qui montra que la culture était un instrument de domination, et que ses significations étaient par conséquent relatives et contingentes ; un ensemble de travaux philosophiques et ethnographiques, enfin, qui amenèrent l'idée que la culture n'est pas une mais plurielle (De Certeau), et que l'histoire elle-même peut s'écrire depuis plusieurs points de vue (Lyotard). En un mot, la pluralité avait succédé à l'unicité.

À partir de ce moment-là, on pouvait en effet s'intéresser à la manière dont les lecteurs lisaient les textes en des termes autres que ceux de "carence" ou "d'erreur", et envisager la "guerre des discours" dont parlent Barthes aussi bien que Stuart Hall. Ces théories

du texte développent alors des notions très actuelles, comme celle de co-création, de participation, de partage du sens. Leurs modèles sont néanmoins peu opératoires. Cette tradition a logiquement accueilli les travaux des Cultural Studies, qui se revendiquent partiellement d'une origine similaire ainsi que d'un pluralisme normatif.

La seconde tradition est celle des travaux sociologiques s'intéressant aux effets à long ou moyen terme des médias sur leurs récepteurs ; elle éclaire la dimension collective de la réception et met en avant le "public". Dès que se sont développés les premiers médias de masse au XIX<sup>e</sup> siècle, s'est développée une inquiétude, partagée à la fois par les courants progressistes et conservateurs : qu'est-ce que des individus peu éduqués allaient bien pouvoir faire de tous ces messages ? N'était-ce pas socialement dangereux ? Inversement, les masses n'étaient-elles pas manipulées et aliénées par les médias ? Ne fallait-il pas les en libérer, et au minimum les éduquer pour qu'elles puissent résister à cette aliénation ? Il faut insister sur cette congruence : on s'est inquiété des "effets" des messages en proportion directe avec la masse des individus qu'ils pouvaient atteindre. La problématique est ancienne, puisque Platon lui-même s'inquiétait déjà de ce que l'écriture, qui s'en allait voler de ci de là, ne permettait pas de contrôler à qui le message parviendrait, et était de ce point de vue plus dangereuse que la parole. La question est au fond liée à la qualité des destinataires, et à la convenance des messages à cette qualité : sont-ils qualifiés, ou capables, d'entendre ou de lire ces textes de telle sorte qu'ils les comprennent (vertu éducative des moyens de communication), ou au contraire de telle sorte qu'ils puissent s'en distancier et y résister (vertu aliénante ou corruptive de ces mêmes moyens de communication ? Ce "paradigme des effets" repose de manière plus ou moins lointaine sur une vision instrumentale de la communication. Il a rencontré l'opposition du "paradigme des usages" qui, à partir d'études empiriques, a mis en évidence la capacité de résistance, voire la puissance d'agir des récepteurs.

La première tradition, s'intéresse à ce qui, dans le texte, dirige la lecture: après le "lecteur modèle" d'Eco, on parlera de "contrat" (Véron), de "pacte" (Pedler), de "promesse" (Jost). Il s'y est joué un débat sur les limites de l'interprétation (Eco/Derrida) qui a contribué à élargir la notion de texte, aboutissant à ce que les

Cultural Studies nomment “texte médiatique”, c’est-à-dire une totalité phénoménologique comprenant les formes, les contenus, les contraintes de genre ou de format, ainsi que la réception telle qu’elle s’exprime par exemple sur les forums.

La seconde s’intéresse à ce qui, dans le contexte économique, politique et social, contraint la lecture, et elle met logiquement en évidence le code dominant. Il reste théoriquement et pratiquement extrêmement difficile d’articuler ces deux positions entre elles : la réception est-elle le miroir du texte ou du contexte social, et, surtout, comment les renvoyer l’un à l’autre (Esquenazi, 2003 : 15) ? Si les textes et les oeuvres agissent d’une manière ou d’une autre sur leur récepteur, comment rendre compte de cette valeur performative “en contexte”, c’est-à-dire comment rendre compte de son échec comme de sa réussite ? Quel modèle peut nous permettre de comprendre que les textes ont un effet mais que cet effet n’est pas sûr ? En concevant la réception comme un dialogue oeuvre/lecteur développé dans le temps et du coup jamais clôt, H.R. Jauss unit théoriquement ces deux pôles, ce qui explique la valeur heuristique de son “horizon d’attente”, et son succès. Il ne nous dit rien néanmoins des moyens d’identifier les normes partagées ou leur rupture, pas plus que des moyens de mettre en relation normes esthétiques et normes sociales sur un plan collectif.

Ces deux traditions restent actives et elles ont fécondé un nombre de travaux dont l’importance ne cesse de croître, et qui se réfèrent aujourd’hui à toutes les disciplines des sciences humaines, jusqu’aux sciences cognitives ou à l’éthologie, et leur empruntent toutes leurs méthodes, du récit de vie aux statistiques en passant par l’expérimentation. Ce sont les SIC qui ont eu vocation à rassembler toutes ces tentatives, en partie parce qu’elles constituent une interdiscipline propre à appréhender les différentes dimensions de la réception, mais aussi parce que, en intégrant les textes dans un modèle de communication, ou en concevant les textes comme communication, elles prennent en compte l’ensemble des filtres sociologique, technique, et humain à travers lesquels s’opère la réception d’un texte. Les SIC visent à articuler le technique, le sémiotique et le social afin de mettre au jour un réseau d’intermédiaires pris dans une relation d’hétéroconstruction du sens. Cette particularité explique que les études de réception s’y sont développées plus qu’ailleurs (par exemple en études littéraires ou en esthétique).

On reproche parfois aux études de réception leur absence d'unité, mais la fragmentation de ce champ de recherche est pourtant source de savoir : si le lien texte/contexte reste contestable, y compris lorsqu'il fait l'objet d'études empiriques, si aucune preuve ne peut l'emporter (ni celle de la liberté du lecteur, ni celle de son aliénation) et si l'on ne peut s'accorder sur un modèle, c'est parce que la méthode d'investigation choisie détermine en partie le type de données qui seront obtenues, et que par voie de conséquence toute étude de réception est partielle et partiale ; la diversité des approches et des méthodes montre également que le processus de réception est d'une complexité telle qu'aucune étude ne peut l'épuiser ; enfin, on pourrait considérer que le processus de réception lui-même est inachevé et toujours susceptible d'être accompli par telle ou telle étude qui, en l'explicitant, le réaliserait.

Ces difficultés méthodologiques structurent l'ensemble des travaux autour d'apories très stimulantes, mais elles appellent à la modestie, et obligent à un positionnement méthodologique extrêmement clair. En effet, s'il est généralement admis que le "public" n'est pas seulement construit par le producteur et le récepteur mais également par le chercheur, il faut aller au-delà et reconnaître que cette construction détermine les études davantage qu'elle n'en est le terme, tant pour ce qui concerne la liberté du récepteur et le statut des normes communes (instrument de domination (Foucault, Rancière) ou de communication (Habermas)), que pour ce qui touche à la possibilité ou non de limiter l'interprétation. Au bout du compte, on peut montrer (Collini, 1996 : 16-20), que toute conception de la réception est étroitement liée à l'"image de soi" du chercheur ainsi qu'à une échelle d'évaluation implicite. De même, le débat entre la sociologie critique et les approches culturelles ou la sociologie pragmatiques, qui reste très vif en France, montre que toute étude de réception engage à poser cette question, plus politique que morale cette fois : où se situe le chercheur ?

L'évolution actuelle des études de réception ne peut être tracée dans les limites de ce texte, tant elle élargit encore les possibles que nous avons mentionnés. Les nouvelles technologies s'inscrivent désormais de manière si intime dans nos comportements sociaux que c'est l'ensemble de ces comportements que l'on pourrait interroger en tant que phénomènes de réception. Par ailleurs, les enjeux de démocratisation culturelle dans lesquelles sont pris

les artistes et les institutions artistiques, joints à leurs enjeux de rentabilité, offrent aux études de réception des objets infinis, où la question posée se centre autour d'une "bonne" réception, voire de l'évaluation des politiques culturelles.

S'il faut signaler quelques traits saillants des travaux actuels, j'indiquerai les suivants.

Le Web 2.0 démultiplie les possibilités d'études, en offrant au chercheur des "textes" où la "spirale production-réception" est raccourcie à tel point qu'on a parfois affaire physiquement -et non symboliquement- à des hybrides de production et de réception, comme dans le cas des créations de fans. L'objet devient clairement problématique, son lieu et ses limites plus que jamais instables, d'où la nécessité de faire évoluer la notion de "texte", comme le font les études culturelles. Toute une série d'études se livrent à l'examen de formes écrites ou du moins "traçables" de réception, ainsi qu'aux relations inédites qui s'y nouent entre espaces public et privé.

Il est remarquable qu'une préoccupation proprement politique se manifeste dans un grand nombre de travaux ; en particulier la relation entre publics politiques et publics médiatiques (Céfaï & Pasquier, 2003) devient un objet d'étude en soi : comment les uns forment-ils les autres ? Plus particulièrement encore, la question est relative à l'action et s'exprime sous cette forme : les réception médiatique disposent-t-elles à l'action politique? On retrouve ici l'inquiétude/l'espoir qui ont toujours présidé aux recherches sur les effets politiques des médias de masse, mais le développement d'internet a compliqué les questions. Il a notamment ramené sur le devant de la scène scientifique la notion de participation dans ses dimensions sociale et technologique, et dont le caractère à la fois politique et médiatique (Carpentier, 2011) explique sans doute l'importance. La question est de savoir alors sous quelles formes et à quelles conditions une participation médiatique est susceptible de se transformer en un engagement effectif sur le plan politique (Proulx, 2012).

Il semble que la réception, de ce point de vue, ne puisse plus être envisagée en termes d'effets, mais doit être décrite dans les termes d'une relation : en faisant dialoguer les héritages sémiotique et pragmatique, on décrit la relation plus ou moins

contrainte que le texte/l'oeuvre proposent au récepteur, et qui est susceptible de guider, voire de modifier sa relation au monde (sachant qu'une autre relation est bien entendu toujours possible). Les Gender Studies pourraient constituer sur ce point une référence intéressante, car elles travaillent sur l'analogie entre les deux configurations : celle de l'oeuvre et celle du contexte de réception, et s'intéressent à la position du spectateur dans l'oeuvre, traduisant en termes d'image et de place le dialogue oeuvre/lecteur de Jauss. Ainsi la relation entretenue avec un texte peut-elle être mise en rapport avec la relation à un collectif (Dayan, 2006), conformément à ce que Rancière nomme "partage du sensible". Cette relation entre le récepteur et le texte se caractérise par un faire. Décrire le "faire" des destinataires est par exemple l'objet de la sociologie pragmatique, et en particulier de la notion de goût proposée par Hennion ; l'esthétique et le concept de "jugement réfléchissant" de Kant sont également parfois mobilisés. La notion de "rôle", telle que la définit Goffman, pourrait constituer un prolongement théorique aux notions de participation et d'action, permettant de mettre en évidence une diversité de positions possibles pour le récepteur.

Enfin, on pourrait également inverser le sens des questions pour se demander, avec la même préoccupation politique, de qui les textes portent la parole et qui peut en répondre.

Les études de réception ne constituent ni une théorie ni une discipline, tout au plus forment-elles une perspective indispensable pour aborder la complexité des objets médiatiques et culturels. Leur important développement ne peut alors manquer de poser la question : jusqu'au faut-il tenter d'en éclaircir les "mystères" ?

### **Bibliographie**

N. Carpentier (2011), "The concept of participation. If they have access and interact, do they really participate ?" in N. Carpentier & P. Dahlgren (eds.), *Communication Management Quarterly*, n° 21, Year 6, "Interrogating audiences : theoretical horizons of participation", 13-36.

D. Cefaï et D. Pasquier (dirs.) (2003), *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, PUF.

S. Collini, (1996), "Interprétation terminable et interminable", in U. Eco, *Interprétation et Surinterprétation*, Paris, PUF.

D. Dayan (1992), "Les mystères de la réception", in *Débats*, 146-162.

D. Dayan (dir.) (2006), *La terreur spectacle. Terrorisme et télévision*, Bruxelles, De Boeck/Ina.

J.P. Esquenazi (2003), *Sociologie des publics*, Paris, Editions La Découverte.

P. Goetschel, F. Jost, M. Tsikounas (dirs.) (2010), *Lire, Voir, Entendre. La réception des objets médiatiques*, Paris, Publications de la Sorbonne.

S. Proulx (2012), "La puissance d'agir des citoyens à l'ère numérique : cyberactivisme et nouvelles formes d'expression politique en ligne", in S. Najjar, dir. *Mouvements sociaux en ligne et cyberactivisme en Méditerranée*, Paris, Karthala, 2012.

## LA RÉCEPTION DES GRANDS ÉVÉNEMENTS SOCIO-MÉDIATIQUES : LE RÔLE CLÉ DE L'IDENTITÉ SOCIALE ET DU PARTAGE SOCIAL DES ÉMOTIONS

► Marie-Pierre Fourquet-Courbet<sup>1</sup>

1. Université d'Avignon  
et des pays de Vaucluse  
CNE UMR 8562, Equipe  
Culture & Communica-  
tion  
marie-pierre.fourquet@  
univ-avignon.fr

On ne peut pas comprendre la réception des médias sans faire référence, d'une part, à l'identité sociale du récepteur et, d'autre part, aux processus socio-affectifs mis en œuvre (et dont l'étude a souvent été délaissée par les chercheurs en SIC au profit de celle des processus socio-cognitifs). Ces deux entités théoriques sont fondamentales quand il s'agit d'étudier la réception de grands événements socio-médiatiques comme, par exemple, voir en direct à la télévision les attentats de New York, apprendre par les médias la mort de Michael Jackson ou de la princesse Diana. Ces événements partagent des caractéristiques communes. Ils sont hors du commun, très impliquants pour le récepteur et provoquent des émotions très intenses, le plus souvent négatives. Par ailleurs, ils surviennent de façon imprévisible, inattendue et occupent fortement l'espace médiatique, parfois à l'échelle mondiale. Ils font intrinsèquement partie du vécu socio-anthropologique de nos sociétés, sont massivement partagés et s'inscrivent dans les mémoires individuelle et sociale.

La réception de ce type d'événements passe généralement par différentes étapes suivant une chronologie identique. Après une première phase de choc et de profonde stupéfaction dans les premières secondes, les personnes entrent dans une deuxième phase au cours de laquelle elles développent des réflexions cognitives élaborées. Ces dernières visent notamment à interpréter individuellement l'événement et à lui donner un sens. Très vite, une troisième phase apparaît : elle est caractérisée par l'impérieuse nécessité de communiquer et la recherche de nombreuses communications interpersonnelles. C'est sur cette troisième phase que nous allons nous pencher. C'est en effet lorsqu'elle commence qu'apparaissent le rôle primordial de l'identité sociale du récepteur et son besoin de s'appuyer sur un collectif social pour identifier et réguler ses émotions car il est peu capable de le faire seul. Pour analyser plus en détails ces processus, nous nous appuyons sur deux recherches portant sur la réception télévi-

suelle en direct des attentats du 11 septembre 2001 à New York (Courbet, Fourquet, 2003<sup>2</sup>) et sur la réception de l'annonce du décès de Michael Jackson par ses fans, puis sur leurs réactions dans les mois suivants (Fourquet-Courbet, Courbet, 2012<sup>3</sup>).

### **Identité sociale et expression sociale des émotions au cœur de la réception**

Lors de la réception des attentats de New York, les téléspectateurs ont immédiatement ressenti le besoin d'interagir socialement, en particulier avec leurs proches. Au cours de ces échanges sociaux, ils ont exprimé leurs réactions selon des stratégies autoreprésentationnelles et l'image d'eux-mêmes qu'ils souhaitaient transmettre. Dès les premières minutes, ils ont également cherché à donner à la situation de réception de l'événement une « bonne forme », facilement mémorisable, pour pouvoir le récupérer plus aisément en mémoire et, plus tard, le narrer. En fait, préparer cette narration concerne peu l'événement lui-même ; il s'agit davantage de parler de soi aux autres, de ce qu'on faisait à ce moment là et à cette époque de sa vie. Ce récit donnera aux autres une certaine image valorisée de soi.

Cette notion d'autovalorisation et de référence à soi a également été retrouvée lors de la réception de l'annonce de la mort de Michael Jackson. En effet, certains de ses fans ont expliqué que le fait d'avoir appris l'événement à d'autres personnes de leur entourage leur avait procuré des affects positifs. En provoquant de brusques réactions chez les autres, ces fans se sont sentis « importants ». Certains ont même anticipé la manière dont les personnes prévenues allaient mémoriser l'événement. Ces fans ont immédiatement tenté d'avoir un rôle dans la représentation et la mémorisation que l'autre se ferait de ce phénomène planétaire. Par exemple, ils espéraient que les personnes prévenues leurs attribueraient spécifiquement un rôle dans la narration qu'elles feraient, plus tard, de la manière dont elles avaient appris l'événement.

### **Rechercher de la reliance sociale pour gérer ses émotions et co-construire la signification**

Les échanges sociaux que les récepteurs des grands événements socio-médiatiques recherchent quasi-inéluctablement, leur permettent d'identifier et de réguler les fortes émotions ressenties.

2. Courbet, D., Fourquet, M.P., 2003, « Réception des images d'une catastrophe en direct à la télévision. Etude qualitative des réactions provoquées par les attentats du 11 septembre 2001 aux Etats-Unis au travers du rappel de téléspectateurs français », *European Review of Applied Psychology*, 53(1), p. 21-42.

3. Fourquet-Courbet, M.P., Courbet, D. (2012 sous presse), « Pourquoi les fans communiquent-ils tant quand la célébrité décède ? Usages des communications et des réseaux sociaux dans le deuil de Michael Jackson », *Communication*, 30/2

D'une part, par auto-attribution et comparaison sociale, chacun peut, lors de ces interactions, situer ses propres réactions par rapport à celles des autres, enrichissant ainsi le schéma de soi. D'autre part, au travers du contact avec autrui, les récepteurs recherchent une légitimation sociale des émotions éprouvées lors de la réception individuelle, en référence aux normes, valeurs et culture de leur groupe d'appartenance. Après avoir vu les images des attentats de New York, certains téléspectateurs ont tenté de savoir s'ils avaient eu « tort » ou « raison » de ressentir ce qu'ils avaient ressenti de manière isolée. De la même manière, les fans de Michael Jackson se sont rassurés sur la normalité de leurs réactions cognitives et affectives, en comparant, via les médias sociaux, la nature et l'intensité de leurs réactions à celle du groupe des fans. Plus globalement, les interactions sociales fournissent aux récepteurs des repères socio-émotionnels et socio-cognitifs pour co-construire la signification de l'événement, en prendre conscience et l'ancrer dans le réel.

Si les interactions sociales permettent aux récepteurs de dépasser les limites vite atteintes de leur gestion individuelle du phénomène, pour les fans, elles vont même jusqu'à leur permettre de mieux vivre le décès de la célébrité. En effet, lors de l'annonce du décès de Michael Jackson, les fans ont ressenti un impérieux besoin de communiquer notamment via les médias sociaux. Chez les fans développant une « identité groupale », c'est-à-dire se définissant eux-mêmes essentiellement en tant que membres du groupe social des fans et mettant en avant des attributs communs avec les autres fans de Michael Jackson, les usages des médias sociaux semblent même, à plus long terme, avoir accéléré la résolution du deuil. Ainsi, de la même façon que les communications interpersonnelles en face-à-face dans le deuil (Horowitz et al., 2001), les médias sociaux apporteraient un « soutien d'union » satisfaisant un besoin d'affiliation et d'appartenance au groupe des fans : les fans peuvent y trouver de quoi restaurer leur identité sociale en tant que membres d'une communauté culturelle.

Dans notre enquête, nous avons remarqué que c'est notamment l'usage des médias sociaux qui avait permis aux fans de Michael Jackson de dépasser les limites de leur gestion individuelle du phénomène. Plusieurs auteurs en sciences humaines et sociales (Durkheim, 1912 ; Rimé, 2005) expliquent que, lorsqu'une personne est face à

des phénomènes émotionnels négatifs majeurs auxquels elle ne peut faire face individuellement, elle éprouve le besoin phénoménologique, pour leur donner du sens, de se référer à une entité abstraite incarnant un « ordre social culturel » stable, représentant pour elle « le socle de l'humanité ». Ainsi, par leur fonction de reliance sociale, quels que soient les continents, les religions, les ethnies ou les générations, il est possible que les médias sociaux incarnent, pour les fans mais aussi, plus généralement, pour les internautes, un genre de communauté humaine sociale stable à laquelle ils se réfèrent quand ils sont face à des phénomènes émotionnels négatifs majeurs qu'ils ne peuvent gérer individuellement.

**Quand les médias sociaux freinent la résolution du deuil des fans**

L'annonce du décès brutal et inattendu de célébrités médiatiques fait partie des événements socio-médiatiques « hors du commun ». Pour les fans, les usages qu'ils font ensuite des médias semblent jouer un rôle dans leur processus de deuil et dans le processus de réajustement identitaire qu'ils mettent en œuvre.

Des usages fréquents et prolongés des médias sociaux semblent avoir freiné la résolution du deuil chez un certain type de fans : ceux qui pensent avoir une « identité individuelle » très différente des autres fans (ils pensent être de vrais connaisseurs, être plus fans que les autres,...). Ces fans évoquent quasi systématiquement le développement d'un processus d'identification psychologique à la célébrité dans la construction de leur identité. Quand la célébrité décède, ils se retrouvent face à un « nouveau besoin identitaire » à gérer. Ce manque remet en cause la stabilité du soi et nécessite un réaménagement d'une partie de leurs modèles d'identité personnelle. Le décès de Michael Jackson rend nécessaire un travail de deuil sur leur propre identité, laquelle risque en partie de se fendre. Ces fans développant une « identité individuelle » semblent avoir particulièrement souffert et ressenti de fortes émotions négatives. Si les médias sociaux leur ont permis, à court terme, de sortir de l'anonymat en laissant une trace personnalisée témoignant de leur identité (e.g. une épitaphe sur Facebook) et d'individualiser leur processus de deuil (ils ont en permanence de nouvelles informations, où ils veulent, quand ils veulent), ils n'ont pas directement contribué au processus de réajustement identitaire. A plus long terme, il apparaît même que des usages prolongés et fréquents des médias sociaux ont

pu freiner leur résolution du deuil. Si communiquer et exprimer ses émotions négatives dans le premier stade d'un deuil est souvent nécessaire pour obtenir de l'empathie et du soutien social, prolonger cette phase devient nuisible chez tout endeuillé. Chez les fans, fréquenter les médias sociaux les conduit à lire, écrire et échanger des contenus où dominent des tonalités émotionnelles négatives. Ce sont les mêmes sentiments de tristesse qui reviennent et qui sont systématiquement ressassés. La possibilité de ruminer et d'entretenir leurs émotions négatives est bien plus grande chez les fans fréquentant souvent des pages web rendant hommage au disparu.

### **Perspectives de recherches**

Les perspectives de recherches sur la réception des grands événements socio-médiatiques ouvertes en SIC pourraient donc se structurer autour de deux idées fortes. D'une part, la nécessité de prendre en compte l'identité sociale du récepteur qui est au cœur du processus de réception. Dans ses futures interactions autour de l'événement, il mettra en scène son identité sociale, notamment en parlant moins de l'événement que de lui-même. D'autre part, en plus de l'étude des processus socio-cognitifs, il est fondamental de prendre en compte les processus socio-affectifs des téléspectateurs ou des internautes au moment et après de la réception de l'événement. On compléterait ainsi, par exemple, des approches sociologiques étudiant le rôle de l'identité sociale dans la réception de séries télévisées (Pasquier, 1999) ou les publics d'autres types d'événements, faisant l'objet d'attentes quant à eux, comme les festivals artistiques et culturels (e.g. Ethis, 2001).

### **Bibliographie**

Courbet, D., Fourquet, M.P., 2003, « Réception des images d'une catastrophe en direct à la télévision. Etude qualitative des réactions provoquées par les attentats du 11 septembre 2001 aux Etats-Unis au travers du rappel de téléspectateurs français », *European Review of Applied Psychology*, 53(1), p. 21-42.

Durkheim, E. (1912), *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris, Presses Universitaires de France (6ème édition, 2003) ; Rimé, B. (2005), *Le partage social des émotions*, Paris, Presses Universitaires de France.

Ethis, E. (2001), *Aux marches du Palais : le Festival de Cannes sous le regard des sciences sociales*, Paris, Documentation française.

Fourquet-Courbet, M.P., Courbet, D. (2012 sous presse), « Pourquoi les fans communiquent-ils tant quand la célébrité décède ? Usages des communications et des réseaux sociaux dans le deuil de Michael Jackson », *Communication*, 30/2

Horowitz, L.M. et al. (2001), « The way to console may depend on the goal: Experimental studies of social support », *Journal of Experimental Social Psychology*, 37(1), Jan 2001, p. 49-61.

Pasquier, D. (1999), *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*, Paris, Ed. de la MSH.

## L'ACTION COST ISO 906 TRANSFORMING AUDIENCES, TRANSFORMING SOCIETIES

► Geoffroy Patriarche<sup>1</sup>

► Mélanie Bourdaa<sup>2</sup>

Le programme européen COST (European Cooperation in Science and Technology)<sup>3</sup> finance la coordination des recherches nationales sur des thématiques choisies par les proposants des projets. COST couvre tous les champs scientifiques, répartis en neuf « domaines » - comme Biomedicine and Molecular Biosciences, Individuals, Societies, Cultures and Health (ISCH) et Information and Communication Technologies - auxquels s'ajoute un interdomaine pour les projets « inclassables ». Les fonds obtenus servent à mettre en réseau des chercheurs au travers de workshops et de séjours de recherche (short term scientific missions), à soutenir et à promouvoir les jeunes chercheurs au travers d'écoles doctorales par exemple, et à disséminer le fruit de ces rencontres au travers de conférences et de publications. COST ne finance donc pas la recherche proprement dite (par exemple, par l'engagement de post-doctorants ou d'enquêteurs de terrain) mais la mobilité des chercheurs, l'intégration des recherches et la mise en visibilité des réseaux scientifiques ainsi constitués, lesquels, dans le jargon COST, s'appellent des « Actions ».

L'Action COST IS0906 *Transforming Audiences, Transforming Societies*<sup>4</sup> a été lancée le 1<sup>er</sup> mars 2010 à l'initiative de la section *Audience and Reception Studies de l'ECREA* (European Communication Research and Education Association)<sup>5</sup>. L'Action (qui se terminera en février 2014) s'intéresse aux transformations des audiences et des publics en relation avec les changements sociaux, culturels, politiques et technologiques que connaissent les sociétés européennes. Le réseau s'organise autour de quatre thématiques correspondant à quatre groupes de travail : (1) les nouveaux genres médiatiques, les littératies médiatiques et la confiance dans les médias ; (2) l'interactivité et la participation des audiences et des publics ; (3) le rôle des médias et des TIC dans l'évolution des relations sociales (ce groupe s'intéresse en particulier aux réseaux socionumériques) ; et (4) l'intégration sociale et les transformations des audiences et des publics.<sup>6</sup>

1. chargé de cours, Facultés Universitaires Saint-Louis, Bruxelles. patriarche@fusl.ac.be

2. MCF, Université Bordeaux 3, MICA melaniebourdaa@yahoo.fr

3. Site web : <http://www.cost.eu>.

4. Site web : <http://www.cost-transforming-audiences.eu>.

5. Site web : <http://www.ecrea.eu>.

6. La structure de management de l'Action est présentée sur le site web à l'adresse : <http://www.cost-transforming-audiences.eu/node/2>. L'agenda de recherche détaillé est également accessible sur le site web de l'Action à l'adresse : <http://www.cost-transforming-audiences.eu/node/181>.

**Le groupe de travail n°2 : Interactivité et participation des audiences et publics**

Les objectifs de ce groupe de travail sont multiples. En effet, il vise à analyser les possibilités et les enjeux de la participation publique médiatisée, tout comme le rôle que jouent les médias nouveaux et traditionnels pour favoriser la participation et construire un sentiment de citoyenneté. Le lien entre les professionnels, les organisations non gouvernementales et les publics est particulièrement mis en évidence et fait l'objet de recherches plus approfondies au sein de ce Groupe de Travail.

Pour mener à bien ses recherches sur l'interactivité et la participation, le groupe de travail 2 a mis en place plusieurs stratégies et plusieurs initiatives sont proposées et menées par les membres du groupe. Par exemple, des agents de liaisons ont été élus par les pairs. Leur mission est d'une part d'établir une relation de partenariat avec les industries médiatiques, les jeunes chercheurs européens, les politiques et les organisations non-gouvernementales. D'autre part, ils sont chargés de promouvoir le groupe de travail et plus largement l'Action COST auprès de ces relais. Chaque agent de liaison est en charge de la publication d'une lettre de diffusion contenant des articles écrits par des membres extérieurs au groupe de recherche ainsi que des entretiens menés auprès de personnes actives dans l'industrie, la politique ou les organisations non-gouvernementales.

Des numéros spéciaux de revues scientifiques sont également prévus, coordonnés par des membres en binôme sur des recherches liées aux thématiques portées par le groupe. Pour ce qui est du Groupe de Travail 2, un premier numéro est paru en 2011 dans la revue *Communication Management Quarterly*, sur le thème « Interrogating Audiences : theoretical horizons of participation » (dirigé par N. Carpentier et P. Dahlgren). Un deuxième numéro vient est déjà paru intitulé : « Public voice et mediated participation » vient de paraître (*Communications. The European Journal of Communication Research*, n°37, 2012). Un prochain numéro est en préparation pour une publication dans le journal en ligne *Participations. International Journal of Audience Research*. Ce numéro traitera de la réception des stratégies cross-media et transmedia. Toutes ces publications sont ouvertes aux membres du groupe de travail, et des auteurs extérieurs sont

ensuite invités par les coordinateurs à publier leurs travaux. Par ailleurs, le groupe de travail 2 contribue aux ouvrages collectifs qui rassemblent les travaux des quatre groupes, des auteurs extérieurs pouvant être invités à y publier leurs travaux.

Afin de coordonner les groupes de recherche, et de mettre en place les initiatives à suivre, les membres de l'Action COST se réunissent deux fois par an dans un des pays membres. Des réunions ont déjà eu lieu à Lisbonne, Zagreb, Londres, Bruxelles et Milan. Lors de ces rassemblements, des conférences plénières sont proposées par des invités sur les thématiques de la réception et de la participation des publics. Des séances de travail, sous forme de workshops, sont également organisées dans lesquelles chaque groupe de travail se retrouve pour discuter des avancées des recherches et des prochaines initiatives.

Les objectifs principaux de cette Action sont multiples. Tout d'abord, les membres sont chargés de faire un état des lieux de la recherche sur les audiences, les publics et la participation en Europe<sup>7</sup>. La diversité géographique des membres permet de mettre en lumière les diversités d'approche de la recherche dans ce domaine. Les membres produisent une analyse des transformations des audiences et des publics en lien avec les transformations socio-politiques et technologiques et à contribuent au développement théorique et méthodologique des recherches sur les audiences et les publics, ainsi qu'au renouvellement de l'agenda de recherche.

Ensuite, les membres sont appelés à proposer des initiatives de recherche, en incluant des membres extérieurs au monde académique pour établir un dialogue sur des thématiques sociales et culturelles importantes. Enfin, la dernière étape consiste en des préconisations qui peuvent être tirées des différentes recherches menées.

7. Un rapport de recherche: <http://www.cost-transforming-audiences.eu/node/216>

## LES PRATIQUES DE RÉCEPTION DES FANS : LES FORMES DE L'APPROPRIATION

► Miguel Angel Torres<sup>1</sup>

1. Laboratoire CPST –  
LARA  
Université de Toulouse 2

**D**ans le contexte de la culture des fans, l'expression de la réception est une pratique courante. Les fans de Star Wars et de Star Trek, contrairement à ce que le stéréotype du fan suggère, ne se limitent pas à parler des personnages de la série, à s'habiller comme eux ou à réunir tous les produits dérivés qui existent commercialement. Ce qu'on retrouve dans l'univers de la culture des fans, c'est autant un positionnement en tant que spectateurs par le discours qu'on tient sur la série ou le film, qu'une exploration de cet univers diégétique par le biais de la production de nouveaux textes.

Nous suivons Jenkins dans l'idée de restreindre l'usage du terme fan aux seules personnes qui, en plus de leur investissement personnel dans l'attachement au texte, créent des liens sociaux par rapport à un groupe, à une communauté dont ils se sentent faire partie (Jenkins, 1992 : 21-23). Comme Bacon-Smith le précise, ce désir de mieux déterminer le terme n'obéit dans une démarche académique qu'à la nécessité de distinguer des niveaux différents d'engagement dans ces groupes, plus qu'à clarifier un 'vrai sens' du terme fan (Bacon-Smith, 1992 : 22-23).

Nous avons pris le choix d'étudier dans le cadre de notre thèse les pratiques de fans de la série télévisée *Twin Peaks*. Notre recherche se réclame de la sémio-pragmatique dans le sens où nous nous sommes appuyés sur certains outils de la sémiotique portés sur les interactions et sur la figure de l'énonciataire en vue de décrire des pratiques spectatorielles. C'est aussi pour cette raison que nous nous sommes plutôt intéressés au rapport entre le fan (et la communauté de fans, le fandom) et le texte, qu'aux rapports qui se forment à l'intérieur de la communauté.

*Twin Peaks* était une série spécialement intéressante pour cette démarche. Créée par David Lynch et Mark Frost, *Twin Peaks* a été diffusée à l'origine en deux saisons, entre 1990 et 1991, en trente épisodes, un nombre peu important si on le compare à des

séries comme *Star Trek*, *Lost* ou *Battlestar Galactica*. La série s'est caractérisée par une forme narrative feuilletonesque et souvent ouverte, ainsi que par des représentations figuratives obscures qu'elle-même n'arrivait souvent pas à préciser.

Les activités des fans étant diverses, nous avons établi notre corpus de manière à aborder le fandom de *Twin Peaks* en gardant toujours en tête l'idée que notre intérêt principal est de comprendre la dynamique qui gouverne les échanges et les productions de fans dans la logique de la réception et de l'appropriation des textes. À partir de ce principe, nous avons suivi les activités du site de fans consacré à *Twin Peaks* le plus actif (*Twin Peaks Gazette*) sur la période 2006-2009, mais nous avons aussi tâché d'examiner les activités produites au sein de *alt.tv.twin-peaks*, un groupe de discussion de la série qui existe depuis l'époque de sa diffusion originale, en profitant du fait que des archives des activités de ce forum séminaire ont été gardées par un site consacré à *Twin Peaks* (*TwinPeaks.org*). Les activités au niveau des forums, des fictions et des théories élaborées qui forment notre corpus ont été reprises à partir des activités de ces sites ainsi que, dans le cas de la fanfiction, du plus connu de ceux qui sont consacrés à cette activité d'écriture (*Fanfiction.net*).

Les études de fans s'étant souvent orientées vers la compréhension du fan sous l'axe de l'adhésion (soit on adhère soit on s'oppose) au faire énonciatif, nous avons introduit un autre axe de pertinence : l'appropriation. Dans ce paradigme, la logique part du spectateur pour s'orienter vers le texte et le prendre, le ressaisir, voire le transgresser. À cet égard, en fait, s'il est vrai que des travaux comme ceux de Jenkins ou Hills (Jenkins, 1992, 2006 ; Hills, 2003) ont surtout mis l'accent sur les activités de fans quand ils s'approprient des textes et développent des relectures auxquelles on ne s'attend pas, ne se centrer que sur cette image du fan fait penser qu'il ne réalise que des lectures transgressives, en opposition au faire programmatique de l'énonciateur. La description, qui s'appuie sur le même paradigme d'adhésion versus opposition, s'appuie sur l'appropriation textuelle de la même façon qu'elle le fait avec l'adhésion aux contenus, ce qui ramène la transgression et l'opposition dans une même pratique, comme si l'une présupposait l'autre. Le problème qui apparaît est celui de confondre deux horizons qui n'obéissent pas à la même logique.

La figure transgressive et subversive que l'on décrit est le résultat de ce mélange entre deux paradigmes de pertinence différents. Les comprendre comme deux logiques différentes est l'un des objectifs de notre recherche.

Dans le cadre des pratiques réalisées sur l'internet, puisque nous privilégions le rapport spectateur – texte, nous avons choisi de les approcher surtout depuis le degré d'appropriation qu'elles supposent. En suivant cette logique, nous avons abordé ces formes d'appropriation dans trois cas qui pouvaient être mieux traités en tant que textes : les discussions sur les forums (les commentaires), les théories d'interprétation et les fanfictions. S'il est vrai qu'il s'agit des trois pratiques qu'on retrouve le plus dans ce contexte, il nous faut signaler qu'elles ne sont pas les seules. Il était ainsi plus logique de comparer les formes textuelles des échanges sur les forums avec les théories et les fanfictions que de faire de même avec un fanedit (le nouveau montage d'un film fait par un fan) ou un fanfilm, dans lesquels il s'agit de l'audiovisuel.

Le cas de Twin Peaks Gazette est celui d'un site créé et administré par de fans de la série, qui participent d'ailleurs à l'organisation du festival de fans (Twin Peaks fest) qui se réalise depuis 1993. Le site existe depuis le mois de décembre 2005. Vers la fin de 2009, il y avait 725 personnes inscrites sur le site et sur les différentes semaines les thèmes et les discussions étaient plutôt animés, alors que les activités sur d'autres sites comme Glastonberrygrove.net, ou TwinPeaks.net, étaient presque inexistantes.

Le cas de alt.tv.twin-peaks est celui d'un groupe de discussion qui existe depuis le début de l'expansion de l'internet, sous la forme d'un groupe de discussion Usenet. À l'époque de diffusion originale de Twin Peaks, il fallait, outre le fait d'avoir l'accès à l'internet, ce qui n'était pas si évident au début des années quatre-vingt-dix, s'y connaître un peu en informatique pour savoir se joindre à ces groupes de discussion. Entre 2008 et 2009 la participation dans ce groupe de discussion était très réduite, entre deux à dix interventions par mois, alors qu'à l'époque de diffusion de la série les interventions étaient entre 500 à plus de mille interventions par mois. Notre observation dans le cas de alt.tv.twin-peaks est faite donc à partir des archives gardées dans le site TwinPeak.org.

Dans les contextes évoqués, on a identifié le fan de Twin Peaks par la prise de position privilégiée de deux types de lectures : son adhésion à l'objet culturel et son désir de s'approprier du texte, de combler son intérêt, par un type de lecture non-transgressive. Derrière l'entrecroisement de ces deux parcours, on se retrouve l'idée de posséder le texte comme un objet (de l'avoir) et de l'intégrer à ses intérêts (l'exploiter, l'explorer comme univers sémantique).

La culture du fan se crée dans un rapport au texte qui ne vise pas exactement une obéissance à une vérité ultime, ni une fidélité sous la forme de la dévotion, mais seulement, d'abord, la possession de l'objet et, ensuite, l'exploration émotionnelle de son univers sémantique. Si cette exploration est d'abord, et pour la plupart, non-transgressive, cela n'empêche pas le développement ultérieur de lectures plus transgressives.

La possession ou, au moins, l'obtention du texte sont à la base des pratiques très ancrées dans les fandoms : on partage le texte dans ses différents supports, on fait connaître des déclinaisons, on annonce des suites, etc. Dans le milieu des clubs de fans, le texte qu'on aime étant au centre des activités, le premier lien qui se crée avec lui est celui de sa possession et diffusion. Cela peut se traduire dans la copie illégale du texte (rendue plus facile actuellement avec le support numérique) ou le fait de favoriser la consommation du texte en dehors des paramètres prévus par les exploitants (la mise en ligne du film ou de la série, voire la pratique de création de sous-titres qui est le fansubbing). Ces pratiques n'apparaissent pas nécessairement comme un désir de contrecarrer l'encadrement commercial de ces textes, mais plutôt comme la volonté de le diffuser et de le rendre accessible, de manière à ce qu'il soit possible d'explorer son univers diégétique. La pratique du fansubbing, comme celle de la fanfiction et du fanart, ne procure ainsi aucun bénéfice économique direct à leurs créateurs, sinon le bénéfice symbolique du prestige à l'intérieur du fandom. Il y a eu, par exemple, une longue période pendant laquelle il n'existait pas d'édition officielle de Twin Peaks avec les deux saisons complètes correctement sous-titrées en Europe. Malgré cela, le travail des équipes de sous-titrages avait donné accès à la version qui existait aux États-Unis bien avant qu'elle ait été normalement commercialisée.

Les pratiques qui relèvent du désir d'explorer l'univers sémantique qu'on trouve dans le texte de base peuvent alors se distinguer entre celles qui circulent et se baladent autour du texte (discussion et diffusion du texte et de l'univers qu'on retrouve en lui) et celles qui rentrent dans l'appropriation du texte et sa réinterprétation. Si le fait d'être fan veut dire que l'adhésion, au sens de fidélisation, a été gagnée, celui-ci peut aussi marquer aller plus loin en s'engageant dans l'appropriation, dans la transgression. Les rapports qui se créeront avec le texte dans les pratiques discursives qu'on voit au sein de fandoms se font précisément par le tiraillement entre cette adhésion et les formes de transgressions que les fans réalisent.

Dans le cas du fandom examiné, on a pu voir que la reprise du texte se fait par une approche qui identifie majoritairement un «auteur» du texte, au point de construire explicitement dans leurs échanges la figure de cet acteur-énonciateur sous la figure de David Lynch. C'est à partir de la construction de ce rapport auteur-oeuvre qu'on déploie par la suite sa reprise du texte. Cela revient à dire que le point de départ pour les activités réalisées reconnaît la non-propriété du texte et l'asymétrie du rapport à celui-ci.

L'activité au sein du fandom montre aussi largement une activité surtout anti-transgressive et elle montre une saisie du texte qui essaie de l'encadrer dans une cohérence immanente qui lui serait inhérente. Le commentaire reprend dans son approche du texte sa forme ouverte et essaie souvent de répondre ou discuter les questions ouvertes dans la série pour élucider et rétablir sa supposée cohérence. Dans cet objectif, le travail interprétatif se réalise largement à partir de la figure de l'auteur, qui devient ainsi une figure inévitable pour construire la signification du texte.

La théorie ré-interprétative suppose un degré majeur d'appropriation, mais elle rentre aussi dans cette logique de l'interprétation qui cherche à reconstruire une signification immanente. Les cas analysés montrent comment ces théories ont repris l'intégralité du texte en reconnaissant des constantes sémantiques du texte et comment en reprenant des éléments figuratifs, des motifs présents, ils ont essayé de combler les vides, les mystères irrésolus. Dans ce sens, ces théories sont certainement

plus transgressives que le commentaire, dans le sens de l'appropriation, bien que sous l'axe de l'opposition et de l'adhésion elles pourraient apparaître plus facilement du côté de l'adhésion, car il ne s'agit dans aucun cas d'une contestation des contenus ou des rôles dans le processus communicatif (ce qui est possible dans le commentaire), mais d'un suivi total de ces formes.

Les pratiques d'appropriation, comme la fanfiction, nous ont montré des productions qui, certainement, saisissent le texte et le remanient, mais qui, pourtant, ne choisissent que rarement de bouleverser ces contenus ou ces formes. On voit alors cette contradiction inhérente aux activités des fans dont on avait parlé : une évolution évidente sur le plan de la transgression textuelle, sur l'axe de l'appropriation, qui n'implique pas pourtant une évolution vers des formes contestataires, sur l'axe de l'adhésion.

Nous considérons qu'il est indispensable de traiter le fan et la communauté de fans dans cette relation paradoxale qui montre un ajustement face à la stratégie énonciative se dessinant entre des formes de lecture plutôt conservatrices et, dans le même temps, des activités plus transgressives qui apparaissent sous la figure de l'appropriation. Le fan, en tant que lecteur, réalise alors des formes de lectures diverses et n'est pas, dans ce sens, différent des spectateurs communs, si ce n'est que, grâce à sa participation au sein du fandom, il s'engage plus dans des activités d'appropriation puisqu'elles font partie des activités institutionnalisées dans ces communautés. Sous cet angle, on peut dire que ce qui fait la particularité du fan par rapport à d'autres spectateurs est qu'il peut réaliser l'appropriation dans le cadre que lui propose la communauté interprétative du fandom, ce qui lui ouvre certainement des possibilités d'expression et d'exploration de l'espace diégétique, mais que cela se fait dans le cadre du rapport qu'a le groupe avec le texte, la plupart du temps sous la forme de l'adhésion et des formes de lectures non transgressives.

### **Bibliographie**

Bacon-Smith, Camille. *Enterprising Women. Television Fandom and the creation of popular myth*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1992.

Hills, Matt. *Fan cultures*. Londres, Routledge, 2003.

Jenkins, Henry. *Textual poachers. Television fans & participatory culture*. New York, Routledge, 1992.

*Convergence culture : where old and new media collide*. New York, New York University Press, 2006.

## LA RÉCEPTION DE L'INFORMATION JOURNALISTIQUE INFLEXIONS DE LA RECHERCHE ET NOUVEAUX PARADIGMES

► Nicolas Pélissier<sup>1</sup>

► Cyrielle Campo-N'Diaye<sup>2</sup>

1. Université de Nice  
Sophia Antipolis,  
Laboratoire I3M

2. Université de Nice  
Sophia Antipolis,  
Laboratoire LIRCES

Dès leur fondation institutionnelle dans les années 1970, les SIC englobent les études de psychologie et de sociologie de la communication, l'économie politique des médias et industries culturelles, et surtout des approches cognitives, linguistiques, sémiotiques, pragmatiques et discursives des processus de communication.

L'accent est mis sur les effets des médias, mais aussi sur une révision des structures de la communication et des interactions des instances médiatiques avec leurs récepteurs. Émerge alors une nouvelle génération de théories dépassant les limites tant du fonctionnalisme que des théories critiques issues de la philosophie sociale de l'École de Francfort. Ce faisant, les relations entre médias, journalisme et société sont envisagées sous de nouvelles perspectives.

Il s'agit notamment de montrer que l'influence des communications de masse, et plus particulièrement celle de l'information d'actualité, fait l'objet de multiples médiations qui relèvent d'un ensemble de comportements humains, individuels et agrégés.

### **La recherche sur les effets et ses apports pluridisciplinaires**

Les effets sont définis comme une activité programmatique de traitement de l'information (approche cognitiviste), mais aussi une démarche de transaction, négociation et co-production du sens (sémiotique et analyse de discours). D'autres y voient un mécanisme de reconnaissance des intentions sous-jacentes à l'action discursive (théorie des actes de langage), une reconstruction des événements et de la réalité sociale (approche anthropologique et constructiviste) ainsi que des interactions sociales et des relations de pouvoir entre les identités et les cultures avec des variables de genre ou d'appartenance communautaires (approche transdisciplinaire et postmoderne). Enfin, ils sont également envisagés comme des représentations structurales, des partages de croyances au sein d'un même ordre social dont les

systèmes d'information et de communication sont en constante évolution (approche expérimentale et sociologie des usages).

La théorie des usages et gratifications met en place plusieurs postulats (voir Katz in Mac Quail, Blumler et Brown, 1972, p. 135-165 ; Severin et Tankard, 1992, p.269). L'audience est conçue comme un corps social actif et le choix du canal médiatique revient aux membres du public qui lient ce choix à la satisfaction d'un besoin particulier. En outre, les médias ne sont plus que l'une des ressources nécessaires à la production du lien social (Severin et Tankard, 1992, p.272), ils concourent avec d'autres ressources externes sur le marché des stimuli et des offres, et les motivations des récepteurs sont prioritaires dans cette communication de masse. Les traits gratifiants des contenus des messages, les expériences des membres de l'auditoire sont essentiels à étudier dans le cadre de ce système de communication. Enfin, les principales gratifications recherchées par le récepteur (auto-appréciation des compétences, interaction sociale, émotion, évasion, développement éducatif) et ses besoins (sécurité, appartenance, beauté, rêve, reconnaissance, estime de soi...) permettent aux médias de suggérer des modalités de satisfaction du récepteur (Mac Quail, 1972).

La théorie de la dépendance (DeFleur, Ball Rokeach, 1989) est complémentaire à celle de l'influence et des études d'audience. Elle positionne les publics comme des acteurs-utilisateurs. Elle présuppose aussi que les individus développent des relations de dépendance face aux médias et que « la compréhension, l'orientation et le jeu » découlent de motivations humaines fondamentales.

Les théories des effets culturels, quant à elles, mettent sur le devant de la scène le concept d'espace public (Habermas, 1978) et les médias d'information sont repensés dans cet espace par leurs fonctions sociales et culturelles (Wolton, 1990). La télévision devient dans ce cadre un moyen de régulation, d'expression et de démocratisation des sociétés modernes. Elle est un mass média qui gère deux dimensions contradictoires de l'existence sociale : celle de l'individu et de la foule. Elle peut servir en ce sens, à contrecarrer les tendances individualistes et engendrer de nouvelles formes de socialisation. Dans le même ordre d'idée, on mentionnera les théories plaçant la télévision comme formatrice d'une opinion dynamique irriguant la société toute entière (Dahlgren, 1995). Les

informations télévisées sont une composante de la dimension symbolique des sociétés modernes. L'ensemble des discours contribue à une restructuration de la carte culturelle de la société, provoquant en retour une « déterritorialisation » de l'espace public.

### **Le tournant des Cultural and Gender Studies**

Au cours des décennies 1980-1990, on assiste à de profonds changements dans les méthodes d'étude du processus de communication. Le concept fondamental utilisé est celui d'audience active qui est « un modèle compliqué de sous-groupes et sous-cultures » (Morley, 1992). Les médias deviennent alors indispensables au fonctionnement des interactions sociales, à l'intégration par une culture de masse. Les individus se servent de l'information de masse pour comprendre le monde et les membres de l'audience créent une palette d'actions et de pratiques sociales particulières. Quant aux médias, ils façonnent le temps et l'espace de la société en tant que canaux transportant des messages.

Les Cultural Studies s'associent à ce tournant, puisque par des techniques ethnographiques (Moore, 1993), l'étude de la réception permet une remise en question des médias et de leur influence au sein du registre identitaire. Le modèle de Hall (1974) est de fait remanié : centré sur des questions de statuts de classe, il ne démontre pas l'importance des relations dans un cadre quotidien et surtout celle des rôles des femmes (Radway, 1984). De ce nouveau registre naît la dimension de genre dans les processus de réception et l'importance donnée aux techniques de communication. L'étude de David Morley publiée en 1986 s'intéresse à la question des rapports de pouvoir et d'égalité entre les sexes liés à la réception de certains programmes télévisuels. Des réflexions autour des interactions et du contexte féminin font maintenant corps avec les études de genre, notamment par les catégories d'audience à laquelle la télévision s'adresse pour une recherche genrée du public (Debras, 2006, Damian-Gaillard et alii, 2010).

### **Politiques des représentations et études post-coloniales**

L'observation participante, l'analyse des modalités de communication, constituent entre autres les méthodes d'enquête mise en place auprès des téléspectateurs. La question des identités sociales (Hoggart, 1970), politiques, nationales soulèvent des problématiques sérieuses jusque dans les années quatre-vingt-dix.

Les travaux sur les médias, l'espace public et les identités sociales trouvent alors une complémentarité et une articulation théorique. L'enjeu des années quatre-vingt est plutôt de remettre en question les visions du pouvoir des médias (modèle béhavioriste) et donner aux recherches « usages et gratifications » une grande importance. Tactiques du consommateur et dispositifs culturels sont décomposés et repensés au travers de ses stratégies de détournement et pratiques de contournement (De Certeau, 1980). Le modèle de consommation est de plus en plus pensé par le biais d'un nouveau paradigme et de nouvelles recherches portant sur le « métissage », « l'hybridation », la « créolisation » ou « l'indigénisation » de la consommation médiatique générée par des télévisions transfrontières (Mattelart, 2002 et 2007).

### **Le paradigme contractuel et son programme emblématique : le journal télévisé**

Les théories du contrat de communication, quant à elles, avancent une notion clé : « tout acte de communication est interactionnel et contractuel » (Charaudeau, 1991, p.11). L'analyse de discours permet d'approfondir les différentes visions de la communication et les effets de l'information journalistique. Les réactions des spectateurs sont supposées par les locuteurs et la communication médiatique inclut un processus d'interaction à visée régulatrice qui relie instance de production et de réception. La notion de contrat prend en compte ce processus qui révèle les normes et conventions pour une meilleure entente des partenaires. Plusieurs effets ressortent de cette perspective au sein de la « situation de communication » (Lochard, Soulages 1998) et donnent lieu à d'autres études.

Ces effets de l'information journalistique sont plus particulièrement analysés par des travaux portant sur la réception du journal télévisé. Ce dernier produit ainsi « une fonction divertissante » et « un discours de non-savoir » (Miège, in Coulomb-Gully, 1989, p. 116-117) Dans le même sens, ce spectacle entraîne un paradoxe, celui de passer de l'incitation à l'inaction et il demeure « un lieu de consensus » (Wolton, in Coulomb-Gully, 1989, p.111). Cette vision est partagée par les travaux du Glasgow University Media Group, qui réfute l'esprit critique du JT en mettant en exergue l'effet symbolique du sentiment d'appartenance du public à une communauté.

### **Remettre le public au centre du dispositif médiatique : les utopies du cyberjournalisme**

A l'heure des médias numériques, la réception de l'information d'actualité évolue vers une forme de cyberdémocratie organisée en réseaux et facilitant les circuits d'échanges et de contacts entre les internautes. Le Web caractérise une alternative aux médias de masse plaçant le récepteur dans une position interactive où il devient lui-même émetteur d'information (De Kerckhove, 2001). De fait, il a démultiplié les moyens d'interaction des journalistes avec leurs publics. Alors que le traditionnel courrier des lecteurs est rarement lu par les principaux intéressés et que les émissions radio de libre antenne et les talk-shows télévisuels demeurent des dispositifs sélectifs tendant à confisquer la parole publique au profit de celle de leurs animateurs, les journalistes disposent aujourd'hui d'une palette d'outils renouvelée et plus efficace. Les courriers électroniques permettent une relation plus personnalisée, tandis que les forums de discussion limitent les effets de « casting » que l'on constate dans les programmes dits « participatifs » des médias audiovisuels. Quant aux blogs et réseaux sociaux, ils suscitent le développement d'un nouveau style de relation (plus conviviale, intime et informelle) des journalistes avec leurs publics, tout en facilitant l'accès des uns aux autres. Enfin, les pratiques de crowdsourcing des sites participatif vont encore plus loin en proposant aux internautes amateurs devenir les égaux des professionnels des médias, quitte à promouvoir un « journalisme sans les journalistes ». Ces innovations techno-sociales sont-elles de nature à lever le « malentendu » récurrent (Charon, 2007) entre les journalistes et leurs publics ?

De fait, les recherches sur la réception de l'information en-ligne sont encore rares, même en Amérique du Nord, les travaux s'étant plutôt polarisés sur les producteurs et la production. Ces travaux insistent sur deux points importants. Le premier est que le journaliste professionnel « labellisé » reste un référent (Jeanne-Perrier, 2002) pour les internautes en dépit de la concurrence croissante sur la Toile de nouveaux producteurs d'information d'actualité (ainsi, en France, les sites conçus par ces professionnels sont parmi les plus visités dans les palmarès). En revanche, les espoirs d'une démocratisation du journalisme par les réseaux sont à tempérer : en dépit de la multiplication des nouveaux dispositifs d'interaction, les internautes réellement impliqués, sur les blogs et sites partici-

patifs, dans la co-production de cette information d'actualité demeurent une minorité instruite, dotée d'un fort capital culturel et très au fait des innovations technologiques. Le recours au citoyen journaliste par les journalistes citoyens devient alors ambigu. Comme l'ont montré certains chercheurs (Rebillard, 2008 ; Pélissier et Diallo, 2009), l'idéologie participative du Web 2.0 peut aussi cautionner les stratégies de professionnels des médias investissant toujours plus dans les relations avec le public davantage pour préserver leurs intérêts que pour se rapprocher de lui. Mais que vaut alors un journalisme citoyen sans les citoyens ?

### **Bibliographie**

DAHLGREN, P. (1995). *Television and the Public Sphere : Citizenship, Democracy and the Media*. Londres : Sage.

DAMIAN-GAILLARD, B. (coll.) (2010). *Le Journalisme au féminin : assignations, inventions, stratégies*. Res Publica. PUR.

DEBRAS, Sylvie, (2006), *Lectrices au quotidien*, Paris : L'Harmattan.

DEFLEUR, M. & BALL-ROKEACH, S. (1989). *Theories of Mass Communications*. New York : Longman.

DE KERCKHOVE, D. (2001). *The Architecture of intelligence*. Switzerland : Birkhauser Verlag AG.

HABERMAS, J. (1978). *L'Espace public (Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise)*. Paris : Payot.

HOGGART, R. (1970). *La Culture du pauvre*. Paris : Les Editions de Minuit.

McQUAIL, D., BLUMLER, J.C & BROWN, J. (1972) "The Television Audience: A Revised Perspective", in D. McQuail (Ed.), *Sociology of Mass Communications*. Londres : Penguin.

McQUAIL D. (Ed.). (1972). *Sociology of Mass Communications*. Londres : Penguin.

MOORES, S. (1993). *Interpreting Audiences*. Londres : Sage.

MORLEY, D. (1992). *Television, Audiences and Cultural Studies*. Londres : Routledge.

RADWAY, J. (1984), *Reading the Romance/Woman, Patriarchy and Popular Literature*, University of North Carolina Press, Chapel Hill & Londres.

PELISSIER, Nicolas, CHAUDY, Serge, (2009), « Le journalisme participatif et citoyen sur Internet : un populisme dans l'air du temps ? », *Quaderni*, n°70.

SEVERIN, W.J. & TANKARD, Jr. (1992), *Communication Theories Origins. Methods and Uses in the Mass Communications*. New York : Longman.

## LES TIC COMME MOTEUR DE DÉVELOPPEMENT DES TERRITOIRES RURAUX : LE CAS DES PME INDUSTRIELLES

- ▶ Eric Thivant<sup>1</sup>
- ▶ Bruno Moriset<sup>2</sup>
- ▶ Collin Paul-Marc<sup>3</sup>

1. Université Jean-Moulin Lyon 3, CR MAGELLAN  
Eric.thivant@univ-lyon3.fr

2. Université Jean-Moulin Lyon 3, CNRS-UMR 5600 EVS  
Bruno.moriset@univ-lyon3.fr

3. Université Jean-Moulin Lyon3, CR MAGELLAN  
Paul.marc.collin@univ-lyon3.fr

Les politiques publiques territoriales associent souvent l'idée du développement des territoires ruraux avec l'essor des technologies de l'information et de la communication. Mais qu'en est-il réellement ? Comment les technologies de l'information et de la communication peuvent-elles permettre de développer des territoires ruraux ? Existe-t-il des indicateurs qui permettent aux territoires ruraux de connaître leurs niveaux de développement technologique ? Comme le rappellent Bouquillion et Pailliar (2006 : 45), « trois paradigmes dominant actuellement les politiques publiques territoriales ».

La première vision McLuhannienne est optimiste sur le bien-fondé des réseaux. Comme le rappelle Bratosin (2007 : 7), c'est le mythe de « la société de l'information » (Compiègne, 2011 : 13-14), la figure du « réseau » comparé à la figure mythique du tissage (Mussot, 2003 : 15-42), et aussi l'analogie de l'autoroute de l'information avec l'autoroute classique qui désenclave les territoires ruraux. Ce sont des techniques qui apporteraient le dynamisme économique et la croissance.

La deuxième conception est critique sur le potentiel de ces techniques et de ces réseaux, nombre de chercheurs en sciences de l'information et de la communication peuvent s'inscrire d'ailleurs dans cette perspective (Breton, 2004 : 145, Jeanneret 2007 :18, Miège 2000, Mattelart 2000, Garnham, 2000, May, 2003). Cependant, aucune de ces deux perspectives quoique diamétralement opposés, ne permettent vraiment de trouver un cadre d'analyse convenable pour connaître le rôle exact joué par les technologies de l'information et de la communication sur le terrain. Une troisième représentation qui « insiste sur les effets structurants des TIC et en particulier des infrastructures dans le territoire » s'impose alors pour notre étude (Vedel, 2001).

## Les effets structurants des TIC

Aussi nous avons décidé d'étudier le potentiel des technologies de l'information et de la communication en étudiant les usages du secteur industriel dans les territoires ruraux. Nous voulons, nous intéresser aux structures TIC existantes déjà dans les entreprises et voir ce que ces entreprises utilisent au quotidien. C'est pourquoi nous sommes partis sur le terrain étudier ces pratiques, dans le cadre d'un projet de recherche, intitulé DISCOTEC<sup>4</sup>, financé par l'Agence Nationale de la Recherche (ANR), piloté par B. Moriset, responsable scientifique du projet sur une période de trois ans (2009-2011). Nous sommes partis sur l'hypothèse que la fracture numérique entre les territoires urbains/ruraux pouvait être combattue par la mise en place de politiques publiques structurantes par et pour les technologies de l'information et de la communication. Ainsi, les politiques publiques territoriales doivent pouvoir décider de mettre en place de nouvelles infrastructures et nouveaux réseaux, notamment le très haut débit pour accompagner les usages des Petites et Moyennes Entreprises industrielles en matière de Technologies de l'Information et de la Communication. Reprenant le concept de barrières d'accès à l'information défini par Wilson (1999) et pratiques informationnelles (Ihadjadene & Chaudiron, 2009 : 1), nous voulons insister sur la nécessité de mettre de nouvelles infrastructures réseaux dans des zones d'activités ou industrielles pour aider les entreprises à se développer et d'éviter de rencontrer de nouvelles barrières d'accès à l'information.

4. Cet article s'insère dans un projet de recherche intitulé : Communication distante, organisation de la production et économie cognitive dans les territoires périphériques : Etat des lieux et enjeux de développement (<http://discotec.univ-lyon3.fr>). Ce projet est financé par l'Agence Nationale de la Recherche (ANR) et piloté par B. Moriset, responsable scientifique du projet. Cet article a bénéficié de l'expertise d'enseignants-chercheurs de l'université Lyon 3 et de l'INSA de Lyon »

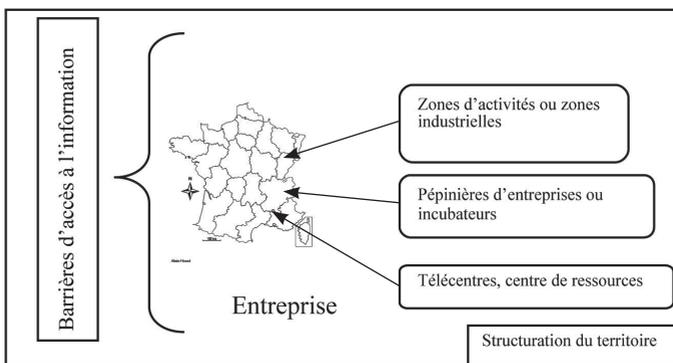


Figure 1 : Structuration du territoire et barrières de l'accès à l'information sur l'environnement informationnel des entreprises (source: Atlas Alain Houot)

Pour pouvoir démontrer notre hypothèse sur la structuration des territoires par les TIC, nous sommes partis de la réflexion suivante, l'usage des TIC par les entreprises peut être facilité par la mise en place de zones d'activités ou zones industrielles qui offrent plus de services aux entreprises. Si ces entreprises peuvent avoir accès à ces structures, elles devraient mieux se développer que leurs concurrents qui n'ont pas accès à de tels réseaux. La fracture numérique devrait alors s'estomper dans ces zones d'activités ou industrielles. Nous avons alors utilisé une approche quantitative. Nous avons rédigé et testé un questionnaire comptant quatre grandes parties et une soixantaine de questions avec la collaboration de M. Thierry Morize de la société Enov Research, en charge de l'enquête téléphonique auprès de 700 Petites et Moyennes Entreprises Industrielles (400 établissements pour l'échantillon rural et 300 établissements pour l'échantillon urbain). Ces entreprises font partie du secteur manufacturier, ayant plus de trois salariés et comprend la fabrication de textiles, de produits en caoutchouc et en plastique, de produits métalliques (sauf machine et équipement), la fabrication de produits informatiques, électronique et optique, la fabrication d'équipement électriques et la fabrication de machines et équipements. Le questionnaire a été administré auprès d'entreprises industrielles rurales et urbaines et son traitement a eu lieu entre avril et octobre 2011. Pour mettre en perspective les usages des TIC par les entreprises, deux indices ont été créés, un indice d'adoption des télécommunications : TELECOM, un indice d'adoption des applications industrielles : INDUST (pour plus de détails sur son calcul voir Moriset, 2012).

### **Analyse des effets structurants des TIC**

Les premières analyses menées par Moriset (2012), basées sur le calcul et la comparaison des indices TELECOM et INDUST entre le monde rural et urbain, nous montrent une différence surtout au niveau de l'indice d'adoption des télécommunications (site web, e-commerce, intranet, réseaux sécurisés, vidéoconférences, travail collaboratifs, etc.) : 1,825 contre 2,117. Ces différences pourraient être expliquées par le fait que « plus de la moitié des établissements ruraux sont localisés dans une zone d'activité (ZA) ou une zone industrielle (ZI), soit 55 %, contre les deux tiers pour les établissements urbains, soit 73% » (Moriset, 2012 : 12). Il faut alors se demander si ces différences pourraient être atténuées si les entreprises s'installent dans des zones d'activités et/ou des

zones industrielles par rapport aux autres zones dispersées dans les territoires ruraux. Ces entreprises industrielles peuvent-elles mieux profiter des connexions, des centres de ressources mises à la disposition par les collectivités territoriales ? Dans notre étude, nous avons recensé 422 entreprises dans des zones d'activités ou zone industrielles, cinq entreprises dans des pépinières ou des incubateurs et 270 entreprises industrielles dispersées dans les territoires.

	Effectifs	%
(Nsp, sr)	3	0,43%
Autre	270	38,57%
Dans une zone d'activité ou une zone industrielle ?	422	60,29%
Une pépinière ou un incubateur ?	5	0,71%
<b>Total</b>	<b>700</b>	<b>100,00%</b>

Tableau 1 : Nombre d'entreprises présentes dans des ZA, ZI ou des pépinières

La plupart des petites et moyennes entreprises industrielles utilisent majoritairement l'ADSL pour se connecter à internet (96,7 % pour l'échantillon rural & 93,7 % pour l'échantillon urbain). Par conséquent le fait d'être présent dans une zone d'activité ou non semble ne pas être important pour expliquer les usages des TIC ( $\chi^2=0.837$ ,  $dll=1$ ,  $p=0.361$ ).

Type de connexions ( $\chi^2=0,836$ , $dll=1$ , $p=0,361$ )	ADSL SDSL	%	Fibre Optique	%	Total
Autre	251	38,38 %	11	47,83 %	262
Dans une zone d'activité ou une zone industrielle ?	403	61,62 %	12	52,17 %	415
<b>Total</b>	<b>654</b>	<b>100 %</b>	<b>23</b>	<b>100 %</b>	<b>677</b>

Tableau 2 : Type de connexions dans des ZA, ZI ou des zones isolées

Cependant l'étude de Moriset (2012 : 25), montre que « le taux de « très satisfaits » est plus important chez les entreprises localisées en zone d'activité ou zone industrielle (39,3 %) que chez les entreprises localisées « ailleurs » (28,6 %) ». Le fait pour une entreprise

d'être isolée et loin d'un nœud de raccordements abonnés peut entraîner une dégradation du débit ADSL sur longue distance, ce qui aussi expliquerait alors cette différence d'appréciation.

De même la fibre optique pose la question de l'émergence d'une nouvelle fracture numérique dans le territoire (Moriset, 2010). D'autant qu'elle est davantage réclamée par des entreprises rurales, auprès des collectivités ou CCI que par les entreprises urbaines. Pour l'instant, peu d'entreprises rurales et urbaines sont connectées à la fibre optique, seules 12 entreprises déclarent posséder la fibre dans les zones d'activités, et 11 entreprises dans des zones isolées.

Lorsque nous souhaitons comparer les entreprises bénéficiant spécifiquement des structures d'accueil telles que présentes dans des ZA, ZI par rapport à des zones isolées, nous voyons peu de différences importantes. La seule importance notable se situe au niveau de l'existence ou non de sites web ( $\chi^2=5,983$ ,  $ddl=1$ ,  $p=0,014$ ). Il y a plus d'entreprises qui investissent dans un site web dans des zones d'activités ou zones industrielles qu'ailleurs.

Q 38. Avez-vous un site Web ? ( $\chi^2=5,983$ ; $ddl=1$ ; $p=0,014$ )	Non	Oui	Total
Autre	84	186	270
Dans une zone d'activités ou une zone industrielle ?	96	326	422
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>512</b>	<b>692</b>

Tableau 3 : Lien entre zones d'activité ou zones industrielles et sites web

Pourtant, les autres analyses de khi-deux menées sur l'utilisation d'un intranet, ou d'un site d'e-commerce dans ces zones d'activités ou isolées, ne sont pas significatives, et donc l'utilité de la mise en service d'équipement TIC dans ces zones reste posée.

### Utilité des observatoires TIC dans les territoires

En conclusion, nous devons continuer à nous interroger sur les effets structurants des TIC. Nous ne pouvons que préconiser la mise en place de structures territoriales accompagnant les entreprises, même si les résultats visibles ici ne sont pas suffisants. La mise en place d'observatoire des usages effectif des TIC par les entreprises

serait nécessaire pour pouvoir modifier en conséquence les politiques publiques territoriales. Nous pourrions mettre en place de nouveaux indicateurs tels que proposés par Moriset (2012 : 13-14) c'est-à-dire des indices d'usage des télécoms et des indices d'usage des applications industrielles qui devraient nous aider à définir mieux les politiques d'intelligence territoriale préconisées par Bertacchini, (2004 : 322), Bertacchini & Herbaux (2007) et/ou de système communautaire d'intelligence territoriale (Massetot, 2011 :71).

### **Bibliographie**

Bouquillion P., Pailliat I. (2006). *Le déploiement des TIC dans les territoires. Le rôle des collectivités*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble. 119 p.

Compiègne I. (2011) *La société numérique en question*. Seuil, 99 p.

Herbaux P. & Bertacchini Y. (2007). L'intelligence territoriale, entre ruptures et anticipations. p.321-327. *Questionner les pratiques d'info-com*. Paris : SFSIC, 2006, 750 p.

Ihadjadene M. & Chaudiron S. (2009). Des processus aux pratiques : quels modèles informationnels pour analyser l'accès à l'information en contexte professionnel ? *Revue les Enjeux de l'information et de la communication*. Grenoble, 10 p.

Jeanneret Y. (2007). Y-at-il des nouvelles technologies de l'information ? *Septentrion*, 203 p.

Mattelart A. (2009). L'âge de l'information. Genèse d'une appellation non contrôlée. p. 20-52.

May C. (2003). *The Information Society. A sceptical view*. Cambridge : Polity Press, 189 p.

Garnham N. (2009). La théorie de la société de l'information en tant qu'idéologie. p. 53-91. Miège B. (2000) *Questionner la société de l'information*. Paris : Hermès. 233 p.

Miège B. (2007) *La société conquise par la communication. III Les TIC entre innovation technique et ancrage social*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble. 235 p.

Moriset, B. (2012) *L'utilisation des technologies de l'information dans l'industrie : une comparaison entre les entreprises rurales et urbaines*. Rapport du projet DISCOTEC

Moriset, B. et Chaireire, O. (2012) Usages des technologies de l'information et recours à des prestataires de service par les entreprises industrielles. Une comparaison entre les territoires ruraux et urbains français. ASRDLF, Belfort, 9-11 juillet 2012.

Moriset, B. (2010) Réseaux de télécommunications et aménagement des territoires. Vers une « fracture numérique territoriale 2.0 » ? *Cybergéo*, n° 489, février.

Musso P. (2003). Critique des réseaux. PUF. 374 p.

Proulx S. (2002). *Pratiques d'internet et numérisation des sociétés*. p.21-40, dans Lajoie J. et Guichard E. (eds.) *Odyssée Internet : Enjeux sociaux*. Paris : Presses de l'Université du Québec. p.201

Vedel T. (2001). *Les politiques locales d'internet : enjeux, stratégies, questions*. P.397-422. Dans Vodoz L. (eds.) *NTIC et territoires. Enjeux territoriaux des NTIC*. 434 p.

Wilson, T.D. (1999). Models in information behaviour research. *Journal of Documentation*, 55, 249-270.

**ANNEXE :**

Explication sur le calcul de l'indice d'adoption des télécommunications : TELECOM et de l'indice d'adoption des applications industrielles : **INDUST.**

(Moriset : 2012)

Un point est attribué pour une réponse positive aux questions portant sur la mise en oeuvre des applications suivantes (les indices sont compris entre zéro et sept).

**TELECOM :**

- Site Web
- Vente en ligne
- Intranet
- Réseau sécurisé de type VPN (virtual private network)
- Conférence par téléphone
- Web conférence ou Visioconférence
- Applications de travail collaboratif (groupware)

**INDUST :**

- Conception Assistée par Ordinateur (CAO)
- Logiciel de gestion du cycle de vie du produit (Product Lifecycle Management)
- Application de gestion du processus de production (Workflow)
- Application de contrôle de qualité ou de traçabilité
- Application de «Gestion de la Chaîne Logistique» (Supply Chain Management)
- Application de CRM ou «Gestion de la relation client»  
Progiciel de Gestion intégré (Entreprise Resource Planning ou ERP)

## PROFESSIONNELLE SUR LE FIL DE LA RECHERCHE : RETOUR SUR UN PARCOURS DOCTORAL D'EQUILIBRISTE

► Anne Cordier<sup>1</sup>

1. Université-IUFM de  
Rouen  
Laboratoire GRHIS

« En quoi, au regard de votre statut de professeure documentaliste, vous sentez-vous légitime pour devenir maître de conférences ? ». Cette question, qui m'a été posée lors d'une audition de recrutement pour un poste de maître de conférences en mai dernier, a provoqué en moi plusieurs réactions et réflexions :

- a) Le statut de professionnel(le) est-il nuisible à qui souhaite endosser celui de chercheure ?
- b) En quoi le professionnel serait moins légitime qu'un candidat étudiant doctorant, ATER, ou ayant réalisé sa thèse sous contrat CIFRE, par exemple ?
- c) Quelle image peuvent donc avoir certains universitaires des mondes professionnels, et des praticiens-chercheurs, pour questionner en ces termes le bien-fondé d'une candidature à un poste d'enseignant-chercheur ?

Ainsi, après avoir effectué une thèse de doctorat tout en travaillant en tant que professionnelle de terrain, menant une recherche portant sur mon corps professionnel d'appartenance, après avoir scrupuleusement tenté d'objectiver mon sujet de recherche, ne cessant de m'interroger sur mon positionnement de chercheure face à ce terrain professionnel, après avoir été soumise lors de la soutenance de thèse à de nombreuses interrogations sur la distanciation nécessaire que le professionnel doit adopter face à une recherche endogène... voici que la question de l'articulation des statuts praticienne-chercheure me revenait « en pleine face ».

Ce qui m'a frappée, durant cette expérience de recherche doctorale et donc jusqu'au recrutement en tant qu'enseignante-chercheure, c'est le caractère négatif, voire péjoratif, que me semble toujours revêtir ce questionnement. Jamais on ne m'a demandé en quoi mon statut de professionnelle avait permis l'enrichissement de ma recherche, de mes pratiques scientifiques... Et pourtant...

### **Passage d'une perspective professionnelle articulée à la recherche...**

Si je suis devenue aujourd'hui chercheuse en SIC, c'est indéniablement parce que le terrain professionnel a fait naître en moi des pré-occupations scientifiques. Le terrain a fait de moi une chercheuse, et je ne trouve pas cela ainsi formulé soit négatif, ou illégitime.

Titulaire d'une maîtrise en Sciences de l'Information et de la Documentation, j'ai passé le CAPES de Documentation en 2003, désireuse d'exercer la profession d'enseignante documentaliste. J'ai exercé ce métier en lycée puis en collège, durant huit années, tout en alliant cette activité professionnelle à la charge de cours dispensés à l'UFR IDIST à Lille 3 dans le cadre des formations aux CAPES de Documentation, puis Master D-MSER. Ces deux expériences, complémentaires à mes yeux, m'ont confrontée à d'importants questionnements constitutifs de mon identité de chercheuse, tels que l'affect fort déployé lors de l'appréhension d'Internet comme objet d'enseignement info-documentaire, ou encore la question des imaginaires liés à l'activité informationnelle.

Souhaitant poursuivre plus loin mes questionnements sur les pratiques documentaires des collégiens et l'imaginaire lié à la recherche sur Internet, je me suis engagée dans un Master recherche en Sciences de l'information et de la Communication. De cette expérience de recherche est née une immense frustration, due à la conscience d'un regard éminemment lacunaire porté sur l'objet de recherche, notamment. Mais à cette frustration s'est ajouté le sentiment de n'avoir pas eu la possibilité d'objectiver suffisamment mon sujet, ayant été contrainte, pour des raisons pratiques, de mener ma recherche dans mon propre établissement scolaire d'exercice.

### **...A une perspective de recherche articulée à un monde professionnel**

De cette frustration est née une envie : celle de construire un objet de recherche avec davantage de finesse, et de participer aussi au grand mouvement de réflexion de l'ERTÉ Culture informationnelle et curriculum documentaire, pilotée à Lille par Annette Béguin-Verbrugge. Très vite, j'ai été convaincue de la nécessité de prendre en compte les pratiques non formelles de recherche sur Internet, appelées ainsi pour signifier que ces pratiques ont pour leurs acteurs une légitimité. Ces pratiques relèvent en effet de ce qu'Yves Jeanneret a appelé « la trivialité » : non un objet qui serait banal ou « bas », mais un objet et des représentations qui circulent dans les espaces sociaux, s'y enrichissent et s'y transforment (Jeanneret, 2008).

Durant quatre années, je me suis donc interrogée sur les modalités selon lesquelles élèves de 6ème et professeurs documentalistes construisent leur rapport à l'outil de recherche numérique, au sein d'un ensemble de discours et d'imaginaires appartenant à leurs mondes sociaux respectifs (Cordier, 2011). Ce travail devait permettre d'observer comment l'objet socialement partagé qu'est Internet fait l'objet d'une configuration spécifique par les uns et les autres pour devenir un objet d'enseignement-apprentissage (Cordier, 2012). Durant ces quatre années de recherche doctorale, je suis restée au quotidien une professeure documentaliste, exerçant à temps complet dans un collège, confrontée donc à son objet de recherche en permanence. Mais durant ces années de recherche doctorale, j'ai aussi été une doctorante, en quête d'une identité de chercheure, en quête de données à analyser sur des terrains extérieurs à celui de l'exercice professionnel, en quête de réponses aux questions que se posaient à la fois la professionnelle et la chercheure en herbe...

### **Une réflexion accrue sur le positionnement scientifique**

Avant même que ne débute ma recherche empirique, j'avais pleinement conscience de l'ambiguïté de mon statut professionnel en cas d'investigation sur un terrain trop connu.

Si la familiarité avec le milieu étudié - le contexte scolaire, le CDI d'un collège, les collégiens - est sans conteste un atout pour entrer sur le terrain de manière facilitée, il n'empêche qu'elle pose des problèmes dont il convient d'avoir pleinement conscience.

Ainsi mon statut de professeure documentaliste en collège aurait conduit sans nul doute à un recueil de matériau ambigu, forcément biaisé, si ce recueil avait eu lieu au sein de mon établissement d'exercice. C'est pourquoi j'ai très rapidement décidé de ne pas utiliser mon terrain professionnel comme terrain d'investigation directe pour ma recherche empirique.

Les collégiens interrogés auraient été des élèves à mes yeux, connus, dotés d'une formation dispensée par moi-même. Ces élèves n'auraient pas eu la liberté de parole et de ton permises à ceux qui ont fait l'objet de mon étude au sein d'établissements extérieurs à mon exercice professionnel. En outre, la volonté d'observer de manière distanciée et non participante des tâches de recherche sur Internet au sein du CDI était complètement incompatible, au sein de mon

établissement d'exercice, avec ma mission d'accompagnement et de formation documentaires liée à ma profession.

C'est pourquoi j'ai décidé de mener mon investigation dans des établissements scolaires autres que le mien. Cela n'empêche toutefois pas des observations de situations de recherche au sein de mon propre établissement, ayant corroboré et enrichi les observations effectuées lors de ma recherche empirique effective. De même, les temps d'échanges mis en place avec mes propres élèves lors de formations documentaires sur Internet ont nourri ma réflexion de chercheure praticienne.

On le sait, tout acte de recherche comprend une dimension relationnelle fondamentale dont la prise en compte est essentielle. Je me suis donc attachée, dès les premiers contacts avec les enquêtés et/ou observés, à clarifier le rôle de chacun, et le but visé par cette activité d'entretien et/ou d'observation.

Aux élèves, j'ai fait le choix de me présenter comme étudiante, effectuant une recherche sur les relations que les collégiens de 6<sup>e</sup> entretiennent avec Internet. Cette option a été déterminée, comme précédemment expliqué, par la conscience de l'influence de notre statut de professeur documentaliste sur les propos des interrogés. Le fait de se présenter comme une étudiante m'a permis de recueillir un matériau très spontané, et légitimement moins marqué qu'il aurait pu l'être si j'avais décliné une identité d'enseignante.

Aux professeurs documentalistes, j'ai fait part de ma tâche de recherche en tant que doctorante en Sciences de l'Information et de la Communication. Les professeurs documentalistes choisis pour l'étude m'étant connus à l'avance, en raison de nos liens professionnels, il a été aisé d'entrer en relation avec eux, et les entretiens, par la confiance réciproque existant entre nous, ont été marqués par une franchise évidente de leur part, et une volonté de contribuer à la recherche de manière optimale en faisant part avec transparence de leurs questionnements personnels, de leurs doutes, mais aussi de leurs expériences. Tous trois ont d'ailleurs exprimé leur satisfaction de pouvoir s'adresser à « un chercheur qui peut [les] comprendre » (Pr-Doc), car éprouvant personnellement l'activité professionnelle évoquée.

Soucieuse de toujours maintenir un regard scientifique sur les sujets, objets et actions observés lors mon investigation, j'ai opté pour une observation armée, à l'aide de grilles conçues en amont, qui m'ont permis de ne pas succomber à une dérive naturelle, celle de la praticienne observant une activité professionnelle. Dès que franchis les murs des établissements scolaires choisis pour mon étude, j'endossais le regard de la chercheuse, munie de ses outils d'analyse. La garantie de la distanciation optimale était pour moi à ce prix.

### **Un enrichissement mutuel des pratiques, professionnelles et scientifiques**

Tout au long de mon parcours de recherche doctorale, j'ai eu le sentiment de devoir faire l'équilibriste, entre mes pratiques professionnelles, et mes pratiques scientifiques en construction, entre mes deux statuts, alternativement adoptés, et parfois conjointement convoqués.

Ce qui pour beaucoup est pointé comme un handicap me semble au contraire une richesse extrême. Praticienne, j'ai développé, grâce à mes observations de terrain et réflexions scientifiques, des pratiques professionnelles nouvelles, cherchant à faire évoluer ces dernières, tirant de véritables enseignements pour mes propres activités de formation auprès de mes élèves. La recherche m'a en quelque sorte ouvert les yeux sur certaines de mes pratiques, sur des obstacles ressentis, et sur des difficultés partagées avec d'autres praticiens. Chercheuse en construction, j'ai dû questionner de manière extrêmement rigoureuse ma méthodologie de recherche. En raison notamment de mon statut professionnel, j'ai pu tirer les enseignements d'expériences praticiennes pour mener à bien mes observations de séances et les entretiens avec les élèves, un public d'adolescents que je connaissais bien pour l'avoir en charge quotidiennement. La pratique professionnelle m'a en quelque sorte facilitée la tâche parfois, favorisant l'appropriation des différents terrains d'investigation, la tenue des interactions avec les interrogés, la compréhension des situations scolaires en général.

### **De l'autre côté du miroir...**

Aujourd'hui, « la bascule » est pour moi opérée. Je ne suis plus professeure documentaliste, je deviens maître de conférences en SIC. Pourtant, je garde cette conviction profonde qui m'a animée

dès le début de mon parcours doctoral : la recherche donne du sens au terrain, quand celui-ci alimente la recherche. Il y a donc entre ces deux « mondes » des interactions évidentes, naturelles... et nécessaires. S'il est communément admis que le praticien est animé par la volonté d'« agir sur le terrain » lorsque le chercheur souhaite « comprendre les phénomènes » (Couzinet, 2003), il me semble que ces deux visées ne sont pas antithétiques. J'espère, à travers mon travail de recherche doctoral et tout au long de mes futures recherches, parvenir à concilier les approches des professionnels et celles de la recherche, à favoriser un dialogue entre le terrain et la recherche scientifique, en faisant émerger des clés de compréhension. Car ces clés de compréhension peuvent sans aucun doute constituer ensuite la base de l'action.

### **Bibliographie**

CORDIER, Anne (2011). *Imaginaires, représentations, pratiques formelles et non formelles de la recherche d'information sur Internet : Le cas d'élèves de 6<sup>e</sup> et de professeurs documentalistes*. Thèse de Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, sous la direction de Éric Delamotte et Vincent Liquète, Lille 3.

CORDIER, Anne (2012). Internet : de l'objet socialement partagé à l'objet d'enseignement-apprentissage. *Projet Adjectif*. <http://www.adjectif.net/spip/spip.php?article144>.

COUZINET, Viviane (2003). Praticiens de l'information et chercheurs : parcours, terrains, et étayages. *Documentaliste-Sciences de l'Information*, vol.40, p.118-125.

JEANNERET, Yves (2008). *Penser la trivialité*, vol.1. Paris : Hermès-Lavoisier.

## FABRIQUE D'UNE ÉMISSION DE RADIO : « PLACE DE LA TOILE »

► Xavier de la Porte<sup>1</sup>

**X**avier de La Porte anime chaque semaine sur France Culture l'émission « Place de la toile », consacrée au numérique. La rencontre du monde des technologies avec celui de la Culture pose nombre de questions, à la fois intellectuelles, journalistiques et personnelles. Récit de quatre ans d'expérience...

Lorsque j'ai repris « Place de la toile » en septembre 2009, l'émission avait déjà vécu deux saisons que les producteurs, Caroline Broué et Thomas Baumgartner, avaient essentiellement orientées vers les usages. Facebook commençait son expansion, Twitter naissait, Rue89 et Médiapart se créaient, la mission de « Place de la toile » fut alors de faire comprendre aux auditeurs que des modèles s'inventaient, qu'ils induisaient sans doute des comportements nouveaux et des bouleversements de nos pratiques.

Quand Bruno Patino, directeur de France Culture, m'a demandé, en juillet 2009, de prendre en main l'émission, je lui ai répondu que je ne connaissais rien au monde numérique et que ça ne m'intéressait pas. Je suis littéraire de formation, mes goûts ne vont pas à l'informatique et aux technologies, et mes usages de l'Internet ne dépassaient guère ceux du commun. Le choix ne m'étant pas laissé, j'ai passé l'été 2009 à lire quelques classiques de la littérature numérique, qui m'ont immédiatement passionné. J'y ai découvert une histoire (celle de l'informatique, et donc des mathématiques, celle de la contreculture américaine...), des théories, un imaginaire, des enjeux politiques majeurs.

Étrangement et malgré le fossé qui me séparait (et me sépare toujours) d'une pleine compréhension technique de l'ordinateur, j'ai découvert une forme de familiarité avec certaines problématiques de l'Internet, sans doute due à la fréquentation de la littérature du 16<sup>ème</sup> siècle, siècle de bouleversement technologique et intellectuel. Entretemps, Bruno Patino, grand connaisseur du numérique (il a notamment fondé LeMonde.fr), m'avait demandé d'infléchir la ligne éditoriale de l'émission : « J'aimerais qu'à la fin

Producteur de l'émission  
« Place de la Toile »  
Samedi 18h10 Trance  
Culture  
xavier.delaporte@radiofrance.com

de la saison, on ne sache pas si Place de la toile est une émission de sociologie, de philosophie, d'économie, d'art, de mathématique ou d'autre chose. » Son idée était d'interroger le numérique depuis des disciplines pour mesurer à la fois ce qu'elles avaient à nous en dire, et la manière dont elles étaient bouleversées par les problématiques et usages émergents. J'avoue que quatre ans après, cette idée reste une ligne force de l'émission.

Pour plusieurs raisons. D'abord par appétence personnelle ; ma connaissance du numérique, même si elle s'accroît, demeure trop limitée pour aborder les sujets de l'intérieur. Je reste plus à l'aise avec le vocabulaire et les concepts des sciences humaines et sociales qu'avec ceux des nouvelles technologies. Ensuite, par impératif journalistique ; tout le problème d'une émission comme « Place de la toile », diffusée sur une chaîne comme France Culture, est de réunir deux publics (au moins) dont les préoccupations ne sont pas immédiatement convergentes. D'un côté les geeks, pour le dire vite, qui ont une pratique intense de l'informatique et de ses outils ; de l'autre les auditeurs « traditionnels » de France Culture que leurs intérêts ne portent pas toujours au numérique (voire qui affichent une rétivité forte).

Partir de l'extérieur permet, me semble-t-il, de montrer aux auditeurs traditionnels que les technologies posent des problèmes qui rejoignent leur préoccupation pour l'art, la culture, la politique etc. Partir de l'extérieur permet aussi de montrer aux geeks que les questions qu'ils se posent, ou pas, rejoignent des questionnements plus larges, et que des gens les affrontent avec d'autres armes intellectuelles que l'évidence de la technique. Dans cette perspective, je n'hésite pas à inviter régulièrement des gens qui ne sont pas de grands techniciens mais qui ont, intellectuellement ou pratiquement, rencontré les nouvelles technologies : une ethnologue spécialiste des Aborigènes qui fait des ponts entre les hyperliens et la manière dont les Aborigènes conçoivent l'espace, une paléoanthropologue que les résultats fournis par le micro-scanner invite à repenser des hypothèses sur Néanderthal, un historien des religions qui a rencontré l'Internet avant même le Web, des typographes, des artistes, des philosophes etc. Dans cette perspective encore, j'essaie d'instaurer de la diachronie, d'inscrire les évolutions récentes dans un temps long qui permet à la fois de montrer les ruptures et les continuités, en invitant des historiens des réseaux, de la communication, de l'informatique etc.

S'il y a infléchissement de la ligne éditoriale de l'émission depuis quatre saisons que je l'anime, c'est vers l'idée de « cultures numériques », dans le sens le plus large du terme. Savoir de quoi l'Internet est fait matériellement et intellectuellement, interroger ce qu'il produit comme formes, comme pensées, comme gestes, comprendre ce qu'il change et ne change pas, telles sont les questions qui me guident dans la fabrique de l'émission. Voici pour les principes généraux.

La provenance des sujets, de semaine en semaine, est variable : rarement l'actualité stricto sensu, plutôt des questions qui surgissent suite à de lectures, des parutions d'ouvrages ou d'études, des rencontres, des discussions avec des invités, des sollicitations. Et quelques fois des suggestions d'auditeurs. Le choix des sujets me revient entièrement. Pour plusieurs raisons : le statut du « producteur délégué » à Radio France (toute personne en charge d'une émission est « producteur délégué ») relève de l'intermittence du spectacle combinée à celui d'auteur, ce qui signifie à la fois précarité et autonomie, nous sommes donc en théorie responsables éditorialement de notre émission ; ensuite l'équipe de Place de la toile est très réduite (je travaille avec un jeune collaborateur qui est présent deux jours par semaine, fait une chronique et s'occupe du site mais intervient très peu sur les choix des sujets) ; enfin, le numérique ne faisant pas partie des préoccupations premières de la direction de France Culture, mais sa présence étant considérée comme nécessaire sur la grille, je bénéficie d'une indifférence bienveillante quant à mes choix.

J'essaie, dans la mesure du possible, de varier les sujets d'une émission à l'autre (pas deux sujets « médias » l'un après l'autre, alterner une émission technique et une émission plus théorique, un entretien en tête à tête et une émission avec plusieurs invités, voire plusieurs sujets). Je dis « dans la mesure du possible » car bien souvent, la programmation dépend des disponibilités des invités : l'émission, diffusée le samedi à 18h10, est enregistrée le vendredi dans l'après-midi, dans les conditions du direct (pas de montages a posteriori). Concernant le choix des invités, il obéit à des critères variables. Parfois, il s'agit de gens que j'ai envie d'entendre, sans autre justification (Bruno Latour ou Bernard Stiegler par exemple). Plus souvent, il s'agit de l'auteur d'un rapport ou d'un livre dont le sujet m'intéresse. Mais en règle générale, c'est le sujet

qui détermine l'invitation. Je trouve important de faire une émission sur les algorithmes, qui pourra en parler de la manière dont j'ai envie d'en parler ? Dans ce cas, mon travail consiste à trouver les bonnes personnes. En gros, trois manières de les trouver : soit j'ai immédiatement quelqu'un en tête (que je connais par sa production, pour sa réputation, pour l'avoir déjà invité), soit j'effectue une recherche sur les réseaux, soit je passe un coup de fil à un « honorable correspondant » dont je sais qu'il m'orientera vers les bonnes personnes (sans pour autant être vexé de ne pas être invité). Je suis assez peu regardant sur les qualités orales de l'invité. Evidemment, tomber sur un « bon client » est une chance, mais je considère que si quelqu'un a des choses intéressantes à dire, c'est mon travail de faire en sorte qu'il les dise, même s'il n'est pas le meilleur orateur du monde. Et j'avoue même ne pas détester la fragilité d'une parole. C'est important, me semble-t-il, pour des sujets comme le numérique où le nombre de personnes de références est assez réduit, où beaucoup de praticiens sont jeunes, de chercheurs peu exposés médiatiquement, de prendre quelques risques : à ma charge de « traduire » des propos trop techniques, d'illustrer avec des exemples des propos trop théoriques et d'expliquer une référence trop obscure. Plus le temps passe, plus j'en suis capable (le journalisme tel que nous le pratiquons à France Culture ayant ceci de merveilleux d'être « une formation tout au long de la vie »). Par ailleurs, étant donné que les sujets que je traite sont largement ignorés du public, je pense tout aussi important de cultiver un caractère non intimidant dans l'expression et le niveau de langue (cela m'est parfois reproché, mais j'y tiens).

Il est très difficile pour moi de savoir si une émission a atteint son but, en dehors d'une sensation, à la sortie du studio. Les retours des auditeurs tiennent plus au sujet qu'à la qualité de l'émission (une émission sur la psychopathologie du troll attire nécessairement plus de commentaires qu'une autre sur l'ICANN). Mes chefs aiment les émissions qui m'ont déçues et mes amis, quand il leur arrive d'écouter, sont bienveillants. Il existe la mesure quantitative de l'audience, qui nous est fournie par trimestre, et en moyenne, et par conséquent ne donne aucune indication émission par émission. Reste donc l'évaluation personnelle, mais elle est toujours trompeuse (une émission qui ressemble à ce qu'on avait en tête avant de la faire n'est pas réussie pour autant). Le meilleur critère d'utilité, me semble-t-il, n'est pas l'évaluation épisode par épisode

(d'autant que rater une émission fait partie du métier), mais se mesure dans la série, dans l'accumulation des émissions, dans la variation des points de vue. En ce sens, la possibilité offerte par le numérique de laisser en ligne les émissions, qu'elles puissent être réécoutées longtemps après leur diffusion, nous incite à penser nos programmes, non plus seulement en numéros qui succèdent, mais en collections, en problèmes qui se lient et se répondent les uns aux autres. C'est sans doute là le principal changement subvenant dans nos métiers depuis une dizaine d'années. Une émission n'est plus vouée à disparaître dans les airs pendant sa diffusion à l'antenne, désormais son archive est accessible par tous (et non plus seulement à l'INA), écoutable, archivable. Et j'observe (c'est en tout cas ce qu'on m'en dit) qu'à mesure que les cultures numériques prennent de la place dans l'enseignement (universités, écoles de journalistes, écoles d'ingénieurs....) l'émission et ses archives sont un lieu utile. Ce qui est évidemment la principale satisfaction de quelqu'un travaillant dans le service public.

Evidemment, je décris là l'idéal, la pratique est plus chaotique.

Il est fort probable que je cesse un jour d'animer cette émission. Ce ne sera pas par épuisement des sujets (chaque mois de juillet, je termine la saison avec une liste de questions que je n'ai pas traitées, et que je ne traiterai peut-être jamais, quel que soit leur intérêt). Journalistiquement et intellectuellement le numérique est un champ rêvé. En mouvement perpétuel, toujours porté vers l'avenir, touchant à peu près tous les pans de l'activité humaine (le travail, la socialité, l'amour, la mort) et toutes les disciplines (l'économie, la philosophie, l'art, l'anthropologie, les sciences, la sociologie...), il est un réservoir inépuisable de curiosité. Néanmoins, l'intérêt que j'y porte est essentiellement intellectuel. Toutes ces années ne m'ont pas transformé en geek : mon intérêt pour l'innovation reste très faible, je ne code pas, la pratique me rebute. Si je suis désormais convaincu que se jouent avec l'informatique et les réseaux des questions essentielles, si je suis atterré par le rapport d'une grande partie des élites aux problématiques numériques (élites en général ignorantes, ce qui les amène indifféremment et à la technophilie la plus béate ou la technophobie la plus aveugle), si je suis sûr que c'est une mission de service public, et un enjeu démocratique, de diffuser et discuter ces « cultures numériques », je reste quelqu'un du vieux monde.

La troisième vie de Place de toile devrait être donnée par quelqu'un qui puisse articuler plus à fond la logique interne de la machine et les grandes questions de notre temps. Comme le disait Lawrence Lessig dès le début des années 2 000, « code is law ».

## TRANSFORMATIVE WORKS AND CULTURES : NOTRE JOURNAL - TRADUCTION MÉLANIE BOURDAA

► Kristina Busse & Karen Hellekson<sup>1</sup>

1. Founding co-editors  
of TWC

**T**ransformative Works and Cultures (TWC, <http://journal.transformativeworks.org>) est un journal en ligne universitaire à relecture par les pairs ayant pour objet les activités et les communautés de fans. Il est sponsorisé par l'association à but non lucratif Organization for Transformative Works (OTW, <http://transformativeworks.org>). OTW a été créé en 2007 par un groupe de fans en réponse à plusieurs tentatives commerciales cherchant à financer des activités et des plateformes de fans. TWC est un des nombreux projets de OTW. Les autres projets consistent en une base de données des travaux de fans, un groupe de défense de ces travaux, la création d'un wiki et des projets d'archives historiques.

OTW a commencé par la publication d'un message sur le blog, intitulé « Nos propres archives » - une référence au manifeste féministe de Virginia Woolf. Aujourd'hui, 5 ans plus tard, l'association est un succès. Depuis 2008 (année de lancement du journal), grâce à un travail associatif et volontaire, 11 numéros du journal ont été produits, parmi lesquels des dossiers spéciaux dirigés par des chercheurs invités. TWC a été lancé avec pour objectif de fournir un espace de réflexion sur les fan studies. Certes, d'autres revues publient des articles sur ces thématiques, mais aucun journal n'existe qui traite exclusivement de ce sujet. Parce qu'il est publié en ligne, les articles de TWC peuvent avoir des composants multimédia (images en couleur, des vidéos incrustées ou des fichiers musicaux), qui sont soit extrêmement chers ou impossibles à imprimer par ailleurs.

TWC, « notre journal », encourage la soumission d'articles provenant de la communauté des fans, qu'ils proposent en tant qu'acafans (c'est-à-dire des fans qui sont aussi des chercheurs universitaires) ou avec leur identité de fans. Les sections « symposium » et « mutimedia » sont particulièrement prévues pour ces soumissions. La section « symposium » avait été créée pour proposer un espace de réflexion aux fans mais reçoit aujourd'hui

une large variété de courts essais, par exemple sur des expériences personnelles, des perspectives historiques, des états de l'art sur les fan studies ou encore des études de cas précis. Le projet d'origine de TWC, le Symposium Blog (<http://symposium.transformativeworks.org>), propose de courts articles éditoriaux et des articles invités à l'attention des fans. Ces articles hebdomadaires ont pour objectif d'élargir les discussions, que l'on peut qualifier de méta, c'est-à-dire des articles sur le fandom lui-même.

Toutefois, TWC publie également des articles aboutis et documentés rédigés par des chercheurs et révisés en double aveugle. TWC encourage la soumission d'articles par de jeunes chercheurs et aide les auteurs, les relecteurs et les équipes éditoriales dans leur travail de rédaction ou de coordination. Les relectures et la publication en ligne signifient une plus grande rapidité éditoriale - généralement les articles sont publiés moins d'un an après leur soumission.

Chaque numéro est composé d'articles académiques long et courts relus en double aveugle, de critiques d'ouvrages, d'entretiens et d'articles multimédia. Les chercheurs composant le bureau éditorial reflètent l'interdisciplinarité du champ des fan studies : on trouve des experts en études médiatiques, en anthropologie, en sociologie, en sémiotique ou en musicologie. TWC est publié sur un rythme bi-annuel, mais parfois trois ou quatre numéros peuvent sortir dans la même année. Les numéros de septembre sont consacrés aux varia, et ceux de mars sont des numéros thématiques coordonnés par des chercheurs invités. Les thèmes sont aussi variés que la série Supernatural, l'histoire, les vidéo et remix des fans, l'engagement civique des fans et les jeux. Des articles sur les vidéos de fans consacrées à Lady Gaga, sur le phénomène Kony 2012, sur le cosplay et le filking, ou sur les techniques de recrutement de l'armée américaine ont déjà été publiés.

TWC utilise un logiciel en libre accès, OJS (Open Journal Systems, <http://pkp.sfu.ca/?q=ojs>) et le blog est publié sous WordPress, ce qui permet aux lecteurs de laisser des commentaires – une forme de dialogue importante pour les fans qui fonctionne également bien pour les chercheurs. Le contenu est protégé par TWC sous une licence Creative Commons, ce qui permet des publications non-commerciales gratuites avec un lien hypertexte vers TWC.

De plus, TWC archive ses publications sous CrossRef (<http://crossref.org>), ce qui garantit la persistance des liens URL des articles. Grâce à ses aspects open sources et open access, TWC se situe à la pointe de la politique de publication des contenus académiques. Les Universités ont appelé à un boycott des éditeurs traditionnels qui publient les travaux académiques, souvent financés par des fonds publics, mais qui empêchent leur accès au public, les proposant moyennant paiement, les vendant aux bibliothèques universitaires, augmentant ainsi les coûts d'entrée à l'université. Les journaux académiques se battent pour essayer de trouver un nouveau modèle pour présenter leurs articles et les travaux publiés, et TWC est le fer de lance de cette lutte.

TWC, créé par et pour les fans, étend avec succès les discussions et débats universitaires sur les activités et les communautés de fans. Son lectorat est composé de chercheurs et de fans, renforçant par conséquent les liens entre ces deux communautés et promouvant la diversité des approches disciplinaires et méthodologiques. TWC mélange le meilleur du monde académique et du monde des fans : son interface multimedia, et sa rapidité de publication prennent leurs racines dans le monde des fans, alors que son ancrage académique garantit la qualité des publications. TWC grandit en même temps que les fan studies prennent de l'importance, proposant un lieu de publication commun pour les amateurs et les nouveaux venus.

## GLOBAL, LA REVISTA DE LA FUNDACION GLOBAL Y DESARROLLO - ISSN 1813-3991

► Olivier Pulvar<sup>1</sup>

1. Université Antilles-Guyane, CNRS UMR 8053-CRPLC, opulvar@martinique.univ-ag.fr

Fondée en 2000 par Lionel Fernandez, alors président de la République Dominicaine, la Fundación Global Democracia y Desarrollo (Funglode) est un think tank en principe indépendant du parti au pouvoir. Elle constitue un lieu d'expertise en soutien au développement du pays et considère les solutions apportées dans leurs dimensions globales. Funglode s'appuie sur une publication savante bimestrielle en langue espagnole, Global, qui diffuse nationalement ses analyses et propositions dans le domaine des politiques publiques, notamment en matière de TIC et de communication ; elle assure également la présence de la fondation dans les forums internationaux de discussion.

Revue pluridisciplinaire, Global se conçoit tel un espace de convergence de la voix de professionnels et de celle d'experts pour un meilleur développement du pays et de sa grande région. Elle collationne les réflexions issues de centres d'études et de recherches mais aussi celles tirées d'initiatives mêmes de Funglode. Elle stimule la réflexion et l'action des leaders du pays. Ses contributeurs sont généralement des intellectuels, notamment des universitaires appartenant aux diverses aires couvertes par la publication.

Global aborde généralement des thématiques relatives aux sciences sociales, à la littérature et aux arts, à la philosophie, à l'économie, au journalisme et à la communication, à l'environnement, à la politique, à l'histoire, aux relations internationales. Sa cinquantaine de numéros s'adresse justement à un lectorat constitué de professionnels, intellectuels, universitaires et étudiants. Avec une majorité d'articles inédits, cette publication est diffusée à la fois sous forme papier et sous forme numérisée. En mars 2010, elle a été présentée au responsable de la bibliothèque des Nations Unies à Genève, Pierre Le Loaer.

Dans son dernier numéro consacré à l'industrie du cinéma, des critiques, universitaires et cinéastes plaident pour que la fiction

cinématographique soit saisie comme un support véhiculant les codes de l'identité dominicaine. Valorisations et propositions d'intégration du 7<sup>e</sup> art à l'imaginaire collectif dominicain sont largement développées par les contributeurs du numéro 49 qui encouragent des pratiques de dynamisation pour les uns, une réflexion critique pour les autres. Cette dernière édition confirme le regard pluriel de la revue *Global* sur le thème abordé, ici le cinéma, au plan du secteur de l'industrie comme au plan de sa connaissance théorique.

Les modalités pour soumettre un article observent des règles précises de publication contenues dans une feuille de style annexée à une information aux auteurs. Si *Global* n'est pas formellement dotée d'un comité de lecture, tous les articles sont relus par l'éditrice et la directrice de l'édition. Par ailleurs, les articles les plus spécialisés sont systématiquement soumis à trois évaluateurs de la spécialité. Un gage de sérieux pour une publication qui se veut crédible internationalement.

**Plus de détails sur la revue :**

Contact Editeur *Global* : Elvira Lora, [revistas@editorialfunglode.com](mailto:revistas@editorialfunglode.com), [elviralora@gmail.com](mailto:elviralora@gmail.com)

Directrice de l'édition *Funglode* : Noris Eusebio-Pol,  
[direccion@editorialfunglode.com](mailto:direccion@editorialfunglode.com)  
<http://www.funglode.org/tabid/94/Default.aspx>  
<http://www.funglode.org/Publicaciones/tabid/84/ArticleCategory/40/smid/452/Default.aspx>  
<http://www.editorialfunglode.com>

## LES ASSOCIATIONS DES ÉTUDIANTS EN SIC

► Laura Henvel<sup>1</sup>

1. Université Paris 3  
Laura.henvel@hotmail.fr

L'université est un lieu de rencontres, d'échanges, et de partage entre les étudiants qui se trouvent à un carrefour de leur vie, à deux pas de l'entrée dans la vie active.

C'est ainsi que de nombreuses associations doctorantes ont vu le jour ces dernières décennies partout en France, dont une dizaine en sciences humaines.

Cinq d'entre elles sont spécialisées en sciences de l'information et de la communication (SIC) :

**ADT SIC** : Association des doctorants toulousains en sciences de l'information et de la communication, créée en 2010 (Universités de Toulouse - Ecole doctorale ALLPHA)

Site: <http://adtsic.free.fr>

**ADSTIC** : Association des doctorants des sciences et techniques de l'Information et de la communication créée en 2002 (Université de Nice Sophia Antipolis, – École doctorale EDSTIC).

Site: <http://adstic.fr>

**AJC CREM** : Association des jeunes chercheurs du centre de recherche sur les médiations, créée en 2006 (Université de Lorraine - Ecole doctorale CREM)

Site: <http://ajc-crem.univ-metz.fr>

**ALEC SIC** : Association Lyonnaise des étudiants chercheurs en sciences de l'information et de la communication créée en 1999 (Universités de Lyon - Ecole doctorale ELICO)

**REPLIC** : Réseau pluridisciplinaire en information et communication (Université de Bordeaux 3 - Ecole doctorale MICA)

Site: <http://replc.blogspot.fr/>

Ces associations accueillent aussi bien les doctorants et les jeunes docteurs que les étudiants de Master 2 Recherche en SIC. Pour l'ensemble d'entre elles, il s'agit de répondre à un besoin grandissant

des étudiants-chercheurs de créer des liens et de partager avec des doctorants et anciens doctorants de leur école doctorale. Les associations ont ainsi contribué à faire naître un espace de discussion et de réflexion en commun, permettant aux doctorants de sortir de l'isolement souvent ressenti au cours de leur thèse.

### **Les associations vues de l'intérieur**

Les associations doctorantes ont un double intérêt, elles offrent à la fois un espace de socialisation et d'apprentissage. Elles permettent aux membres de partager leurs expériences avec d'autres personnes se trouvant dans la même situation, tout en leur offrant la possibilité de s'essayer à la conduite de projets et à l'organisation d'activités de valorisation de la recherche. Les associations répondent également de manière personnalisée aux questions des jeunes chercheurs à différents niveaux. Ils fournissent notamment le cadre idéal pour les préparations des soutenances de thèse pour les doctorants en passe de soutenir.

Dans le cas de l'ADT SIC, l'association permet de regrouper et de mettre en relation les doctorants en SIC de Toulouse, répartis dans trois universités différentes, qui avant la création de l'association ne bénéficiaient pas d'un espace de réflexion en commun. Ces associations ont ainsi une double utilité : d'une part, faire acquérir aux doctorants les compétences nécessaires au développement de leurs travaux de recherche et d'autre part leur permettre d'entretenir des relations avec leurs collègues doctorants.

Les actions entreprises par ces associations vont pour la plupart dans le même sens. Il s'agit tout d'abord de séminaires mensuels. Ces rencontres s'articulent autour de différents points et particulièrement autour de l'exposé des recherches individuelles des doctorants, et d'une réflexion sur des points méthodologiques et des notions théoriques.

Les associations soutiennent aussi les étudiants en Master 2 Recherche en Information et Communication, afin de les guider dans leurs travaux de recherche et de répondre à leurs interrogations concernant l'éventualité d'une poursuite en thèse.

Ces associations effectuent également un travail de veille sur les actualités propres aux SIC et les événements de diffusion du

savoir qui sont organisés dans leur région. Cette veille permet de faire circuler des informations qui restaient relativement cloisonnées avant la création des associations. Afin de faire circuler l'information, les associations ont développé plusieurs outils numériques: une lettre d'information mensuelle chez certaines associations qui se substituent aux séminaires mensuels, une liste de diffusion qui contribue à faire un lien entre les abonnés autour d'informations concernant les SIC.

Un autre objectif fort des associations s'inscrit à travers les journées de formation proposées aux jeunes chercheurs, et qui leur sont grandement utiles pour leur thèse. Ces formations se veulent à la fois professionnalisantes et scientifiques. Elles connaissent beaucoup de succès auprès des membres et des listes d'attente ont dues parfois être établies!

Les associations ne négligent pas pour autant le côté humain du travail que les doctorants fournissent. Les échanges conviviaux ont une place non négligeable au sein des associations, l'un des rôles principaux des associations doctorantes étant de créer des liens entre les membres, en favorisant l'esprit d'équipe, autour de moments conviviaux de réunions et de repas. Par exemple, des repas de fin d'année sont organisés pour les membres adhérents.

### **Une démarche d'ouverture**

Ces structures mettent également en place des journées d'études ou des colloques abordant une thématique précise, où interviennent enseignants-chercheurs, doctorants et masterants. S'est tenue à cet égard en mai 2010 une journée d'études doctorales organisée par le REPLIC, sur la thématique «Communication et identités: (en)jeux des représentations». Elle a fait l'objet de multiples propositions de communication de jeunes chercheurs des Universités de France, mais aussi d'Europe.

C'est également le cas de l'AJC CREM qui a mis en place diverses manifestations scientifiques depuis sa création, dont le colloque tenu en 2009 qui a abouti à la publication de l'ouvrage Usages et enjeux des dispositifs de médiation en 2010. Les journées d'études de 2011 ont également contribué à l'élaboration d'un ouvrage sur la position du chercheur : La position du doctorant. Trajectoires, engagements, réflexivité, qui est aujourd'hui en

cours de relecture et sera publié prochainement.

L'ADT SIC a quant à elle organisé un séminaire portant sur les enjeux de l'édition universitaire et dont le succès se traduit aujourd'hui par le développement du concept, poussant ainsi les doctorants à organiser des séminaires avec des tables rondes autour de leur sujet de thèse. À cet égard, l'association organise en 2012 un colloque international des jeunes chercheurs à Toulouse les 22, 23 et 24 novembre, qui portera sur l'interdisciplinarité en SIC. Le colloque sera ouvert au grand public en partenariat avec le Museum de Toulouse, où se mêleront chercheurs en communication et artistes designers qui produiront une réflexion sur l'interdisciplinarité au travers de l'objet design.

### **Se faire reconnaître**

Afin de communiquer sur leurs recherches et leurs actions, les associations disposent de ressources numériques, tels un blog et un site internet, accessibles au grand public. ALEC SIC a particulièrement recours à ces ressources en ligne; elle tient en effet un carnet de recherche « Hypothèses », qui s'apparente à un véritable reflet des actions de l'association.

Les événements organisés par les associations offrent aux doctorants un large panorama de rencontres: le grand public, qui leur permet de participer aux travaux de vulgarisation des recherches scientifiques, et les professionnels, afin de leur permettre d'appréhender le monde de l'entreprise.

De plus, les associations comptent parmi leurs activités des partenariats avec des organismes reconnus qui leur ont permis de gagner en visibilité. En effet, le REPLIC a été partenaire des Doctorales de la SFSIC qui se sont tenues les 30 et 31 mars 2012 et a également renforcé en 2012 sa collaboration avec le réseau Aquidoc qui porte la voix des doctorants dans le cadre de la Nouvelle Université de Bordeaux.

De son côté, l'ADT SIC a organisé un partenariat avec l'association APRES qui met en place des débats sur des sujets de société. Certains doctorants membres de l'association ont pu ainsi organiser des discussions dans ce cadre autour de leur sujet de thèse. L'ADT SIC compte également à son actif de nombreuses participations à des festivals universitaires et scientifiques.

Les associations à l'exception de l'ADT SIC sont rattachées à un laboratoire SIC qui les soutient à différents niveaux, aussi bien moralement que financièrement. Les laboratoires communiquent également sur les actions menées par l'association, leur permettant ainsi de gagner en visibilité.

Les associations sont reconnues localement et ce principalement grâce la multiplication de leurs activités et le caractère dynamique des membres adhérents. Organiser des événements à l'échelle nationale et créer des liens avec d'autres laboratoires sont aujourd'hui un des axes d'évolution que les associations cherchent à développer afin de se faire connaître au niveau national.

### **L'évolution des associations**

Les associations ont connu une certaine continuité depuis leur création. Les activités principales se sont maintenues au fil des années et ce malgré le remplacement du bureau chaque année, les plus anciens passant la main aux nouveaux arrivants.

Le REPLIC qui a été repris en 2009 après être tombé en désuétude a vu sa ligne directrice modifiée et reste une exception. L'association a aujourd'hui diversifié son champ d'action afin de proposer des services adaptés aux besoins des adhérents, qui se composent principalement de doctorants et docteurs de l'équipe d'accueil MICA.

### **Projets futurs**

Les associations ont pour projet de continuer à soutenir les doctorants tout au long de leur thèse et à développer les activités en place, tout en leur permettant d'acquérir les compétences nécessaires à leur vie d'enseignants-chercheurs en les impliquant dans l'organisation des activités de l'association.

Ainsi les séminaires et le travail de veille vont se poursuivre. À cela s'ajoutent au REPLIC des projets de nouvelles formations, notamment orientées sur les nouveaux outils de communication numérique sous réserve d'obtention de financement.

L'ensemble des associations doctorantes constatent une multiplication des projets allant de pair avec le dynamisme et la volonté des membres de maintenir une structure qui puisse répondre aux différents besoins éprouvés par les doctorants, tant sur le plan humain qu'académique.

Les associations doctorantes sont résolument tournées vers l'avenir et les acteurs de la recherche. En effet, force est de constater que leurs actions sont le reflet d'une génération motivée et déterminée à contribuer au travail et à la reconnaissance des Sciences de l'Information et de la Communication.  
Longue vie aux associations étudiantes!

## ACTUALITÉS DU REPLIC

### ASSOCIATION DE JEUNES CHERCHEURS EN SIC

1. Université de Bordeaux  
3, Laboratoire MICA.  
Bibliographie détaillée à la  
demande :  
laetitiabiscarrat@hotmail.  
com

#### ► Laetitia Biscarrat<sup>1</sup>

Le REPLIC - réseau pluridisciplinaire pour l'information et la communication - est une association de jeunes chercheurs qui regroupe doctorants et docteurs du laboratoire MICA (Médiation, Information, Communication, Art) de l'Université de Bordeaux 3. Fondée en 2003, cette association a su évoluer et redéfinir ses objectifs afin de s'adapter aux besoins de ses adhérents.

#### **Genèse d'un projet**

Créé en 2003 sous l'impulsion de Benoît Cordelier, Karine Turcin, Stanislas Meda et Norbert Ouendji, le REPLIC visait à fédérer une promotion de DEA en Sciences de l'Information et de la Communication de l'Université de Bordeaux 3 caractérisée par une très grande diversité. Elle était le lien entre des futurs chercheurs qui totalisaient près de 17 nationalités.

Les premières réalisations de l'association furent la création d'un site internet et des réunions de travail et séminaires qui vinrent ponctuer le parcours de thèse.

Tombée en désuétude, l'association REPLIC a finalement été reprise en 2009 à l'initiative de Mélanie Bourdaa et Laetitia Biscarrat. Elle a dès lors ciblé principalement les doctorants et docteurs de l'équipe d'accueil MICA.

#### **Une ligne directrice redéfinie**

Les séminaires et réunions organisés par le REPLIC dans sa première version tendaient à deux objectifs principaux. Il s'agissait d'une part de créer du lien entre les doctorants, d'autre part de proposer un espace de réflexion et de débat qui permettrait à tous et à toutes d'avancer dans leurs recherches. Les séminaires du REPLIC ont été l'occasion de présenter des travaux, de confronter des points de vue et d'avancer dans un cheminement de recherche.

A partir de 2009, le premier chantier mis en œuvre est celui de la visibilité de l'association. Le REPLIC se dote d'un logo : il évoque

les liens et réseaux qui tissent et structurent la recherche universitaire. La charte graphique reprend quant à elle les couleurs du logo du laboratoire MICA, soulignant ainsi le rattachement de l'association à l'équipe d'accueil.

Le travail sur la visibilité de l'association est indissociable d'un des trois buts affichés du REPLIC 2.0. En effet, il conditionne le rôle du REPLIC comme représentant des jeunes chercheurs du MICA. C'est ainsi qu'en 2010 le REPLIC intègre le réseau AQUIDOC qui regroupe les associations doctorantes du campus de Bordeaux. À partir de 2012, cette collaboration est renforcée : le REPLIC est représenté aux réunions d'AQUIDOC par Clément Dussarps, doctorant en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université de Bordeaux 3. Les jeunes chercheurs du MICA participent par ce biais au chantier de la NUB (Nouvelle Université de Bordeaux). Le REPLIC fait entendre sa voix lors des réunions d'AQUIDOC, qui est un interlocuteur du PRES de Bordeaux.

Afin de conférer de la visibilité au REPLIC, un blog (<http://repliv.blogspot.fr/>) est mis en ligne dès 2009. Ce blog est assorti d'une page sur le réseau Facebook et surtout d'une lettre d'information mensuelle diffusée à plus de 200 contacts aux profils variés. Ces outils servent la seconde volonté du REPLIC : la transmission d'information. Un travail de veille constant permet de délivrer aux jeunes chercheurs des informations utiles, tant d'un point de vue institutionnel que scientifique. La source de l'information apparaît sous forme d'un lien vers un site web. Les doctorants peuvent ainsi repérer les principaux sites qui se font l'écho de la vie scientifique en Sciences de l'Information et de la Communication (on citera à titre d'exemples <http://sfsic.org/>, <http://calenda.revues.org/> ou encore <http://www.fabula.org/>).

Ce souci d'aider les doctorants à maîtriser les outils du monde de la recherche correspond au troisième impératif du REPLIC : la formation des jeunes chercheurs. A ce titre, plusieurs actions ont déjà été réalisées. Le 27 mai 2010 s'est tenue une journée d'études doctorales sur la thématique « Communication et identités : (en)jeux des représentations » (financement MICA, UFR ISIC et Conseil Régional d'Aquitaine). Elle a fait l'objet de multiples propositions de communications de jeunes chercheurs des Universités de France mais aussi d'Europe. Cette journée a été l'occa-

sion de présenter des travaux dans une ambiance bienveillante. Les jeunes chercheurs ont ainsi pu « faire leurs armes » et créer des liens avec des doctorants/docteurs d'autres Universités.

En 2012, deux journées de formation ont été organisées pour les jeunes chercheurs du MICA. Grâce au soutien financier du MICA, nous avons proposé le 20 janvier 2012 une formation « Stratégies et valorisation de parcours du jeune chercheur(e) en SIC ». Elle s'est déroulée en deux temps. La matinée portait sur le dossier de qualification aux fonctions de maître de conférences en section 71. Martine Joly, Marielle Toulze et Nayra Vacaflor (respectivement Professeure associée et docteurs qualifiés de l'Université de Bordeaux 3) ont expliqué les modalités de fonctionnement du CNU (Conseil National des Universités), de la qualification et de la construction du dossier en section 71. L'après-midi, deux enseignants-chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication sont revenus sur la campagne de recrutement des maîtres de conférences. Alexis Blanchet (MCF Université de Paris 3) et Olivier Le Deuff (MCF Université de Bordeaux 3) ont détaillé le processus de recrutement, de la publication des postes aux vœux en passant par les dossiers et les auditions.

La seconde formation dispensée en 2012 s'est tenue le 20 avril. Elle s'intitulait « Construire un site internet sous Wordpress » et était animée par Clément Dussarps, doctorant au MICA et ingénieur d'études sur le projet RAUDIN. Elle a rencontré un vif succès. Les places étant limitées, une liste d'attente a dû être établie. Ces deux journées font l'objet d'un bilan positif : le REPLIC a obtenu des retours très favorables de la part des participants. Les formations se sont déroulées dans une ambiance conviviale. L'heure n'était pas à la compétition mais au partage des acquis et des savoirs en toute camaraderie.

Enfin, le REPLIC répond de manière personnalisée aux interrogations des jeunes chercheurs, contribuant ainsi à leur familiarisation avec le monde de la recherche universitaire. Des sollicitations reçues sur notre boîte mail ([replicbx3@gmail.com](mailto:replicbx3@gmail.com)) portent sur des questions précises auxquelles nous essayons d'apporter une réponse concrète. Nous avons par exemple fourni des renseignements sur la crèche interuniversitaire de Bordeaux, expliqué la procédure de réponse à un appel à communication ou transmis des demandes de contact.

### Réalisations à venir

Au terme de l'année universitaire 2011/2012, le REPLIC a défini ses objectifs pour l'année suivante. Les trois orientations évoquées précédemment, représenter, informer et transmettre des savoirs sont maintenues. En termes de visibilité et d'amélioration des outils de veille informationnelle, un grand chantier est d'ores et déjà engagé. Le blog est en cours de conversion vers un site internet. Cette transformation permettra d'améliorer le référencement du REPLIC, de moderniser les outils de veille mais aussi la lettre d'information mensuelle. Cette dernière est maintenue car elle fait l'objet de retours positifs réguliers. La collaboration avec AQUIDOC est également pérennisée.

Diverses démarches administratives sont également engagées. Elles conditionnent la réalisation de nouvelles journées de formation. Deux sessions sont prévues : la formation « Construire un site internet sous Wordpress », qui a connu un vif succès en 2012, sera à nouveau dispensée. Une seconde formation portera sur les « usages et pratiques des réseaux sociaux ». Il s'agira de connaître les outils mais aussi les usages et même le vocabulaire spécifiques de la visibilité sur le net. Enfin, une seconde journée doctorale portant sur la question des normes et normativités est à l'étude.

Le REPLIC répond donc à plusieurs besoins qui jalonnent le parcours de thèse. L'association fédère les jeunes chercheurs et constitue un interlocuteur réceptif pour toutes les questions pratiques que se posent les apprentis-chercheurs. Les formations témoignent quant à elles du souci de formation et de professionnalisation des doctorants. Elles s'inscrivent en complément des modules proposés par l'École Doctorale Montaigne-Humanités et ciblent spécifiquement la section 71. Enfin, le travail de veille effectué par l'association permet de se tenir informé de l'actualité de la vie universitaire. L'association REPLIC est un outil au service de ses adhérents. Elle leur confère de la visibilité, les informe et contribue à leur formation.