

# **Groupe de travail (GT) 13**

## **Sociologie de la communication**

Programme du colloque,  
Résumés des interventions,  
Liste des intervenants et intervenantes

*17<sup>e</sup> Congrès international  
des sociologues de langue française*

Tours, France, du 6 au 8 juillet 2004

## **Mardi 06 juillet 2004**

14h00 – 14h10 Mot de bienvenue, Francis JAURÉGUIBERRY

### **Séance 1 : Caractéristiques de l'espace public**

14h10 – 17h05, Salle 310

Présidence : Francis JAURÉGUIBERRY, Université de Pau

14h10 – 14h30

#### **Rhétoriques journalistiques de construction de l'information. Discours médiatiques d'experts dans la presse écrite**

Aurélie TAVERNIER, Université de Lille 3 Charles de Gaulle, France

Cette communication portera sur les apports de l'analyse de discours dans le travail sociologique de dénaturation des pratiques et des représentations des acteurs, journalistes et intervenants extérieurs : en s'inscrivant dans une perspective constructiviste, on peut considérer le matériau langagier non pas comme un produit fini, mais comme le résultat en construction des interactions et des représentations que les professionnels y projettent quant à leur propre travail de construction d'une représentation du réel. Appliquée à l'analyse des discours médiatisés, cette approche considère avant tout les supports médiatiques comme des formations discursives (Foucault, 1979) à l'intérieur desquelles s'agencent des configurations indissociablement sociales et discursives (Veron, 1988; Charaudeau, 1988; Elias, 1991). Il s'agit donc de déconstruire les procédures et les dispositifs qui, à travers les modes normés d'écriture, permettent de saisir les interactions entre journalistes et acteurs sociaux dans leur travail de co-construction de l'information. Cette communication s'appuyera sur une partie de l'analyse de 3000 discours de presse rapportés dans *Le Monde*, *Libération* et *Le Figaro* en 1999, ainsi que sur des entretiens réalisés auprès d'acteurs, sociologues médiatisés et journalistes.

14h30 – 14h50

#### **Concentration et convergence des médias : double méfiance du public québécois envers les journalistes et l'intervention gouvernementale**

Marc-François BERNIER, Groupe de recherche Pratiques novatrices en communication publiques (PNCP) et Département de communication, Université d'Ottawa, Ontario, Canada

À partir d'un sondage d'opinion publique réalisé fin 2002 auprès d'un échantillon représentatif de Québécois (marge d'erreur de 3 %, 19 fois sur 20), l'auteur dresse un portrait de la double méfiance du public envers les journalistes. La recherche révèle que les répondants accordent plus ou moins de crédibilité aux journalistes tout en doutant de leur indépendance face aux annonceurs et de leur souci de servir le public avant de servir leurs propres intérêts. Cependant, ils sont également méfiants envers le gouvernement et son pouvoir d'intervention pouvant menacer la liberté de presse. L'analyse révèle toutefois que certains facteurs peuvent inciter le public à demander l'intervention gouvernementale lorsque des problèmes se posent, car l'état de la concentration des grands médias est tel au Québec que plusieurs s'en inquiètent.

14h50 – 15h10

#### **Subjectivité et journalisme politique : quel individu au travail ? Les figures de la subjectivité à travers le prisme du Front national**

Thomas BERJOAN, Centre de politologie de Lyon (CERIEP), Institut d'études politiques de Lyon, Université de Lyon 2 Lumière, France

Aujourd'hui, pour un journaliste politique, que représente la subjectivité ? Peut-on réduire cela à la simple justification d'une irréductibilité de l'individu, une réponse essentialiste imparable, contre les reproches de manque d'objectivité ? Il semble intéressant d'étendre cette définition aux problématiques récentes sur l'individu en sociologie (De Singly, Corcuff, Kaufmann, Lahire...) et de ré-interroger cette notion. En quoi la façon dont les journalistes vivent leur métier, font participer leur activité professionnelle de la construction de leur identité intérieure, peut nous être utile pour comprendre la façon dont ils travaillent ? A partir d'une enquête de terrain de type ethnographique, observation des pratiques et entretiens, et travail sur un corpus d'articles, nous proposons une communication qui développera une analyse des figures de la subjectivité dans le journalisme politique. La confrontation au Front national nous paraît être un excellent prisme. Elle permet en effet de faire remonter à la surface des éléments et des mécanismes liés à leur l'investissement subjectif, habituellement « sédimentés » dans les habitudes de travail, et qui sont déterminants pour une réflexion sur l'activité. Nous pensons notamment aux modalités d'engagement et de distanciation dans la relation aux sources ; au rôle de la durée, de la routinisation de l'activité ; au lien entre les contraintes et les notions d'investissement, de plaisir, de regret, de frustration ; à la signature...

15h10 – 15h30

### **Changements des pratiques et identité des journalistes étrangers sous l'effet de la globalisation : méthode et modèle d'analyse**

Camille LAVILLE, Université de Paris 8, France et Université Laval, Québec, Canada

Il apparaît que l'information internationale ainsi que les pratiques et l'identité professionnelles des journalistes qui la produisent se sont modifiées considérablement au cours des dernières années. Ces changements sont en grande partie, le produit de la globalisation. Plusieurs facteurs influencent l'ensemble du système de production de l'information dont la globalisation des médias, et transforment de manière conséquente les différents systèmes avec lesquels les journalistes interagissent. Comment le changement dans ces systèmes affecte-t-il à son tour les pratiques et l'identité des journalistes ? Nous présenterons comment la globalisation (un facteur de niveau macro), en changeant les conditions de fonctionnement des entreprises de presse (niveau meso), contribue à la transformation de pratiques et de l'identité professionnelles des journalistes (niveau micro). Pour saisir en quoi un phénomène de portée très générale comme la globalisation est susceptible de modifier substantiellement la pratique concrète et quotidienne des journalistes de l'AFP exerçant à l'étranger, nous associons la notion de configuration développée par N. Elias à la théorie du paradigme journalistique de J. Charron et J. de Bonville. La notion de paradigme renvoie à la variable dépendante, la « chose » à expliquer et la notion de configuration, à la variable indépendante, c'est-à-dire la « chose » qui explique.

15h30-15h45 Pause

15h45 – 16h05

### **De la « communication politique » à l'étude des spécialistes de la communication dans le champ politique : enjeux d'une approche sociologique compréhensive**

Caroline OLLIVIER-YANIV, Centre d'études des discours, images, textes, écrits et communications (CEDITEC), Université de Paris 12, France

Considérant d'un point de vue sociologique qu'il existe dans le champ des institutions politiques des spécialistes du maniement des signes et des symboles, on souhaiterait plus précisément revenir sur la démarche consistant à analyser la communication politique en situation d'exercice du pouvoir (ou communication politique institutionnelle) non pas à partir de ses formes d'expression (telles que les discours, les campagnes ou les stratégies de communication), mais en prenant en considération les

discours des acteurs sociaux qui les mettent en œuvre. On reviendra ainsi sur plusieurs travaux menés au moyen d'entretiens semi-directifs et de récits de vie : série d'entretiens avec des responsables de la communication gouvernementale et de la communication de la Défense, ou encore avec des « écrivains » de discours ministériels (en France). Ce déplacement de l'étude du phénomène « communication politique » à ceux qui le manifestent, qui le produisent et aux relations qu'ils entretiennent pourrait ainsi recouvrir au moins deux enjeux : nourrir la recherche et l'analyse des pratiques et des discours professionnels indigènes ; en proposer une approche réflexive contribuant notamment à mettre à distance le substantialisme et le caractère normatif qui ont largement cours lorsqu'on essaie d'articuler des notions telles que démocratie, politique et communication.

16h05 – 16h25

**Les experts, acteurs du débat télévisuel à propos de la « vache folle »**

Sebastian SZKOLNIK, Université de Paris 8, France

L'affaire de la « vache folle » est emblématique. Elle est l'affaire de santé publique la plus médiatisée de l'histoire, mettant en cause la notion du progrès appliqué à la production d'aliments ainsi que les modèles de gestion administrative visant à un consensus sur les politiques agricoles en particulier, sur le marché des échanges en général. La sécurité alimentaire sera mise en question sur son aspect sanitaire par des possibles conséquences de la consommation humaine d'aliments autorisés à la vente à partir des réglementations strictes. Des modèles de prises de décision seraient mis en essai, parmi lesquels les experts scientifiques sont invités à expliquer et justifier leurs avis autour de l'affaire de l'ESB dans l'espace public ; ce que ne constitue pas une voix homogène de leur part, le temps de controverses fait partie du temps de la transparence. La télévision devient un terrain propice à l'organisation de débats qui serviraient à analyser autrement des informations, par nature complexe. La période d'analyse de notre étude est fondée sur le mois de novembre 2000, moment où la France discute à propos de l'interdiction totale des farines carnées pour tous les animaux d'élevage et où l'Europe commence à subir les conséquences du manque des mesures préventives dans le passé récent. La constitution de la « vache folle » comme sujet de discussion médiatico-sociale étant arrivée en mars 1996, l'année 2000 prendra un nouvel essor. Le petit écran, à partir des différences de critères éditoriaux propres à chaque chaîne, organisera des débats fort divers.

16h25 – 16h45

**Une approche ethno-sociologique de la photographie de presse**

Bruno DAVID, Laboratoire d'études et de recherches appliquées en sciences sociales (LERASS), Université de Toulouse 3 Paul Sabatier, France

Je propose de rendre compte d'une approche originale des modalités de construction du discours d'information dans la machine de presse. La photographie d'information, appréhendée à la fois comme une technique et un processus sémiotique, constitue un point d'entrée qui permet de baliser un certain nombre de pratiques professionnelles et un jeu d'interactions sociotechniques que je m'applique à décrire à partir d'une série d'investigations au sein d'entreprises de presse écrite et d'agences d'information nationales et locales. Pour tenter d'appréhender la « réalité » de pratiques routinisées autour de la production, la transmission, la sélection et la mise en page des photos d'information, je développe un regard de type ethnographique qui s'inspire à la fois des travaux de Bruno Latour sur la construction du fait scientifique [Latour, 1989 ; 1993], et l'approche du terrain décrite par Winkin dans son ouvrage de synthèse sur l'anthropologie de la communication [Winkin, 1996]. La posture adoptée colle au point de vue des acteurs en ménageant une attitude d'observation qui oscille entre présence et absence. Le travail de terrain consiste alors à pointer les relations entre tous les acteurs impliqués dans le parcours herméneutique des photos de presse. L'analyse qui découle de cette approche prend la forme d'une cartographie d'un réseau d'acteurs au sein duquel se fabrique l'information médiatique.

16h45 – 17h05

**Vers une modélisation de la sociologie des médias (production, réception, discours) : l'exemple du fait divers**

Catherine DESSINGES, Équipe de recherche sur les systèmes d'information et de communication des organisations et sur les médias (ERSICOM), Université de Lyon 3 Jean Moulin, France

avec Elisabeth COSSALTER et Martine VILA-RAIMONDI, ERSICOM

Notre étude relève d'une approche sociologique qui intègre les trois étapes d'un phénomène communicationnel particulier : le fait divers. 1. E.Cossalter présentera le profil du fait-diversier, ses pratiques sociales, lesquelles se fondent à la fois sur la stratégie éditoriale proposée en termes de hiérarchisation de l'information et sur les relations qu'il entretient avec ses sources. Ces résultats ont été permis grâce à un travail d'enquête révélant que l'acteur, pour tenter de se conformer au rôle social qui lui est assigné, doit s'adapter aux références du monde commun. 2. M.Vila-Raimondi, à partir d'une approche goffmanienne et d'une analyse du discours du lectorat proposera une typologie des pratiques de lecture de faits divers. Cette caractérisation se fonde sur un travail ethnométhodologique qui restituera les différents contextes et formes de lecture des interrogés. Elle permettra d'envisager deux cadres de lecture des faits divers : l'un d'ordre social, l'autre de nature mythique. 3. C. Dessinges développera les résultats d'une analyse du discours médiatique de deux faits divers particuliers : Diana et Trintignant. Elle associera, dans une approche globalisante sous forme de modèle, l'ensemble des aspects développés qui doivent être compris dans une interdépendance, représentée à l'intérieur même du discours médiatique.

**17h05 Fin de la séance**

## Mardi 06 juillet 2004

14h00 – 14h10 Mot de bienvenue, Serge PROULX

### Séance 2 : Internet et lien social

14h10 – 17h05, Salle 309

Présidence : Serge PROULX, Université du Québec à Montréal

14h10 – 14h30

#### **Un média comme les autres. L'analyse du rapport entre l'Internet et les relations interpersonnelles**

Sylvie LAFORTUNE, Université Laurentienne, Sudbury, Ontario, Canada

Il y a maintenant plus de dix ans que la question de l'Internet est au coeur d'un grand débat : les pessimistes, d'un côté, maintiennent que son usage répandu contribue à détruire le tissu social, tandis que les optimistes, de l'autre, l'associent au progrès social et à un avenir meilleur. L'objectif de cette recherche était de vérifier si, empiriquement, il existe un lien entre l'usage d'Internet et les relations interpersonnelles. Plus particulièrement, on cherchait à déterminer si, plus on recourt à Internet, plus on s'éloigne des membres de notre famille, de nos amis et de nos collègues ou, au contraire, plus notre vie sociale est dynamique et plus on entretient des relations en plus grand nombre, en fréquence et en profondeur. À l'aide d'un questionnaire, nous avons mesuré le niveau de sociabilité des participants (niveau de participation à des activités sociales, usage d'autres médias et nombre, fréquence et intensité des relations interpersonnelles) ainsi que leur usage d'Internet. Les résultats indiquent qu'il n'y a qu'une corrélation très faible entre l'usage d'Internet et les relations interpersonnelles. Cependant, lorsque nous avons fait intervenir des variables sociodémographiques telles que, entre autres, l'âge, le sexe et le niveau d'éducation. Dans certaines analyses, ce qui semble disparaître, c'est qu'Internet ne fait que traduire des comportements qui appartiennent déjà à la socialité.

14h30 – 14h50

#### **Des outils de communication contre la communication ?**

Sylvie CRAIPEAU, Institut National des Telecommunications (INT), Évry, France

Deux recherches, menées dans deux champs très différents, le *groupware* dans l'entreprise et les jeux en ligne sur internet, nous permettent de poser l'hypothèse suivante : certains usages des technologies de l'information et de la communication renforcent la dimension organisationnelle des espaces dans lesquels ils s'inscrivent, et transforment dans le même temps les modes de sociabilité. Le *groupware* favorise une mobilisation des salariés qui repose moins sur un engagement collectif que sur un engagement individuel. Si direction et salariés divergent toujours sur le sens de l'activité de production, il n'est plus besoin de chercher à tout prix à engager les modalités d'une convergence. Le système technique favorise l'engagement dans la tâche et une mobilisation individuelle, il permet de s'autonomiser par rapport au groupe de travail traditionnel et par rapport aux sociabilités de travail. Le même phénomène apparaît dans un tout autre champ : celui des jeux en ligne. Le jeu de rôle devient un espace organisé, lorsqu'il est en ligne. C'est-à-dire que le dispositif technico-organisationnel qui le supporte supplante l'importance du groupe de joueurs, caractéristique du jeu de rôle en face-à-face, et modifie, de ce fait les modes de sociabilité qui rassemblent les joueurs. La coordination, supportée par le système technique devient prédominante, la sociabilité s'autonomise par rapport aux lieux et aux temps de production (production du travail ou jeu). Dans le même temps, la sociabilité se diversifie et se complexifie, l'engagement subjectif s'affaiblit.

14h50 – 15h10

**Les relations de proximité, un défi au développement du commerce électronique**

Viviane LE FOURNIER, Centre d'études et de recherches techniques, organisation, pouvoir (CERTOP)-CNRS, Universités de Paris 8 et de Toulouse 2 Le Mirail, France

Au-delà de l'euphorie des acteurs du commerce électronique, et si on convient qu'Internet ne se substituera pas totalement aux achats dans le commerce traditionnel il reste à s'interroger sur les facteurs susceptibles de modifier, dans le temps, les comportements d'achat des internautes. Partant de l'hypothèse que la demande en matière de commerce électronique ne peut se réduire à des considérations d'ordre technique et juridique et se construit dans la durée, nous nous interrogeons ici sur les conditions sociales d'insertion d'Internet dans les pratiques domestiques d'achat en privilégiant le facteur inhérent à ce mode de consommation, l'apparente suppression des relations de proximité. Nous nous attacherons à expliciter, à partir des pratiques d'une soixantaine d'internautes interviewés, l'imbrication entre l'attachement des consommateurs aux relations de proximité dans l'acte d'achat et la place réservée à l'usage des sites marchands. Notre propos s'articulera autour de deux axes principaux : - Etudier les résistances des consommateurs-internautes à se défaire de l'attrait exercé par le contact direct qui touche les objets dans leur matérialité et dans leur environnement de commercialisation mais aussi la multiplicité des réseaux de sociabilité mobilisés dans la démarche d'achat ; - Montrer en quoi la consultation de sites marchands utilisés comme canal additionnel d'informations modifie les relations de proximité propres au commerce traditionnel.

15h10 – 15h30

**« Mais de quoi parlent-ils ? » Critique d'une question de recherche impertinente et sociologie de l'engagement dans l'écriture synchrone sur internet**

Julia VELKOVSKA, Laboratoire Usages, créativité, ergonomie (UCE), France Télécom Recherche et Développement, Issy-Les-Moulineaux, France

La plupart des études récentes qualifient les *chats* (échanges écrits et synchrones) négativement, par ce qu'ils ne sont pas. Ils sont présentés comme un média « pauvre » par rapport à la conversation en face-à-face et sont souvent considérés comme des bavardages futiles comparativement aux échanges structurés thématiquement. Ces démarches comparatives et discriminantes occultent les activités des participants qui, par l'envoi des messages, s'engagent à manifester leur présence, à maintenir le rythme, à passer un moment ensemble, à construire des liens. L'approche procédurale mise en œuvre dans notre recherche caractérise le *chat* positivement au double sens de ce terme. D'une part, elle montre ce que les participants font, ainsi que les manières dont ils le font. D'autre part, elle souligne que leur engagement ne s'accomplit pas par opposition à d'autres formes de communication : en dépit de l'évanescence des contenus, le *chat* suscite des engagements intenses, observables dans le rythme des activités à l'écran et dans les entretiens menés avec des *chatteurs*. Le *chat* apparaît ainsi comme une communication phatique produite par l'écriture électronique synchrone dont l'analyse ne peut pas reposer sur les seuls contenus échangés. La question « de quoi parlent-ils » est donc impertinente pour les *chats*. Par contre, il est possible de se demander « comment font-ils pour parler » afin d'élucider comment ces activités de communication routinières engagent leurs participants.

15h30 – 15h45 Pause

15h45 – 16h05

### **Les usages des sites familiaux sur Internet**

Fanny CARMAGNAT, Laboratoire Usages, créativité, ergonomie (UCE), France Télécom Recherche et Développement, Issy-Les-Moulineaux, France

Les sites familiaux connaissent en France un essor considérable qui a accompagné dès l'an 2000 la progression de l'équipement des foyers en connexion Internet et en appareils photo numériques. L'étude met en évidence le rôle de "révélateur" que portent ces sites : révélateur des limites de la famille : qui le créateur du site va-t-il inviter et exclure ? Révélateur de la spécificité des moyens de communication s'accordant à chaque type de relation. Enfin l'étude met en évidence une apparente contradiction entre la forte charge affective de ces sites et le caractère contraint et obligatoirement lisse et souriant du contenu de la communication.

16h05 – 16h25

### **Le savoir-faire informatique domestique : une typologie des relations entre conjoints**

Laurence LE DOUARIN, COSTECH, Université technologique de Compiègne (UTC) et Université de Paris 5 René Descartes, France

Objet médiateur, l'ordinateur révèle, dans les rapports masculin/féminin, davantage d'idéologie dans les compétences – affirmées pour les uns, déniées pour les autres – que de réalité effective. Nous avons dressé une typologie des relations de compétence informatique entre conjoints. Elle distingue différents types de savoir-faire masculin, lesquels sont étroitement reliés aux attitudes adoptées par les épouses : les compétences affirmées qui peuvent être certifiées ou simulées et les compétences équivoques qui peuvent être déniées ou concédées. La compétence affirmée, c'est celle où la supériorité masculine va de soi. Nous sommes alors dans une relation hiérarchique où l'homme est le maître supposé savoir. La compétence équivoque représente le phénomène inverse : volonté existe de nier la hiérarchie des compétences entre l'homme et la femme. Ainsi, au sein du couple, en comparant les opinions que chaque protagoniste porte sur ses propres compétences informatiques et sur celles de son conjoint, on saisit la façon singulière dont s'articulent les rapports sexuellement différenciés à l'ordinateur. Ils s'appuient sur des distributions de rôles et des processus identitaires par lesquels chaque acteur tisse son rapport à la machine en fonction de la place qu'il occupe dans la constellation familiale et des stratégies de reconnaissance déployées pour répondre aux attentes de ces « quelques autres qui sont vraiment significatifs pour lui » (Berger).

16h25 – 16h45

### **Usages d'Internet chez les hommes et les femmes : différences ou convergences ?**

Christiane BERNIER, avec Simon LAFLAMME, Département de sociologie, Université Laurentienne, Sudbury, Ontario, Canada

Au coeur des débats actuels sur l'impact des TIC, se pose la question de l'importance et de la variété des usages d'Internet. D'une part, toutes les enquêtes canadiennes font montre de cette double réalité : cet usage s'accroît chaque année chez les Canadiens ; et ce sont les personnes les plus âgées qui l'utilisent le moins. D'autre part, les chercheuses féministes ont fait valoir que l'écart dans l'utilisation persiste entre les sexes et qu'il serait principalement dû à des différences économiques. C'est dans le but de contribuer à cette discussion sur les habitudes de consommation des internautes que nous avons mené une enquête. L'instrument de collecte portait sur le temps passé, par semaine, devant un ordinateur et sur plus de quarante possibilités d'usages d'Internet. Les résultats démontrent que l'âge, plus souvent que le sexe, est une variable discriminante de la consommation d'Internet, même si on peut constater que, entre les sexes, des différences associées aux stéréotypes sexuels réapparaissent : ainsi, les hommes s'exposent davantage aux pages sportives et les femmes aux sites sur la santé. Par contre, on constate une homogénéisation des



pratiques pour d'autres fonctions (clavardage, forums...) et, dans l'ensemble, une atténuation de l'influence des variables socio-démographiques habituelles (scolarité, revenu...).

16h45 – 17h05

### **Une perturbation de la notion d'individu, l'exemple des pages persos à caractère sexuel sur Internet**

Fred PAILLER, Centre de Sociologie des Représentations et Pratiques Culturelles, Université de Grenoble 2

Sur Internet, une Page Perso à Caractère Sexuel (PPCS) est un "site perso", sur lequel un individu expose son corps (photos, CV, descriptif) et sa sexualité (anecdotes, commentaires moraux...) ; autrement dit, il dévoile ce qui est souvent recouvert : son intimité. Observer une PPCS consiste à interroger la façon dont son créateur se pense et s'envisage pour marquer sa présence sur Internet. Comment une personne formule-t-elle ce qu'elle est seule à pouvoir formuler ? L'étymologie d'intimité indique le caractère intérieur de quelque chose ( le préfixe int- évoque le dedans). D'un autre côté, M. Mauss explique que la *persona* est un masque de théâtre, une surface résolument tournée vers l'extérieur, définissant et exprimant un personnage. L'individu serait alors une membrane sociale qui servirait à contenir la dimension privative de l'intimité, tout en exhibant la dimension publique de la personne. Or, Les PPCS perturbent cet agencement ontologique, là où Internet perturbe, lui, la distinction entre privé et public. Que reste-t-il d'un individu qui n'a plus de dedans ? Le cas échéant, les PPCS incitent le sociologue à ré-interroger la notion d'individu à la lumière de cette perturbation.

**17h05 Fin de la séance**

**Mardi 06 juillet 2004**

**Séance 3 : Mutations dans la réception des médias**

17h20 – 19h10, Salle 310

Présidence : Michel SÉNÉCAL, Télé Université, Université du Québec

17h20 – 17h40

**Repenser les approches sur la réception des informations à partir des usages de la presse en ligne**

Julien FIGEAC, Université de Toulouse 2 Le Mirail, France

Je me propose de présenter mes travaux sur la manière dont une sociologie des usages des sites Internet de presse vient renouveler les études sur la réception des informations. En effet, l'analyse sociologique ne peut plus se contenter d'aborder la réception des articles de presse sur le mode de sondages d'opinions améliorés. Le détour par les habitudes de lectures de quotidiens en ligne ouvre des perspectives de recherches inédites éclairant les arts de faire des usagers. En abordant leur rapport avec les interfaces graphiques des sites, nous pouvons remonter au principe des motivations qu'ils se donnent en parcourant leur journal. Leur démarche apparaît comme enchâssée entre leur réflexivité et les routines de lectures qu'ils suivent pour aller droit vers l'essentiel. L'étude des usages permet d'inscrire la lecture de l'actualité au carrefour de diverses temporalités avec lesquelles l'utilisateur doit composer. Il survole, sélectionne et assimile dans un bref laps de temps les principaux gros titres qui se présentent à lui. Pour chronométrer les divers parcours et pour en tracer la cartographie, je mobilise les données emmagasinées par les serveurs des sites de presse. Cette enquête statistique est ensuite confrontée aux entretiens et observations réalisés auprès des lecteurs. C'est ainsi que la prise en compte des usages vient renouveler cette étude sur la réception des informations, en cherchant à comprendre comment les sites de presse nous informent.

17h40 – 18h00

**Les publics et la reconnaissance des genres télévisés : étude en réception de la catégorisation des interlocutions télévisées**

Nicolas DESQUINABO, Université de Paris 3 Sorbonne Nouvelle, France

L'objectif de notre recherche est de tester une typologie des « genres » interlocutifs télévisés. Notre étude porte sur les émissions généralement appelées « magazines » où se produisent des échanges langagiers entre au moins deux interlocuteurs dont un animateur. Nous avons fait l'hypothèse de l'existence de dix genres principaux dont quatre sont soumis à une analyse en réception : Controverse, Polémique, Portrait et Jugement. Notre catégorisation hypothétique des genres est fondée au départ sur la hiérarchie des visées énonciatives manifestes (décrire le monde, inciter à acheter, raconter son histoire...). Les genres seraient selon nous des types de texte, définis par leurs visées et relativement stabilisés (à différents niveaux sémio-pragmatiques) par leur pratique dans une communauté socio-langagière donnée. Par exemple, dans le genre « Controverse », à la télévision française, il s'agit essentiellement d'argumenter à partir d'évaluations pour ou contre une règle commune, sans mettre en cause son adversaire (sinon la « Polémique » est déclenchée), sans raconter sa vie, ni faire rire... Lors de notre étude en réception, nous avons confronté nos interprétations des visées aux catégorisations et interprétations des téléspectateurs eux mêmes (échelles d'évaluation). Nous avons ensuite comparé les résultats des groupes « français habitués » à ceux d'un groupe « non habitué » et d'un groupe « francophone étranger » pour mesurer les différences dans leurs interprétations.

18h00 – 18h20

## **Télespectateurs et médiateurs de la rédaction : la création d'un nouvel espace public**

Aurélie AUBERT, Université de Paris 3 Sorbonne Nouvelle, France

Le « droit de réponse » des usagers des médias est en expansion depuis quelques années et se manifeste par l'apparition des services des « médiateurs ». Nous souhaitons proposer une approche sociologique de cette catégorie de téléspectateurs : qui sont ceux qui choisissent de donner leur opinion au médiateur ? Quels sont les enjeux de cette nouvelle parole ? S'agit-il d'une nouvelle forme d'expression politique ? Cette parole fait-elle émerger des contre-pouvoirs ? Nous ferons part d'abord des éléments sociologiques permettant de cerner ces publics. Puis, nous montrerons que l'analyse de ce corpus permet de faire émerger plusieurs phénomènes à l'oeuvre dans la société contemporaine. Ainsi, cette pratique peut s'apparenter à une forme de reconstitution de l'espace public, en marge de la shère politique traditionnelle. En effet, si l'on constate dans la société contemporaine une baisse de la représentation politique et de la participation démocratique, il existe dans le même temps une floraison de mouvements alternatifs dont ces courriers sont témoins. le téléspectateur, en envoyant son témoignage, désire opérer un changement dans la société. Contrairement à des pratiques antérieures, il ne passe plus par l'action politique ou syndicale, mais choisit de tenter d'influencer les médias. Nous illustrerons ce propos par des exemples tirés d'une typologie des réactions des téléspectateurs ainsi que par des citations de réactions auxquelles nous avons pu avoir accès grâce au service du médiateur de la rédaction de France 2.

18h20 – 18h30 Pause

18h30 – 18h50

### **La méta télévision comme nouvel espace public de débat**

Hélène ROMEYER, UFR Sciences de la communication, Groupe de recherche sur les enjeux de la communication (GRESEC), Université de Grenoble 3 Stendhal, France

Se proposant de décrypter les images que reçoivent les téléspectateurs, les émissions de méta télévision s'intéressent aux mécanismes qui régissent à la fois la construction, la transmission et la réception de la communication télévisuelle. Projet extrêmement ambitieux si l'on considère le caractère protéiforme de l'objet télévision. La méta télévision oblige ainsi à envisager l'intégralité du processus de communication télévisuelle en se penchant à la fois sur le sens de ce qu'elle diffuse, sur la façon dont elle le fait et, sur les capacités critiques supposées de ceux qui réceptionnent ces messages. L'originalité de la méta télévision réside dans le rôle qu'elle fait jouer au public, car elle le suppose doté, d'une part, d'une capacité critique, et l'intègre d'autre part, comme acteur à part entière du débat. En publicisant des problèmes d'ordre déontologique, des discussions relevant de l'éthique professionnelle, en poussant à toujours plus d'interactivité, la méta télévision contribue ainsi à redéfinir un espace public de débat. Par une analyse socio historique de deux émissions françaises « Arrêt sur images » et « l'Hebdo du médiateur », nous interrogerons le rôle d'une forme de télévision - l'auto réflexivité - dans l'espace public, les liens entre télévision et téléspectateur, et au-delà entre télévision et société civile.

18h50 – 19h10

### **« Le rêve brisé » de Charles Enderlin : transposition et stigmatisation du conflit israélo-palestinien devant les locaux de France 2**

Isabelle HARE, Laboratoire Médias et Identités, Université de Lyon 2 Lumière, France

En septembre 2002, les médias sont en première ligne pour commémorer les attentats du 11 septembre 2001 et la seconde Intifada au Proche-Orient. Le conflit israélo-palestinien est sur l'avant-scène cet automne-là lorsque éclate en France « l'affaire Enderlin ». Née deux ans auparavant, à la suite de la retransmission de la mort du petit Mohamed Al Dura, elle est ravivée par l'annonce de la diffusion sur

France 2 d'un reportage du journaliste, « Le rêve brisé ». Plus que le contenu du reportage, c'est son auteur qui irrite certains membres de la communauté juive qui réclame sa non-diffusion. Les ligues de soutien à la cause palestinienne appellent à une contre-manifestation pour demander sa retransmission à une heure de grande écoute. Internet couvre largement l'événement en multipliant les forums de discussions. Les sites d'information pro-israéliens et palestiniens ouvrent leurs portes à un débat qui tourne au consensus pour ou contre Enderlin. Les médias « traditionnels » semblent céder ici le pas à internet plus à l'aise dans le traitement d'une actualité en marge du fait brut, laissant place à la discussion et au commentaire. La presse écrite ne propose pas ou peu de discours « original » sur l'affaire Enderlin. La nouveauté de ces manifestations réside donc dans le fait que supporteurs ou détracteurs d'Enderlin empoignent l'un des plus puissants médias, la télévision, de façon « préventive », en agissant sur l'événement - la diffusion du reportage – avant qu'il ne se produise.

**19h10 Fin de la séance**

## **Mardi 06 juillet 2004**

### **Séance 4 : Usages des TIC**

17h20 – 19h30, Salle 309

Présidence : Geneviève VIDAL, Université de Paris 13 Nord

17h20 – 17h40

#### **Analyse de la tournée québécoise « TIC et citoyenneté » en milieux communautaire : une rencontre entre 3 disciplines**

Sylvie JOCHEMS, Université du Québec à Chicoutimi, Québec, Canada

avec Maryse Rivard, Centre de documentation sur l'éducation des adultes et la condition féminine (CDEACF), Montréal, Québec, Canada

L'objet de notre communication porte sur une tournée québécoise de journées d'animation ayant pour titre « Créer des liens sociaux et virtuels pour comprendre et agir sur notre monde : TIC et citoyenneté ». Au printemps 2004, elle aura rejoint plus de 150 intervenantEs communautaires, syndicaux et féministes de huit régions québécoises différentes. Notre analyse sera abordée sous trois angles : 1) Au regard des personnes participantes : leur représentation des enjeux de l'appropriation (accès, usages des TIC) et surtout, ceux qui sont liés aux « praTIC » citoyennes ; 2) Au regard des organisations impliquées dans cette tournée : les exigences d'une rencontre entre trois disciplines (communication, sociologie et travail social) dans la conceptualisation, la réalisation et l'évaluation de cette tournée d'animation ; 3) Au regard des membres du RQIAC i.e. le Regroupement québécois des intervenants et intervenantes en action communautaire puisque notre communication prête une attention particulière aux attentes, à l'analyse et à l'interprétation des enjeux par les acteurs et actrices en action communautaire au Québec.

17h40 – 18h00

#### **Les groupes professionnels et l'internet**

Lise DEMAILLY, CLERSE/Institut Fédératif de Recherche sur les économies et les sociétés industrielles (IFRESI), Université de Lille I, France

avec Bernard CONVERT, IFRESI

La communication présentera les résultats d'une recherche achevée sur l'usage du WEB par les médecins et les psychanalystes (CONVERT B., DEMAILLY L., 2003, Réseaux; Communications, Montréal; Terminal n°89). Nous montrerons que ce media apporte à ces professions des modifications décisives dans au moins quatre grands domaines . Internet se montre un vecteur très puissant de transmission des savoirs. Il est amené à jouer un rôle majeur dans la formation continue, et ceci dans les différents domaines qui constituent un savoir de type « professionnel ». Il formalise et routinise ces savoirs professionnels, deux processus que le media encourage et potentialise, quand il ne les produit pas lui-même. Dans le domaine de la communication intra-professionnelle, Internet, par les forums ou les listes de diffusion, joue un rôle qu'aucun média avant lui n'a pu exercer, de dialogue de tous avec tous. Internet encourage la communication entre les professionnels et leurs usagers/clients/consommateurs ou entre « professionnels » et « amateurs ». Il peut introduire de nouvelles pratiques, par exemple les consultations en ligne, dans les professions de psychanalyste et de psychothérapeute. Nous présenterons ensuite les questions méthodologiques rencontrées et les premiers résultats d'une étude en cours, qui constitue un élargissement de la précédente, sur l'usage que font du Web un échantillon diversifié de professions.

18h00 – 18h20

## **La communication en milieu rural : Quels modèles informationnels pour l'agriculture aujourd'hui ?**

Emmanuel KESSOUS, Laboratoire Usages, créativité, ergonomie (UCE), France Telecom Recherche et Développement, Issy-Les-Moulineaux, France

Au delà des liens informatiques, c'est plus largement la question du système d'information mis en place par les agriculteurs que nous voudrions aborder dans cette contribution. Quelle est la place du fax, du téléphone fixe, du téléphone mobile, et d'Internet dans les échanges des agriculteurs avec leurs partenaires et fournisseurs ? Les agencements informationnels constatés dans l'agriculture correspondent-ils à des modèles d'entreprises liés à un type de production déterminé (agriculture productiviste, raisonnée, bio...)? Tel est le type de question que nous traiterons dans notre communication. Nous nous interrogerons également sur la place des usages familiaux dans les trajectoires d'équipements informatiques des agriculteurs. Enfin seront abordées les questions liées aux déplacements du modèle industriel sous l'influence de la politique de traçabilité et des nouvelles formes de consommation au cours de ces dernières années. Sur le plan méthodologique, notre analyse repose sur trois campagnes d'entretiens réalisés dans les régions Bretagne, Lorraine et Picardie auprès d'une quarantaine d'agriculteurs-éleveurs possédant un ordinateur. Sur le plan théorique, elle s'inscrit dans les lectures conventionnalistes de l'évolution du monde agricole mettant l'accent sur les formats d'information congruents à des modèles d'actions différenciés.

18h20 – 18h30 Pause

18h30 – 18h50

## **Vers une compréhension des usages émergents des TIC : l'exemple révélateur des artistes numériques**

Valérie MELIANI, Centre d'étude et de recherche en information et communication (CERIC), Université de Montpellier 3 Paul Valéry, France

Notre communication s'établit sur une compréhension des usages en art numérique. Ces usages révèlent une forte appropriation des T.I.C. par l'artiste à travers notamment les phénomènes d'innovation et de détournement que nous illustrons d'après les créations d'artistes tels que Stéphane Baron ou Annie Abrahams. Nous nous intéressons alors au rôle de l'artiste comme explorateur de la modernité (cf. P. Ardenne, Art l'âge contemporain, Ed. du Regard, Paris, 1997), en tension entre précurseur des usages et pirate des techniques. Les questions auxquelles nous tentons de répondre sont précisément : Comment les artistes utilisent et s'approprient les T.I.C. dans leurs pratiques de création ? Les usages des T.I.C. proposés par les artistes peuvent-ils être précurseurs des usages sociaux ? De quelle manière, dans quels contextes et sous quelles limites, leurs propositions sont-elles diffusées vers les acteurs sociaux ? S'inscrivant dans une approche compréhensive des phénomènes humains, notre démarche de recherche convoque plus particulièrement le paradigme de la complexité propre à Edgar Morin pour comprendre les usages des TIC proposés par les artistes. À partir d'une méthodologie de recherche empirico-inductive, nous avons réalisé une série d'interviews non-directives centrées auprès d'artistes numériques et de professionnels de l'art. Ce recueil nous a permis de mener une analyse de contenu qualitative en catégorisant et conceptualisant les données du terrain

18h50 – 19h10

## **Entre occasion et virtuosité, aspects socio-cognitifs de la recherche d'information sur Internet**

Emmanuelle JACQUES, Centre d'étude et de recherche en information et communication (CERIC), Université de Montpellier 3 Paul Valéry, France et Université du Québec à Montréal, Québec, Canada

Nous nous intéressons à l'activité de recherche d'information sur Internet en tant que révélateur d'un fonctionnement socio-cognitif. Dans ce cyberespace de communication, nous désirons regarder comment l'être humain se projette. Quelles tactiques sont développées pour occuper ce territoire informationnel ? Comment se déplace-t-il ? Que signifie ce mouvement exigé par la structure même de ce réseau stratifié et de ses caractéristiques hypertextuelles ? Le règne de l'interactivité oblige l'utilisateur à agir, mais de quoi est composée cette action, est-elle rationnelle, raisonnable ou inventive ? Dans la pratique, entre planification et exécution et entre réajustement et enregistrement se découvrent deux zones de non-lieu, le non-encore-formulé et la trace. Ces zones révèlent un art de faire entre occasions et virtuosité. Pour arriver à appréhender cet espace, l'usager développe ce que nous avons nommé des échafaudages socio-cognitifs. Ils se déploient comme une structure opportuniste et rusée, ultra adaptative et en continuelle recomposition. L'internaute durant son activité de recherche d'information construit ces structures socio-cognitives afin de réussir l'action envisagée et d'éviter les erreurs inhérentes à une activité dans un système complexe et vivant tel qu'Internet. Il réalise alors de véritables acrobaties socio-cognitives.

19h10 – 19h30

### **Le Test-Évaluateur : une méthode qualitative d'évaluation des sites du web par l'analyse des situations d'usages**

Jean BRUNEL, Centre d'étude et de recherche en information et communication (CERIC), Université de Montpellier 3 Paul Valéry, France

La méthode du test-évaluateur est issue de mes recherches pour la préparation d'un doctorat en Sciences de la communication. Elle se propose d'appréhender l'évaluation des sites du web par l'analyse des situations d'usages. Opérant un glissement de la problématique évaluative de l'objet vers l'usager, cette méthode s'appuie sur l'analyse des interactions entre le site et son utilisateur. Son originalité repose sur l'observation du parcours de navigation de l'internaute et sur les commentaires, produits par celui-ci, sur ses choix et ses attentes au cours de la navigation. S'appuyant notamment sur les travaux de Vermersch autour de l'entretien d'explicitation, cette méthode implique une forte compétence de l'évaluateur pour obtenir, de la part de l'utilisateur du site, une verbalisation permettant de comprendre les processus cognitifs mis en œuvre au cours de la navigation. Dans cette optique, l'évaluateur cherchera à comprendre les intentions qui président à l'action de l'internaute, en ayant à l'esprit que l'intention n'est pas forcément ce qui est explicitement invoqué mais aussi ce qui se lit dans l'action. La compréhension de la situation de navigation passe donc par une interprétation des interactions entre les intentions de conception portées par le site et les intentions du sujet. *In fine*, cette méthode permet de proposer une amélioration du site évalué en se centrant sur les utilisateurs et non sur des critères formels d'évaluation de sites web.

**19h30 Fin de la séance**

## **Mercredi 07 juillet 2004**

### **Séance 5 : Nouvelles formes de marketing et rapports sociaux**

10h45 – 12h05, Salle 310

Présidence : Dominique MEUNIER, Université de Montréal

10h45 – 11h05

#### **Le client co-producteur dans l'entreprise étendue**

Alexandra PERRONET, Université de Grenoble 3 Stendhal, France

Depuis quelques années, beaucoup d'entreprises ont modifié leur architecture organisationnelle afin de se rapprocher du client final. En le plaçant ainsi, au centre du dispositif productif, les entreprises semblent lui attribuer plus de pouvoir. Elles expriment un souci croissant d'offrir à ce client des services sur mesure, auquel il participe dans la conception et la production. De plus, le développement massif des NTIC a permis d'accroître ces nouveaux échanges. Les stratégies (marketing notamment) ne consistent plus seulement à attirer le client, mais à lui offrir un service personnalisé, tout en le définissant comme un partenaire de l'entreprise participant au processus de production. Le client devient à la fois prescripteur, usager, consommateur. Il passe alors du statut de consommateur-récepteur au statut de client-émetteur. Il co-produit à la fois ce qu'il est censé désirer et la communication de ce qu'on veut lui faire désirer. Il s'agit donc ici d'analyser un rapport social indissolublement économique et communicationnel. A partir d'une étude de cas de co-production, nous pourrions notamment voir comment sont analysées, par des méthodes sociologiques et les pratiques de communication, les valeurs et idées véhiculées par ces produits ou services; et de quelles manières ces connaissances sont utilisées pour orienter le discours publicitaire. Dans ce processus co-productif, comment les techniques de communication encouragent-elles la satisfaction du client co-producteur ?

11h05 – 11h25

#### **La construction sociale du client par les techniques de communication du marketing**

Bernard FLORIS, Université de Grenoble 3 Stendhal, France

Les modes de vie et les représentations sociales sont fortement structurés par la production et la consommation de masse. Le marketing et la publicité participent en grande partie à cette structuration. Ils sont à la fois des institutions qui déterminent des rapports sociaux, des entreprises stratégiques de l'économie marchande, et des techniques industrielles de gestion des relations sociales. Ces techniques opérationnelles sont largement utilisées aujourd'hui bien au-delà de la sphère commerciale. L'intervention se propose de démontrer que le marketing est aujourd'hui le modèle dominant dans les démarches de communication sociale et quels sont les rapports sociaux, les cadres symboliques et les méthodes efficaces qui l'ont hissé à cette fonction déterminante. On se propose de circonscrire la démonstration à la construction sociale et symbolique de la figure du « client ». Celle-ci intervient à la fois dans le fonctionnement des entreprises, dans l'espace public marchandisé et dans la subjectivité individuelle. En particulier, on insistera sur la capacité des techniques du marketing, véritable « science pragmatique », à mettre en rapport les structures objectives du marché et les structures mentales des consommateurs. Les résultats d'enquêtes sociologiques sur la démarche qualité en entreprise, sur la grande distribution, ainsi que sur la consommation des enfants, étayeront la démonstration.

11h25 – 11h45



### **Le magazine comme outil tactique de médiation pour les marques**

Caroline de MONTETY, Groupe de recherches interdisciplinaires sur les processus d'information et de communication (GRIPIC), CELSA, Université de Paris 4 Sorbonne, France

Les marques deviennent éditrices de magazines. Cette prise de parole autonome dans l'espace médiatique nous invite à nous interroger sur ses causes et effets. Nous évoquerons les conditions du développement de ce phénomène : évolutions des représentations de la consommation, du marketing et de la marque, approche holistique du consommateur, appropriation publicitaire du document écrit et de ses connotations comme tentative de légitimation, souplesse sémiotique du « magazine ». Derrière cette relative homogénéité des conditions d'apparition, l'hétérogénéité de ce genre, « magazines de marque », illustre la variété des processus d'hybridation. Les manières de « bricoler » autour de ces deux régimes, médiatique et publicitaire, sont nombreuses : entrelacs, métissage, fusion des deux logiques. Après avoir resitué le terme de « bricolage », en évoquant les approches de Levi Strauss et de Certeau, nous étudierons ce « bricolage », dans une approche pragmatique, à différents niveaux du discours (thèmes, énonciation). Cette combinaison des éléments, cette mise en culture, construit une argumentation pour toucher le destinataire du magazine, à la fois consommateur et lecteur. Nous évoquerons les conséquences des glissements énonciatifs sur le « contrat de communication » et soulignerons la dimension dialogique de cette médiation particulière, entre confrontation des représentations et reconnaissance symbolique.

11h45 – 12h05

### **L'introduction des TIC dans la sphère politique : vers un renforcement des représentations et des pratiques du marketing communicationnel**

Marin LEDUN, France Télécom Recherche & Développement, Meylan, France

Dès la fin des années soixante, en France, le marketing politique étant soumis à une forte pression législative, politique et sociale, les TIC, avec la télématique puis l'Internet, se développent essentiellement à la marge de la sphère politique traditionnelle et à travers des projets expérimentaux (programmes européens de vote électronique, par exemple). Cette tendance s'observe non seulement à travers le développement du marketing politique sur Internet, encore faible, mais aussi, et surtout, à travers les investissements d'acteurs industriels *a priori* non spécialisés dans les métiers de la communication politique, issus des marchés de l'informatique, du multimédia, de l'édition ou du marketing commercial sur Internet, commercialisant des produits-services tels que des progiciels de gestion des bases de données des collectivités locales et des solutions de vote par Internet. Ces nouveaux arrivants contribuent à reformuler, sans les révolutionner, la place et les pratiques des acteurs traditionnels et à renforcer les représentations sociales portées par le marketing communicationnel. En proposant de nouveaux modèles de gestion, de régulation et de représentation des relations élus-citoyens, ces acteurs industriels participent d'un brouillage et d'une redéfinition des frontières entre espace public et espace privé, et d'une sophistication, sans cesse accrue, du contrôle rationnel et technique du citoyen-consommateur.

**12h05 Fin de la séance**

## **Mercredi 07 juillet 2004**

### **Séance 6 : TIC et problématiques sociétales**

10h45 – 12h25, Salle 309

Présidence : Dominique CARRÉ, Université de Paris 13 Nord

10h45- 11h05

#### **Quelques problèmes posés par l'utilisation des TIC à des fins cliniques par les professionnels de la santé au Québec**

Luc BONNEVILLE, Groupe de recherche interuniversitaire et interdisciplinaire sur la communication et l'information (GRICIS) et département de communication, Université d'Ottawa, Ontario, Canada

La mise en place des technologies de l'information et de la communication (TIC) au Québec et au Canada, comme dans d'autres pays industriels avancés, trouve son origine dans une volonté politique de transformer structurellement le système sociosanitaire, pour le rendre plus performant. Une performance qui est essentiellement conçue en termes économiques, autour du seul critère de réduction des coûts du travail médical qui se substitue aux critères cliniques, lesquels selon les professionnels de la santé devraient pourtant jouer un rôle majeur dans l'évaluation du succès des initiatives en télémédecine et télésanté. Or, depuis que le grand projet d'informatisation du secteur de la santé au Québec a émergé, c'est plutôt en fonction de critères économiques que les décideurs ont construit les services informatisés de soins, ceux-ci ayant été modelés autour d'une organisation du travail qui, sur le plan clinique, conduit à d'importants problèmes, au rang desquels figurent le manque de soutien à la pratique clinique et l'effritement des conditions du travail médical. Voilà ce que nous proposons d'aborder dans le cadre de cette intervention où nous présenterons nos recherches sur l'utilisation des TIC à des fins cliniques par les professionnels de la santé au Québec. Une attention particulière sera portée au problème de l'appropriation et de l'usage des TIC par ces professionnels de la santé.

11h05 – 11h25

#### **La peur d'être mangé ou le corps résistant : une approche socio-anthropologique des techniques biométriques**

Gérard DUBEY, Institut national des Télécommunications (INT), Évry, France

Biométrie est le nom actuel donné à l'anthropométrie qui fonde la connaissance sur la possibilité d'identifier un groupe ou un individu à partir de la mesure et de la quantification de certaines de ses caractéristiques physiques. Les techniques biométriques sont récemment devenues un instrument de la politique sécuritaire (identification et authentification par l'empreinte de l'iris, digitale ou palmaire). Elles s'implantent aussi bien dans les aéroports que dans les établissements scolaires. Elles éveillent un certain nombre de craintes et d'inquiétudes très vite taxées d'irrationnelles. Ces peurs (d'être mangé, amputé, sectionné, figure de la machine-ogre...) constituent pourtant un matériau anthropologique de toute première importance. Loin d'être irrationnelles ou de résulter d'une méconnaissance technique, elles manifestent un savoir sur le corps et sur la manière dont celui-ci médiatise notre rapport au monde et au pouvoir que cet article propose d'explorer à partir de cas concrets, d'observations et d'entretiens réalisés in situ.

11h25 – 11h45

#### **Le différé dans une société d'immédiateté médiatique**

Francis JAURÉGUIBERRY, Institut de recherche sur les sociétés et l'aménagement (IRSAM), Université de Pau, France

Vite, tout de suite, maintenant, sans délais ! Ce désir d'immédiat, né dans la nostalgie infantile d'une unité perdue face au principe de réalité, rencontre un singulier écho dans notre société. Interconnectés par des réseaux de plus en plus performants, branchés sur des services aux réponses quasi simultanées, pris dans une économie basée sur la chrono-compétitivité, et flirtant quotidiennement avec l'urgence, nous nous habituons au raccourcissement général des délais, à la gestion « en temps réel » et à l'écrasement du temps sur un présent de plus en plus dense. Dans cette accélération et mise en synergie généralisée, les techniques de communication et d'information jouent un rôle de première importance. Mais elles n'imposent rien. Il n'y a en la matière aucun déterminisme technique. Elles sont aussi utilisées d'une autre manière, non pas pour nier le temps, mais pour le vivre. Nous verrons comment, au sein même des réseaux permettant le « temps réel », la réalité du temps est réinstaurée sous la forme d'arrêts, de différé et de silence.

11h45 – 12h05

### **Vers un modèle d'intégration des populations marginalisées dans la « société de l'information »**

Alain KIYINDOU, Université de Strasbourg 3 Robert Schuman, France

La « fracture numérique » est vécue comme une injustice sociale découlant de l'exclusion anormale d'une partie du monde. C'est ce qui explique sans doute la dynamique actuelle d'insertion des Technologies de l'Information et de la Communication aussi bien à l'intérieur des pays du Nord que dans le Sud. Pourtant, la question de la mise en place de la « Société de l'information » continue à susciter quelques interrogations. - Les modèles de transfert actuellement en vigueur permettent-ils la mise en place d'une « Société de l'information » cohésive, inclusive et intégrative telle que stipulée dans la déclaration de principe du Sommet Mondial de la « Société de l'information » ? - Ne serait-on pas aujourd'hui en train d'assister à une accentuation des disparités, à des déplacements de la frontière numérique, à l'augmentation des discriminations, voire à un processus de désocialisation de certaines populations ? En effet, si l'on considère que l'une des conditions nécessaires à l'intégration des TIC dans les pays du Sud c'est l'équité, c'est-à-dire le fait de donner les mêmes chances aux populations du Sud et du Nord, aux populations rurales et urbaines, aux alphabètes et aux analphabètes, aux femmes et aux hommes..., on est appelé à mener une réflexion sur les modèles permettant de mieux associer ces populations jusqu'ici marginalisées et qui tiennent réellement compte de leurs besoins.

12h05- 12h25

### **Du pirate informatique au cybercriminel : grandeur et décadence d'une figure de héros contemporain**

Hélène JEANNIN, Université de Paris 3 Sorbonne Nouvelle, France

Le tournant de l'année 2000 fut cruciale pour l'image médiatique du pirate informatique -- équivalent consensuel français du terme anglais « hacker » -- car c'est au cours de cette période que s'amorça le mouvement de déconstruction de la figure de ce personnage des réseaux, popularisé dès les années quatre-vingt par le film américain War Games. Notre objectif est d'examiner, à partir de cas concrets et d'exemples précis, comment une figure emblématique d'une génération d'adolescents peut, pour des raisons politiques et économiques, faire l'objet d'un jeu sur l'image, et, par un mouvement de bascule, sombrer dans une figure antithétique par rapport à celle qui était la sienne initialement. Quelle a été la part de responsabilité des médias dans le renversement de la figure du pirate ? Ont-ils joué un rôle de premier plan dans la constitution de cette figure sociale ou se sont-ils contentés de relater et d'entériner une situation existante ? Pourquoi un engouement du public finit-il parfois en désamour ? Comment une image de héros peut-elle ainsi se défaire ? Quels sont les principaux bénéficiaires de ce bouleversement ? A quelles nouvelles notions ou concepts cela donne-t-il naissance ? La figure du hacker s'étant consolidée

autour de grands écrits à imagerie forte et d'événements à forte valeur ajoutée, nous avons fondé notre recherche sur un corpus de différents ordres relevant des différents médias : presse française, films et ouvrages français ou étrangers.

**12h25 Fin de la séance**

**Mercredi 07 juillet 2004**

**Séance 7 : Les apports des approches sociologiques aux études en communication et des études en communication à la sociologie**

14h00 – 18h30, Salle 310

Présidence : Patrick J. BRUNET, Université d'Ottawa et Éric GEORGE, Université d'Ottawa

14h00 – 14h20

**Logiques d'acteurs et espace médiatique : une contribution à la sociologie critique de la communication**

Michel SÉNÉCAL, Télé-université, Université du Québec, Québec, Canada

La question de la démocratisation des technologies médiatiques est au cœur même de l'histoire de la constitution du champ de la communication sociale. En cela, le terme « démocratisation » a toujours été et continue de l'être l'objet d'interprétations distinctes sinon opposées selon que celles-ci sont associées à l'un ou l'autre des grands acteurs sociaux -- État, entreprises, société civile -- en interaction dans l'espace médiatique comme dans d'autres sphères de la société. L'approche théorique reposant sur l'analyse des logiques d'acteurs dans ce chassé croisé de valeurs, d'intérêts, de rationalités qui s'exerce sur le territoire national, et désormais tout autant à l'échelle planétaire, s'est élaborée depuis quelques décennies comme un contribution à la sociologie critique de la communication. Cette approche se veut transversale et intégrative de la complexité des dimensions économique, juridique, technologique et diverses autres caractérisant le développement historique et géopolitique des pratiques médiatiques. L'objectif de cette réflexion est de procéder à un bref retour sur les fondements de ce modèle d'analyse, de voir en quoi il a été une contribution scientifique substantielle, comment les phénomènes observables dans le contexte de la mondialisation et des débats sur la société de l'information viennent en confirmer de manière empirique la pertinence et, enfin, pourquoi il est aujourd'hui opportun d'en réajuster le cadre conceptuel ainsi que les modalités d'application.

14h20 – 14h40

**La dimension sociologique de l'approche de l'économie politique de la communication et de la théorie des industries culturelles**

Éric GEORGE, Groupe de recherche interuniversitaire et interdisciplinaire sur la communication et l'information (GRICIS) et département de communication, Université d'Ottawa, Ontario, Canada

L'approche de l'économie politique de la communication vise à mettre en évidence la dimension économique du développement des médias et des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans un contexte caractérisé notamment par le rôle central du système capitaliste dans nos sociétés. Dans le cadre de cette intervention, nous proposons d'aborder plus spécifiquement la théorie des industries culturelles notamment développée par des chercheurs francophones, en montrant dans quelle mesure celle-ci comprend une dimension sociologique. Pour ce faire, nous aborderons les enseignements principaux de la théorie en mettant l'accent sur leur dimension sociale. Nous nous interrogerons ensuite sur les éventuelles insuffisances de la théorie des industries culturelles et au-delà de l'approche de l'économie politique de la communication en lien avec le monde social. À cette occasion, nous reviendrons sur la figure de l'utilisateur, récepteur, consommateur, citoyen.

14h40 – 15h00

### **Regards de l'économie politique de la communication sur l'oligopole des industries de la culture et de la communication**

Philippe BOUQUILLION, Maison des Sciences de l'Homme Paris-Nord, Groupe de recherche sur les enjeux de la communication (GRESEC) et Université de Paris 8, France

Les industries de la culture et de la communication ont connu de puissants mouvements de concentration industrielle, de financiarisation et de pénétration du capital étranger. L'oligopolisation contribue à configurer les dispositifs d'offre des produits culturels. Les groupes industriels les plus puissants acquièrent des pouvoirs de marché qui structurent les rapports entre acteurs et qui conduisent à reconsidérer la notion de filière. La construction de l'économie-monde de la communication s'explique aussi principalement par le fonctionnement de cet oligopole. Malgré les différentes phases de libéralisation, les industries de la culture et de la communication demeurent étroitement dépendantes des choix des pouvoirs publics, des instances de réglementation ou de régulation, qui constituent des enjeux industriels. Les objectifs et les catégories d'action et de réflexion de ces instances semblent privilégier les enjeux industriels et économiques au détriment des perspectives culturelles et de construction d'un cadre culturel et communicationnel national. À partir de cette analyse, nous proposons de montrer dans notre intervention que celle-ci se situe dans le cadre de l'approche de l'économie politique de la communication et qu'elle comprend clairement une dimension sociologique autour des logiques d'action notamment marquées par la formation d'oligopoles et des stratégies des acteurs sociaux, à commencer par les entreprises et les instances de réglementation/régulation.

15h00 – 15h20

### **Apports de la problématique communicationnelle à la compréhension des processus de diffusion des techniques**

Dominique CARRÉ, LabSIC, MSH Paris Nord et Université de Paris 13 Nord, France

La communication proposée consiste à déplacer quelque peu l'énoncé de l'appel à propositions. Il ne s'agit pas ici de rendre compte, de la façon dont la sociologie actuelle aborde le champ de la communication ; mais de s'interroger sur la manière dont les sciences de l'information et de la communication, sciences interdisciplinaires plus récentes que la sociologie, peuvent favoriser des apports utiles à la sociologie de la communication pour aborder l'étude des phénomènes communicationnels et encourager ainsi les échanges entre la sociologie de la communication et les sciences de l'information et de la communication. Travaillant depuis de nombreuses années sur les conditions de diffusion des techniques d'information et de communication (à base d'informatique, de télécommunications ou d'audiovisuel) dans différents champs, mon intérêt s'est porté plus récemment sur deux questionnements majeurs. D'une part, comment s'est instaurée progressivement, en France, depuis une trentaine d'années, une régulation socio-politique de la diffusion des techniques d'information et de communication ? D'autre part, quelle(s) fonction(s) joue(ent) les processus communicationnels dans la diffusion des techniques d'information et de communication ? Pour y répondre, j'ai mis à jour le rôle important qu'incarnent ce que j'ai appelé les « normes d'action communicationnelle ». L'objet de la communication consistera à traiter de la manière dont s'élaborent ces normes.

15h20 – 15h35 Pause

15h35 – 15h55

### **Pour une reconnaissance de l'approche ethnographique en SIC, ou, pourquoi l'étude des usages de l'internet doit aussi se faire par l'immersion numérique**

Christophe BAREILLE, LabSIC, Université de Paris 13 Nord, France

Cette intervention cherchera à répondre à la question suivante : dans quelles mesures une approche ethnographique permet-elle de participer au travail de recueil d'informations pertinentes pour la construction de la compréhension des usages des nouvelles technologies de l'information et de la communication ? Méthodologiquement, cela se traduit par le choix d'un groupe social et « virtuel » particulier : les homosexuels masculins. Depuis maintenant trois ans, j'observe les comportements et les usages d'hommes fréquentant des sites homosexuels. Cette observation stricte prend parfois des tournures d'observation participante conduisant même, dans certains cas, à des entretiens qualitatifs médiatisés. Parallèlement, j'effectue des entretiens en face-à-face afin d'approfondir les réponses obtenues par l'observation et par les entretiens médiatisés. J'aborderai donc cette communication selon trois axes. Tout d'abord, je montrerai qu'en adoptant une posture critique par rapport aux « classiques » de l'ethnologie – à savoir une rupture avec les trois unités incontournables que sont le lieu, le temps et l'action – il devient pertinent d'utiliser les outils de l'ethnologie pour étudier les usages des nouvelles technologies. Ensuite, j'interrogerai la place du chercheur -- en remettant en question son hypothétique neutralité -- par rapport à ce nouveau terrain qu'est l'internet. Enfin, je questionnerai l'internationalisation des usages des nouvelles technologies en montrant que, décontextualisé socio-historiquement et socio-techniquement, cela n'a aucun sens.

15h55 – 16h15

**(Re) penser l'usage des objets communicationnels à la lumière d'un constructivisme critique**

Serge PROULX, Groupe de recherche sur les usages et cultures médiatiques (GRM), Université du Québec à Montréal (UQAM), Québec, Canada

Trois axes favorisent un réexamen critique de la sociologie des usages : A) La jonction avec les travaux en sociologie de l'innovation. Ces approches ont porté le regard en amont de l'usage, vers les processus d'élaboration et de conception de l'objet technique. La prise en compte simultanée des pratiques d'innovation et d'utilisation débouche sur l'analyse du processus de coordination dynamique entre le travail des concepteurs et les pratiques des utilisateurs. B) La correspondance avec les approches cognitives, notamment l'hypothèse d'une « cognition distribuée », oriente le regard de l'observateur vers la prise en compte d'environnements d'usage élargis constitués de réseaux d'humains et d'artefacts, prolongement dynamique des capacités cognitives des groupes d'utilisateurs; ces perspectives invitent à reconsidérer l'analyse des pratiques d'usage dans un contexte organisationnel élargi plutôt que limité aux interactions entre usagers individuels et dispositifs. C) La synergie avec les approches sociopolitiques orientées vers la mise en évidence des enjeux de pouvoir que constitue le développement d'usages spécifiques dans des contextes organisationnels donnés. Cette jonction permet un rapprochement avec ce que Feenberg (2004) appelle le constructivisme critique c'est-à-dire une perspective qui dépasse la posture dite agnostique des approches constructivistes habituelles refusant « de s'affronter aux grands enjeux généraux de la modernité ».

16h15 – 16h35

**Interactivité et communication systémique**

Christian PAPILLOUD, Faculté de Sociologie, Université de Bielefeld, Rhénanie-du-Nord-Westphalie, Allemagne

L'interactivité est-elle un concept de sociologie ? Peu déterminée aussi bien en sociologie qu'en informatique, cette notion est souvent rapprochée de l'idée d'activité. Dans le domaine des théories de l'éducation assistée par la technologie informatique, l'interactivité renvoie à l'activité de l'apprenant vis-à-vis du contenu enseigné (Sims, 1997: 160 ; également Milheim, 1995/96 : 228). Les théories pragmatico-discursives de l'interactivité reprennent cette même idée (p.ex. : Fornäs et al., 2002: 23-24), où d'« actifs créateurs de messages » procédant par « dialogues actifs » créent ensemble une « forte

interactivité » (Liu, Shrum, 2002: 61). Rafaeli franchit un pas supplémentaire en rapprochant interactivité et activité sans recourir à la figure de l'utilisateur. Selon lui, l'interactivité évoque la « qualité active » des communications médiatisées par la technologie (Rafaeli, 1988 : 116). Elle doit donc être conceptualisée de manière immanente. Il s'agit de se demander comment l'interactivité devient active, ce qui revient à poser le problème de l'interactivité à partir de l'idée d'échange entre différentes « structures de relations » (Balpe, 1997: 19-20). Nous approfondissons cette idée en recourant au concept de communication de Luhmann, dont nous considérerons la portée et les limites pour analyser les deux problèmes du caractère relationnel de l'interactivité et du caractère du relationnel généré par l'interactivité.

16h35 – 16h55

### **Etudier la notion de l'interactivité**

Geneviève VIDAL, LabSIC, Université de Paris 13 Nord, France

Etudier une notion telle que l'interactivité conduit à opter pour une posture multi-disciplinaire. En effet, les cadres théoriques sont fort différents selon les disciplines. La sociologie des usages des technologies de la communication travaille sur les rapports sociaux médiatisés par ordinateur. Cette problématique rejoint celle de l'informatisation de la société. Dans une perspective critique, est analysée la confusion entre interaction et interactivité. En sciences de l'information et de la communication (SIC), des chercheurs travaillent sur les usages sociaux des dispositifs interactifs, en adoptant des démarches micro-sociologiques. Mais ils empruntent aussi aux sciences cognitives pour se centrer sur l'ergonomie des interfaces humains-machines. L'apport des recherches en informatique, sur le traitement automatique des données, les agents dits intelligents pour faire évoluer les systèmes selon les utilisateurs, est également important, tout comme celui des analyses socio-économiques sur les enjeux des modèles industriels de la communication (informatique et télécommunications). Les chercheurs en SIC puisent encore dans les travaux socio-politiques centrés sur le lien entre démocratie et communication, et dans les approches esthétiques et sémiologiques. Cette communication vise à examiner les différents emprunts théoriques, conceptuels et méthodologiques pour analyser la notion de l'interactivité au sein des SIC, témoignant de son caractère interdisciplinaire.

16h55 – 17h10 Pause

17h10 – 17h30

### **Repenser la question du rôle des médias dans notre quotidien : l'apport de la sociologie de la médiation aux études en communication**

Dominique MEUNIER, Département de communication, Université de Montréal, Québec, Canada

Cette présentation questionne la manière dont les chercheurs en communication ont pensé jusqu'ici les liens entre les individus et les médias et propose une approche sociologique de la médiation qui permet de sortir des modèles explicatifs classiques. D'une part, dans ce qui est l'un des pôles d'une oscillation, les chercheurs mettent l'accent sur les médias et leur attribuent une puissance et des effets plus ou moins subtils mais bien présents, déclinés à des degrés divers. D'autre part, à l'autre extrême de l'oscillation, les travaux portent sur différents auditoires devenus plus actifs, mais contraints par des déterminants sociaux. Entre ces deux pôles, se conjugue une gamme de positions intermédiaires, dans lesquelles chaque pôle vient relativiser (pour ne pas dire diluer) la force et le pouvoir de l'autre. Mais quelle que soit la position adoptée, la relation en elle-même, dans ce qu'elle peut avoir de dynamique, reste impensée et ne permet guère de mieux comprendre les processus en jeu. Nous montrerons en quoi une approche de la médiation permet de sortir de cette impasse, en faisant de cette oscillation l'objet même de l'analyse. Pour appuyer nos propos, nous prendrons des résultats issus d'une recherche sur la question récurrente et non résolue de la violence à la télévision, afin de montrer en quoi une telle approche permet d'apporter un regard



nouveau sur cette question et, plus largement, de nouvelles pistes de recherche dans le champs des études sur les médias.

17h30 – 17h50

### **Approche philosophique et socio-communicationnelle d'Internet**

Patrick J. BRUNET, Département de communication, Université d'Ottawa, Ontario, Canada

Si la sociologie se définit comme la science de la réalité sociale dans son ensemble et la communication comme la science des échanges et des rapports humains, en quoi l'approche philosophique peut-elle contribuer à éclairer leurs liens, distinctions et apports mutuels, mais aussi leurs limites ? La vision sociologique met l'accent sur l'analyse des faits sociaux alors que l'approche communicationnelle porte davantage sur la notion d'interaction. Les notions d'imaginaire social ou d'échanges symboliques, par exemple, relèvent-elles de la sociologie ou de la communication ou appartiennent-elles à la philosophie sociale ou à la philosophie de la communication, laquelle jette un regard à la fois normatif et axiologique sur les réalités communicationnelles ? Des éléments de réponse sont apportés à partir d'une étude des usages d'Internet. Dans ce cadre, l'espace collectif d'Internet est défini comme la scène où se joue sur le mode universel la comédie humaine par le jeu de l'échange et de la collecte d'informations, par le bavardage et le contact fantasmatique, par la consultation citoyenne et le sondage marchand, par la recherche scientifique ou pseudo-scientifique, enfin par l'exhibitionnisme, le voyeurisme et la mise en spectacle du privé où, virtuellement, image et imaginaire se confondent. Ces pratiques soulèvent des questions éthiques qu'il convient d'appréhender à partir d'une approche pluridisciplinaire.

17h50 – 18h10

### **Critères de choix des outils méthodologiques en sociologie de la communication**

Zeineb TOUATI BEN ALI, Laboratoire CD&PIC, Université de Grenoble 3 Stendhal, France

18h50 – 19h10

En étudiant le rôle des moyens de communication dans la construction des représentations sociales, nous avons été confrontés à une tâche difficile, d'une délicatesse et d'une complexité imprévues, à savoir le choix des outils méthodologiques à utiliser. Le concept de représentations sociales relève des sciences humaines et des sciences sociales. Il se situe à un carrefour entre la sociologie, les sciences de la communication, la psychologie sociale et la psychanalyse ; d'où la difficulté à déterminer la méthodologie à adopter pour répondre à notre problématique. Il nous a été difficile de déceler les outils les plus adaptés à notre terrain de recherche et à la discipline des sciences de la communication. Nous avons procédé par élimination en mettant de côté ce qui était valable pour la psychologie sociale et pour la psychanalyse et qui ne pouvait être appliqué en sciences de la communication. Nous avons par la suite dû combiner différents outils méthodologiques quantitatifs et qualitatifs utilisés en sociologie, et en science de la communication. C'est cette combinaison (que nous développerons dans le cadre de cette intervention) qui nous a aidé partiellement à répondre à notre problématique. Ce choix est directement lié au type du sujet étudié et imposé surtout par la nature même de la discipline. Toutefois la question de la détermination des problématiques à poser et du choix des outils méthodologiques à appliquer en sociologie de la communication reste d'actualité et ouvre une grande porte dans le domaine de la recherche.

18h10 – 18h30

### **Communication Internationale : effets et perspectives**

Gloria BIGOT-LEGROS, Université de Rennes 2 Haute-Bretagne

La mondialisation de la communication liée au développement des Technologies de l'Information et de la Communication occulte la politique de communication internationale des Etats-Unis. La communication

internationale en tant que domaine d'études et de recherche est née en 1953 dans le cadre de la doctrine d'« endiguement » du communisme dans le monde. Elle a été pensée dans la logique et les intérêts des États-Unis par des politologues, des sociologues, des spécialistes de la communication de masse. Très peu analysée par les sociologues français, elle mérite d'être interrogée dans les enjeux et débats auxquels elle a été confrontée jusqu'ici, dans son organisation et dans ses effets. Hier, le statut de la communication internationale se constituait autour de la division Est/ Ouest et des idées de démocratie, de liberté et de sécurité; aujourd'hui, dans le cadre de l'espace européen, il s'articule autour des notions de « vieille » et « nouvelle Europe » et sur des antagonismes réels ou fabriqués. Notre intervention porte sur les effets de la Communication Internationale au lendemain de la chute du mur et à l'heure de la mondialisation. Nous allons tenter d'expliquer -- en prenant en compte les mutations de l'Histoire politique et les impératifs futurs -- comment la chute du mur, permettant une continuité spatiale en Europe, a pu créer un nouveau clivage d'ordre psychologique et politique entre la « vieille » et la « nouvelle Europe », à l'évidence, favorable aux États-Unis d'Amérique.

**18h30 Fin de la séance**

## **Mercredi 07 juillet 2004**

### **Séance 8 : Internet au service de l'innovation sociopolitique ?**

14h00 – 15h20, Salle 309

Présidence : Fanny CARMAGNAT, Recherche et développement, France Télécom

14h00 – 14h20

#### **Internet : entre espaces publics fragmentés et univers politiques pluriels.**

Sophie FALGUÈRES, Université de Paris 3 Sorbonne-Nouvelle, France

Même si les partis politiques et syndicats souffrent d'un manque cruel de militants, que les taux d'abstention atteignent des records sans précédents (sauf exception), il semble trop hâtif de conclure que les français se désintéressent définitivement de la politique. Sans rentrer dans un déterminisme technique - internet ne va pas sauver la politique de tous ses maux -- nous pensons que le réseau peut amener de nouvelles formes de participation politique. Pour vérifier cette hypothèse, nous avons choisi d'étudier les forums de discussion traitant de politique présents sur les sites web de journaux quotidiens nationaux tels que *Le Monde*, *Libération* et *Le Figaro*, nous les considérons comme des espaces publics fragmentés. La discussion apparaît comme une modalité de la participation politique qui demande une attention minimale à la chose publique, peu d'investissement personnel. Elle correspond aux nouvelles exigences de l'engagement auxquelles internet répond tout à fait. De plus, nous pensons que c'est à travers les interactions médiatisées que pourront émerger de nouvelles formes de participation à l'espace public. En réunissant des individus à la culture politique, aux connaissances, compétences et intentions distinctes, ces forums vont pouvoir contribuer à la construction d'univers politico-culturels variés. L'enjeu sera alors de savoir quelles seront les relations entre les internautes appartenant à des univers différents.

14h20 – 14h40

#### **La dynamique des débats électroniques : l'exemple des forums municipaux du grand Sud-Ouest de la France**

Stéphanie WOJCIK, Université de Toulouse 1 Sciences sociales, France

Dans un contexte où l'efficacité et la légitimité de l'action publique réclameraient une participation accrue des citoyens aux décisions, les possibilités de diffusion de l'information et les qualités d'interactivité d'Internet conduisent à penser ce média comme favorisant des formes d'interaction politique et de participation. Dans les municipalités françaises, la création sur leur site internet de forums permet de repenser un des moments du processus démocratique, le débat, à travers ses modalités électroniques. Nous proposons d'examiner les usages de ce dispositif par les internautes. D'abord, l'examen du contenu et du dynamisme des échanges sur les forums nous renseigne sur le caractère délibératif des discussions auxquelles le forum donne lieu. Ensuite, la représentativité des participants et leur compétence à débattre constituent un signe fort du caractère démocratique de ce dispositif. Enfin la prise en compte des échanges électroniques par les responsables municipaux permet d'observer la manière dont la discussion collective peut éventuellement s'articuler avec la décision politique. A partir de notre recherche, initiée en 1999, sur les sites municipaux d'Aquitaine, du Languedoc-Roussillon et de Midi-Pyrénées, sera examiné plus particulièrement le dynamisme des échanges sur huit forums. Notre analyse se nourrira d'une comparaison avec le fonctionnement des conseils de quartier et de plusieurs forums consultés en 2002 sur les sites Internet de villes françaises.

14h40 – 15h00

#### **L'apport des NTIC dans l'émergence et le débat des questions environnementales : l'exemple des rejets polluants**

Akila NEDJAR, Laboratoire Communication et politique (CNRS), Paris, France

Il est nécessaire d'analyser la construction et la circulation des discours environnementaux tels qu'ils se développent autour et à partir des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Il s'agit d'analyser la rhétorique des acteurs, leur stratégie d'énonciation et de publicisation de la question environnementale sous un plan scientifique notamment. Grâce à une cartographie en cours de sites Web, nous nous demanderons dans quelle mesure les NTIC modifient ou renforcent le processus de formalisation, de publicisation et de discussion d'un sujet environnemental qui est celui des rejets polluants pris en charge par les médias classiques. En janvier 2003 à Dijon, nous avons déjà présenté des travaux portant sur la rhétorique environnementale des journaux des médias traditionnels tels que la presse écrite et la télévision et dans le cas de ce congrès nous souhaitons mettre en évidence l'apport des NTIC dans l'émergence et le débat dans l'espace public des questions environnementales telles que celle des rejets des polluants.

15h00 – 15h20

### **Le champ social et discursif des ONG dans l'Internet**

Jairo FERREIRA, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Rio Grande do Sul, Brésil

La communication doit présenter une recherche sur la présence des ONGs dans l'internet, dans des sites signés par celles-ci. Nous cherchons une réponse à la question suivante : comment les différentes dispositions discursives des ONGs dans l'internet se rapportent-elles avec les positions que ces agences des mouvements sociaux occupent dans les grands marchés et champs sociaux contemporains (l'économique, le politique et le culturel) ? Cette interrogation rejoint une question théorique que nous voulons résoudre, à travers l'investigation, en mettant en parallèle le discours sur les médias fait par Bourdieu dans *Sur la Télévision* et *L'emprise du journalisme* et une recherche expérimentale articulée à partir de la méthode développée par celui-ci dans *La distinction*. Notre hypothèse est qu'une analyse des médias à partir de la méthode expérimentale de Bourdieu déplace le lieu des médias, différemment de ce qu'affirme cet auteur dans *Sur la Télévision* et *L'emprise du journalisme*. Pour vérifier cette hypothèse, nous suggérons des mouvements autour de trois axes méthodologiques. D'abord, tracer le plan des dispositions discursives. Deuxièmement, regrouper les ONGs en plusieurs ensembles de capitaux incorporés. Troisièmement, explorer les corrélations entre les dispositions discursives et les regroupements institutionnels.

**15h20 Fin de la séance**

**Mercredi 07 juillet 2004**

**Séance 9 : Communication organisationnelle et interpersonnelle**

16h00 – 17h20, Salle 309

Présidence : Luc BONNEVILLE, Université d'Ottawa

16h00 – 16h20

**La culture d'entreprise : vecteur essentiel de communication**

Mohand RENAI, Institut des sciences de la communication et d'éducation d'Angers (ISCEA) et Université Catholique de l'Ouest, France

Nous considérons l'entreprise comme une forme particulière d'organisation.. C'est dans cette optique que nous tenterons de savoir : 1- comment des individus d'origines différentes à la fois sur le plan formation,savoir, compétences et ambitions peuvent intégrer voire se « soumettre » à ce que les managers appellent " l'esprit maison" ? 2- quels sont les éléments déterminants de la culture d'entreprise et leurs effets sur l'imaginaire organisationnel et les productions symboliques ? Nous nous baserons sur un cas d'un grand groupe industriel que nous avons étudié pour montrer que la culture d'entreprise joue le rôle de vecteur de communication.

16h20 – 16h40

**Les enjeux éthiques et communicationnels du knowledge management (KM) : au-delà des justifications économiques de la société de l'information**

Jean ROBILLARD, Télé-université, Université du Québec, Québec, Canada

La prémisse principale du KM dit que les connaissances caractérisent l'économie moderne. Or, avec la mondialisation, la concurrence s'est accrue : l'organisation doit alors exploiter la ressource cognitive efficacement afin de demeurer compétitive. Quelle est la signification de cette affirmation essentialiste visant la mise en œuvre du KM au sein des organisations ? 1/ Il existe à cet effet un cadre sémantique général qui associe différentes notions telles que : « société de l'information », « économie du savoir », « ère de l'information ». Ce cadre est déterminé par un constituant principal qui en guide l'interprétation, soit celui de « globalisation des échanges », ou d'autres expressions qui lui sont synonymes. 2/ Le déterminisme de la technique et des connaissances sur le développement social, et l'immatérialité de ses productions (services) caractérisent l'économie moderne. Or, les échanges requièrent néanmoins un support matériel et c'est pourquoi les TIC conditionnent l'avènement de la « société de l'information » ou de l' « économie du savoir ». Le KM joue alors le rôle de vecteur du développement socio-économique. Ma critique comporte deux parties. La première rend compte du KM à partir de trois éléments fondamentaux du concept : sa structure logique, son modèle organisationnel et technologique et sa théorie de la connaissance. La deuxième aborde la question de ses justifications économiques et les enjeux éthiques qu'elles recèlent.

16h40 – 17h00

**Les communications d'action et d'utilité publiques**

Vincent MEYER, Centre de recherche sur les médias (CREM), Université de Metz, France

On propose de présenter les développements actuels des Communications d'action et d'utilité publiques (CAUP). Celles-ci : - prennent acte d'une réalité de pratiques communicationnelles en train de se faire (e.g. campagnes de lutte, de recueil de dons, de prévention, de sensibilisation, d'éducation, de gestions des risques écologiques, sanitaires...) ; - permettent de regrouper des travaux dans une unité thématique

propice au développement de la communication des organisations. Les CAUP instrumentalisent la construction et l'évolution des productions de solidarité (familiale, associative, entrepreneuriale...) et participent de l'évolution des dispositifs de politique sociale au niveau national et international. Les CAUP sont des terrains propices pour la recherche en sciences humaines et sociales, à une époque où il est proclamé la nécessité, pour reprendre une formule de Serge Proulx, de « réinventer des solidarités citoyennes dans la société mondiale de la communication ». On exposera d'abord les traductions savantes et profanes, les concepts et les catégories d'analyse des CAUP. Puis, on insistera sur la dimension méthodologique car étudier cette forme de communication demande des outils méthodologiques originaux pour l'étude des pratiques concrètes dans les organisations. On expliquera pourquoi nous privilégions les démarches inductives et les méthodes qualitatives et plus spécifiquement les méthodologies projectives et participatives appliquées aux enquêtes de terrain.

17h00 – 17h20

**Approche réflexive de l'étudiant en recherche d'emploi et communication du projet professionnel : apports d'enseignements en sociologie de la communication**

Béatrice GALINON-MELENEC, Département information communication, Université du Havre, France

La présentation du projet professionnel constitue un apport décisif de la communication entre le diplômé et l'organisation qui souhaite l'employer. Or, Se pro-jeter suppose d'avoir précisé l'identité de celui qui se projette et celle du champ professionnel visé. Ainsi, l'orientation correcte dans l'espace social apparaît comme un paramètre essentiel de la stratégie de l'étudiant et une communication fluide comme la trace de l'intersection d'espaces communs aux deux personnes en présence. Dans cette approche, la communication apparaît comme la rencontre d'individus dont les pratiques portent les traces de structures inconscientes, structurées par une histoire individuelle où se mêlent intimement l'individu et le social. En dévoilant aux étudiants des organisateurs cachés de communication, nous les sensibilisons au fait que chaque individu dispose de règles d'interprétation du monde qui sont à la fois purement individuelles et fruit de mécanismes interactionnels qui imposent de dépasser le clivage individu/social. Les concepts de sociologie qui exposent comment s'engendre chez des individus une forme de consensus dans les jugements de goût et les pratiques ou le fonctionnement des champs professionnels viennent ainsi en appui de l'analyse de situations de communication micro situationnelles, en particulier celle du recrutement.

**17h20 Fin de la séance**

## **Mercredi 07 juillet 2004**

### **Séance 10 : Regards sur la télévision et autres**

17h40 – 19h00, Salle 309

Présidence : Sylvie JOCHEMS, Université du Québec à Chicoutimi (UQAC)

17h40 – 18h00

#### **Les rituels télévisés : pour une anthropologie des médias**

Chryssoula CONSTANTOPOULOU, Département d'informatique appliquée, Université de Macédoine, Grèce

Les analyses du phénomène télévisuel ont souvent souligné le « processus de ritualisation » dont il est affecté. Les sociétés modernes privilégient des cérémonies de présentation dont la construction consiste à souligner certains processus ou certains événements perçus comme emblématiques du fonctionnement des institutions et à célébrer les normes qui les sous-tendent (par la simplification du commentaire qu'elles proposent sur la société qui les produit, en « coup de projecteur »). La complexité des grandes cérémonies télévisées comporte aussi une dramaturgie cohérente qui se diversifie en trois grands types de scénarios (Katz, Dayan 1986) : « couronnement », « confrontations » et « conquêtes ». La problématique de cette proposition de communication concerne les « traits anthropologiques » de la communication de masse de nos jours et la question de trouver une méthodologie d'analyse pertinente.

18h00 – 18h20

#### **TV locale et TV numérique terrestre (TNT). Le cas de Télé Toulouse**

Catherine GHOSN, Institut universitaire de technologie (IUT) de Toulouse, France

La TV locale en France conforte son ancrage dans le lieu citoyen et joue d'autant mieux son rôle de proximité qu'elle agit dans un contexte audiovisuel où les programmes s'internationalisent de plus en plus. Les projets de lancement de chaînes locales augmentent, confortés parallèlement par de récentes créations. Soit en tout 8 chaînes locales privées hertziennes terrestres qui émettent actuellement en France, et 13 outre-mer. Cependant, la France ne connaît pas la même croissance ni le même bilan que d'autres pays, et se heurte à des problèmes d'ordre historique, réglementaire et financier. Historiquement, la TV en France s'inscrit dans une diffusion nationale, et le local reste à l'initiative de projets particuliers, ou depuis quelques années, par les décrochages (M6, FR3). Du point de vue réglementaire, les fréquences hertziennes accordées aux TV locales sont peu nombreuses, et restent contraignantes. Le secteur de la distribution interdit à la TV handicape la TV locale. Par conséquent, quelle place va pouvoir occuper la TV locale -- et dans quelles conditions -- avec le projet de la TNT dont le démarrage est prévu cette année ? La TNT offrirait 16 services nationaux gratuits, 15 payants, et 8 chaînes accordées au service public. Quelles sont les parts accordées au local, et avec quelles garanties ? Des préoccupations d'ordre financier et technique ressortent. Cette étude est illustrée du cas de Télé Toulouse, chaîne locale concernée par le vaste chantier de la TNT.

18h20 – 18h40

#### **La fiction télévisée et l'image d'un métier : le cas de « L'Insti »**

Lionel GOURAUD, Centre interdisciplinaire de recherches urbaines et sociologiques (CIRUS) – Centre d'études des rationalités et des savoirs (CERS), Université de Toulouse 2 Le Mirail, France

L'objet de cette communication porte l'image de l'instituteur se dégageant de la série télévisée « L'Instit » diffusée sur la chaîne publique France 2. Le personnage principal de la série télévisée, Victor Novak (interprété par le comédien Gérard Klein), instituteur remplaçant et itinérant, héritier des grandes images archétypales des héros de fictions, présente la fonction de l'enseignant du premier degré sous un angle particulier qui enthousiasme ou qui agace selon les cas. Au sein de cette production audiovisuelle, l'institution scolaire investit des moyens (financiers mais aussi symboliques) pour la promotion de ce métier naguère en crise. Parallèlement, des créateurs d'images, inventeurs d'histoires, répondent, de façon inconsciente ou non, à une certaine attente sociale. En conjuguant ces deux dimensions de l'objet, nous souhaitons montrer le rôle joué par cette série télévisée grand public dans la construction d'une certaine image du « maître d'école », et dans quelle mesure cette représentation modifie ou non les rapports entre cette profession et son public, tout en posant la question de « l'utilité » professionnelle d'une telle image. « L'Instit » n'est pas un acte gratuit et remplit un certain nombre de fonctions qui servent à la fois les créateurs de la série mais également, de manière plus inattendue, le politique.

18h40– 19h00

### **L'image dans la musique : entre intégration et détournement**

Vincent ROUZÉ, Institut Français de Presse (IFP), Université de Paris 2 Assas, France

L'objet de cette communication porte sur la musique et plus particulièrement sur une situation paradoxale : la valorisation du visuel par la musique. Qu'il s'agisse des lieux publics ou encore de la publicité, les musiques et/ou leurs paroles sont choisies pour créer et/ou renforcer une image symbolique: l'image de marque. Plus commentée que réellement analysée, cette situation invite à en reposer les enjeux sociaux et théoriques. Est-ce une négation du sonore au profit du visuel marquant ainsi le primat de l'œil sur l'ouïe ? Au contraire, est-on ici dans cette logique de flux consistant à « ne pas ne pas communiquer » et où le support visuel ne suffirait plus ? Cette pratique « communicationnelle » témoigne-t-elle d'une volonté d'intégrer toute production culturelle dans un cadre économique et marchand ? Pour tenter de répondre à ces questions, nous proposons de ne pas enfermer la musique dans la dualité qui consiste à adopter tantôt une perspective esthétique (musicologie), tantôt une perspective sociale (sociologie) mais plutôt de l'envisager à partir d'une posture pragmatique afin de faire apparaître les médiations en jeu. Les rapports entretenus entre l'image et la musique ne seront pas uniquement liés à la structure musicale, à la culture, aux structures économiques, à son contexte de production et d'écoute mais à la conjonction de toutes ces histoires individuelles et collectives.

**19h00 Fin de la séance**



**Jeudi 08 avril 2004**

**Séance 11 : Réunion du GT**

14h00 – 15h00, Salle 309 ou salle 310

**À noter au sujet du lieu et des salles pour le GT 13**

Toutes les interventions effectuées dans le cadre du GT 13 auront lieu à l'Université François Rabelais sur le site des Tanneurs (TAN), site principal du congrès. Celui-ci est situé entre le Centre ville historique et la Loire au 3, rue des Tanneurs.

Nous disposerons des salles 309 et 310.

La salle 309 est équipée d'une prise réseau, d'un rétroprojecteur et d'un vidéoprojecteur.

La salle 310 est équipée d'un écran, d'un téléviseur, d'un rétroprojecteur et d'un vidéoprojecteur.

## Liste des intervenants et intervenantes

AUBERT Aurélie, Université de Paris 3 Sorbonne Nouvelle, France, aurel.aubert@wanadoo.fr

BAREILLE Christophe, LabSIC, Université de Paris 13 Nord, France, christophe.bareille@sicgay.net

BERJOAN Thomas, Centre de politologie de Lyon (CERIEP), Institut d'études politiques de Lyon, Université de Lyon 2 Lumière, France, thomas.berjoan@free.fr

BERNIER Christiane, Département de sociologie, Université Laurentienne, Sudbury, Ontario, Canada, cbernier@laurentienne.ca

BERNIER Marc-François, Groupe de recherche Pratiques novatrices en communication publiques (PNCP) et Département de communication, Université d'Ottawa, Ontario, Canada, mbernier@uottawa.ca

BIGOT-LEGROS Gloria, Université de Rennes 2 Haute-Bretagne, gloria.bigot-legros@wanadoo.fr

BONNEVILLE Luc, Groupe de recherche interuniversitaire et interdisciplinaire sur la communication et l'information (GRICIS) et département de communication, Université d'Ottawa, Ontario, Canada, luc.bonneville@uottawa.ca

BOUQUILLION Philippe, Maison des Sciences de l'Homme Paris-Nord, Groupe de recherche sur les enjeux de la communication (GRESEC) et Université de Paris 8, France, p.bouquillion@libertysurf.fr

BRUNEL Jean, Centre d'étude et de recherche en information et communication (CERIC), Université de Montpellier 3 Paul Valéry, France, jean-brunel@wanadoo.fr

BRUNET Patrick J., Département de communication, Université d'Ottawa, Ontario, Canada, pbrunet@uottawa.ca

CARMAGNAT Fanny, Laboratoire Usages, créativité, ergonomie (UCE), France Télécom Recherche et Développement, Issy-Les-Moulineaux, France, fanny.carmagnat@wanadoo.fr

CARRÉ Dominique, LabSIC, MSH Paris Nord et Université de Paris 13 Nord, France, d-carre@sic.univ-paris13.fr

CONSTANTOPOULOU Chryssoula, Département d'informatique appliquée, Université de Macédoine, Grèce, konstant@uom.gr

CONVERT Bernard, Institut Fédératif de Recherche sur les économies et les sociétés industrielles (IFRESI), Université de Lille 1, France

COSSALTER Elisabeth, Équipe de recherche sur les systèmes d'information et de communication des organisations et sur les médias (ERSICOM), Université de Lyon 3 Jean Moulin, France

CRAIPEAU Sylvie, Institut National des Télécommunications (INT), Évry, France, Sylvie.Craipeau@int-evry.fr

DAVID Bruno, Laboratoire d'études et de recherches appliquées en sciences sociales (LERASS), Université de Toulouse 3 Paul Sabatier, France, bruno.david1@wanadoo.fr

DEMAILLY Lise, CLERSE/Institut Fédératif de Recherche sur les économies et les sociétés industrielles (IFRESI), Université de Lille 1, France, demailly@ifresi.univ-lille1.fr

DESQUINABO Nicolas, Université de Paris 3 Sorbonne Nouvelle, France, deski@wanadoo.fr

DESSINGES Catherine, Équipe de recherche sur les systèmes d'information et de communication des organisations et sur les médias (ERSICOM), Université de Lyon 3 Jean Moulin, France, catherine.dessinges@wanadoo.fr

DUBEY Gérard, Institut national des Télécommunications (INT), Évry, France, gerard.dubey@int-evry.fr

FALGUÈRES Sophie, Université de Paris 3 Sorbonne-Nouvelle, France, sophie.falgueres@noos.fr

FERREIRA Jairo, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Rio Grande do Sul, Brésil, ferreira@netu.unisinos.br

FIGEAC Julien, Université de Toulouse 2 Le Mirail, France, julien.figeac@free.fr

FLORIS Bernard, Université de Grenoble 3 Stendhal, France, roflis@wanadoo.fr

GALINON-MELENEC Béatrice, Département information communication, Université du Havre, France, galinonb@univ-le.havre.fr, galinon@free.fr

GEORGE Éric, Groupe de recherche interuniversitaire et interdisciplinaire sur la communication et l'information (GRICIS) et département de communication, Université d'Ottawa, Ontario, Canada, eric.george@uottawa.ca

GHOSN Catherine, Institut universitaire de technologie (IUT) de Toulouse, France, catherine.ghosn@iut-tlse3.fr

GOURAUD Lionel, Centre interdisciplinaire de recherches urbaines et sociologiques (CIRUS) – Centre d'études des rationalités et des savoirs (CERS), Université de Toulouse 2 Le Mirail, France, lgouraud@aol.com

HARE Isabelle, Laboratoire Médias et Identités, Université de Lyon 2 Lumière, France, isabellehare@wanadoo.fr

JACQUES Emmanuelle, Centre d'étude et de recherche en information et communication (CERIC), Université de Montpellier 3 Paul Valéry, France et Université du Québec à Montréal, Québec, Canada, emmanuelle.jacques@univ-montp3.fr

JAURÉGUIBERRY Francis, Institut de recherche sur les sociétés et l'aménagement (IRSAM), Université de Pau, France, francis.jaureguiberry@univ-pau.fr

JEANNIN Hélène, Université de Paris 3 Sorbonne Nouvelle, France, helene.jeannin@free.fr

JOCHEMS Sylvie, Université du Québec à Chicoutimi (UQAC), Québec, Canada, sylvie\_jochems@uqac.ca

KESSOUS Emmanuel, Laboratoire Usages, créativité, ergonomie (UCE), France Telecom Recherche et Développement, Issy-Les-Moulineaux, France, emmanuel.kessous@francetelecom.com

KIYINDOU Alain, Université de Strasbourg 3 Robert Schuman, France, alain.kiyindou@urs.u-strasbg.fr

LAFLAMME Simon, Université Laurentienne, Sudbury, Ontario, Canada

LAFORTUNE Sylvie, Université Laurentienne, Sudbury, Ontario, Canada, slafortune@laurentienne.ca

LAVILLE Camille, Université de Paris 8, France et Université Laval, Québec, Canada, tamille1@yahoo.fr

LE DOUARIN Laurence, COSTECH, Université technologique de Compiègne (UTC) et Université de Paris 5 René Descartes, France, lledouarin@wanadoo.fr

LE FOURNIER Viviane, Centre d'études et de recherches techniques, organisation, pouvoir (CERTOP)-CNRS, Universités de Paris 8 et de Toulouse 2 Le Mirail, France, v.lefournier@wanadoo.fr

LEDUN Marin, France Télécom Recherche & Développement, Meylan, France, ledunm@yahoo.fr

MELIANI Valérie, Centre d'étude et de recherche en information et communication (CERIC), Université de Montpellier 3 Paul Valéry, France, valerie.meliani@univ-montp3.fr

MEUNIER Dominique, Département de communication, Université de Montréal, Québec, Canada, dominique.meunier@umontreal.ca

MEYER Vincent, Centre de recherche sur les médias (CREM), Université de Metz, France, Vincent.Meyer57@wanadoo.fr

MONTETY Caroline de, Groupe de recherches interdisciplinaires sur les processus d'information et de communication (GRIPIC), CELSA, Université de Paris 4 Sorbonne, France, caroline.demontety@free.fr

NEDJAR Akila, Laboratoire Communication et politique (CNRS), Paris, France, anedjar@free.fr

OLLIVIER-YANIV Caroline, Centre d'études des discours, images, textes, écrits et communications (CEDITEC), Université de Paris 12, France, yaniv@univ-paris12.fr

PAILLER Fred, Centre de Sociologie des Représentations et Pratiques Culturelles, Université de Grenoble 2, frederic.pailler@worldonline.fr

PAPILLOUD Christian Faculté de Sociologie, Université de Bielefeld, Rhénanie-du-Nord-Westphalie, Allemagne, scp727@t-online.de

PERRONET Alexandra, Université de Grenoble 3 Stendhal, France, alexandra.perronet@francetelecom.com, alexandra.perronet@rd.francetelecom.com

PROULX Serge, Groupe de recherche sur les usages et cultures médiatiques (GRM), Université du Québec à Montréal (UQAM), Québec, Canada, proulx.serge@uqam.ca

RENAI Mohand, Institut des sciences de la communication et d'éducation d'Angers (ISCEA) et Université Catholique de l'Ouest, France, mohand.renai@uco.fr,

ROBILLARD Jean, Télé-université, Université du Québec (TÉLUQ), Université du Québec, Québec, Canada, jean\_robillard@teluq.quebec.ca, jrobilla@teluq.quebec.ca

ROMEYER Hélène, UFR Sciences de la communication, Groupe de recherche sur les enjeux de la communication (GRESEC), Université de Grenoble 3 Stendhal, France, helene.romeyer@u-grenoble3.fr

ROUZÉ Vincent, Institut Français de Presse (IFP), Université de Paris 2 Assas, France, rouzev@club-internet.fr

RIVARD Maryse, Centre de documentation sur l'éducation des adultes et la condition féminine (CDÉACF), Montréal, Québec, Canada, rivard@cdeacf.ca

SÉNÉCAL Michel, Télé-université, Université du Québec (TÉLUQ), Québec, Canada, msenecal@teluq.quebec.ca

SZKOLNIK Sebastian, Université de Paris 8, France, sabetai@free.fr,

TAVERNIER Aurélie, Université de Lille 3 Charles de Gaulle, France, tavernier@univ-lille3.fr

TOUATI BEN ALI Zeineb, Laboratoire CD&PIC, Université de Grenoble 3 Stendhal, France, Z.touati@laposte.net

VELKOVSKA Julia, Laboratoire Usages, créativité, ergonomie (UCE), France Télécom Recherche et Développement, Issy-Les-Moulineaux, France, julia.velkovska@francetelecom.com

VIDAL Geneviève, LabSIC, Université de Paris 13 Nord, France, gvidal@sic.univ-paris13.fr

VILA-RAIMONDI Martine, ERSICOM, Équipe de recherche sur les systèmes d'information et de communication des organisations et sur les médias (ERSICOM), Université de Lyon 3 Jean Moulin, France

WOJCIK Stéphanie, Université de Toulouse 1 Sciences sociales, France, stephanie.wojcik@wanadoo.fr