

Tic et socialisation¹ : un défi majeur pour la communication à l'ère des Medias sociaux²

Ferdinand NGOUNGOULOU³

Introduction

Le triomphe des techniques ou de la technologie dans le rapprochement des hommes et des sociétés, a rendu plus visibles les différences culturelles, sociales et religieuses voire politiques en matière de communication. En effet, dans nos sociétés ouvertes, mondialisées, plus il y a d'informations, de techniques et de dispositifs, plus on réalise l'immense difficulté de l'intercompréhension entre les hommes, les sociétés et les civilisations. L'expression de « *mondialisation de la culture* » qui désigne la circulation des produits culturels à l'échelle du monde, suscite deux types de réactions. Les uns y voient les promesses d'une planète plus démocratique, unifiée par une culture universelle (c'est l'idée d'un village global)⁴. Les autres y perçoivent la cause d'une inéluctable perte d'identité. Le débat sur la mondialisation et son incidence sur les spécificités socioculturelles est rendu

¹ La socialisation est le processus d'intégration à la société, l'apprentissage de la vie de groupe. Les nouvelles technologies ont un rôle primordial à jouer dans la socialisation, en permettant d'élargir le cercle de contacts d'amis et connaissances. La socialisation se structure autour des TIC et en particulier des messageries instantanées, des SMS, des réseaux sociaux et des blogs.

² Les médias sociaux peuvent se définir comme « l'ensemble des plateformes en ligne créant une interaction sociale entre différents utilisateurs autour de contenu numériques (photos, textes, vidéos) et selon divers degrés d'affinités », tiré du livre de Antoine Dupin, *Communiquer sur les réseaux sociaux : guide pratique*, Paris, Editions FYP, 2011, p. 14.

³ Docteur, Chargé de Recherche CAMES en Communication, Directeur de la Bibliothèque Centrale de l'université Omar BONGO / Gabon.

⁴ Le village planétaire, ou village global (en anglais Global village), est une expression de Marshall Mc Luhan, tirée de son ouvrage *The Medium is the message* paru en 1967, pour qualifier les effets de la mondialisation, des médias et des techniques de l'information et de la communication.

difficile par l'équivoque sur les notions de *culture*⁵ et de *civilisation*⁶. Ces deux mots désignent cette « *totalité complexe qui comprend les connaissances, les croyances, les arts, les lois, la morale, la coutume, et toute autre capacité ou habitude acquise par l'homme en tant que membre de la société* »⁷.

En effet, il n'existe aucune culture-tradition qui ne soit rattachée à une société donnée, historiquement et géographiquement située. Une culture ne peut vivre ni se transmettre indépendamment de la société qui la nourrit. Réciproquement, il n'existe aucune société au monde qui ne possède sa propre culture. Ainsi toute culture est dite socialisée. Ainsi, la fin des distances géographiques et la croissance des distances culturelles constituent un enjeu social voire politique, car l'information et la communication ne sont pas seulement des processus techniques, elles sont également des valeurs fondamentales de l'émancipation des individus, c'est-à-dire qu'elles permettent aux individus et aux collectivités de se représenter, d'entrer en relation les uns avec les autres, et d'agir sur le monde⁸. Aussi, la révolution de l'information a-t-elle modifié considérablement les économies du XXIème siècle de la même manière que la révolution industrielle a orienté celle du XXème siècle. Nous notons l'avènement d'une ère nouvelle qui ouvre de vastes possibilités de communication entre les hommes, lesquels s'affranchissent des barrières du temps, de l'espace, etc.

⁵ Du latin *cultura*, culture qui dérive du verbe *colere*, habiter, cultiver, est l'ensemble des connaissances, des savoir-faire, des traditions, des coutumes, propres à un groupe humain, à une civilisation. La notion de la culture est une création anthropologique du XXème siècle. Elle est le lieu d'un interminable débat sur la place de l'universel et du particulier dans l'action et la pensée humaines.

⁶ Une *civilisation* est l'ensemble des caractéristiques spécifiques à une société, une région, un peuple, une nation, dans tous les domaines : sociaux, religieux, moraux, politiques, artistiques, intellectuels, scientifiques, techniques.

⁷ Définition d'Edward B.Tylor (1871), tirée de « Cultures: construction des identités », *Sciences humaines*, n° 110, novembre 2000.

⁸ La distance fait appel à l'utilisation des outils numériques et dans ce domaine une grande disparité dans les usages peut être observable. Les membres d'une équipe sont rarement au même niveau de maîtrise des outils de collaboration ou de communication à distance.

1- Culture et construction de l'identité

L'identification individuelle et collective par la culture a pour corollaire la production d'une altérité par rapport aux groupes dont la culture est différente. Le contact intercommunautaire suscite alors des réactions très diverses : idéalisation de l'autre, attrait de l'exotique, mais également mépris, incompréhension, rejet, pouvant déboucher sur la xénophobie (la haine de l'étranger). De tous temps, et en tous lieux, les individus ou les groupes humains ont toujours éprouvé le besoin de se construire une ou plusieurs identités. Ces identités ne sont ni pérennes, ni prédéterminées. Car, les individus comme les groupes humains ne sont pas tenus par une identité qui leur aurait été donnée à *priori* par l'histoire ou quelque observateur, *elle ne cesse de se construire et de se reconstruire*⁹. Dans cette optique, les pratiques de communication éclairent la construction du lien social¹⁰ de trois façons différentes : elles renforcent, en premier lieu, les logiques sociales existantes. Ainsi de la logique de régulation des activités humaines : la représentation d'un temps chronométré, maîtrisé, permet la coordination efficace des relations interindividuelles. Les pratiques de communication étudiées confirment, en deuxième lieu, les difficultés inhérentes à la construction de liens sociaux aussi riches mais complexes que sont les liens interculturels. D'ailleurs, l'une des complexités relatives aux liens sociaux interculturels tient à leur caractère multidimensionnel. Ainsi, toute interaction¹¹ entre individus de cultures différentes, par exemple, un européen avec un africain, un grand bourgeois avec un ouvrier, met forcément en jeu des différences en termes d'attentes de comportements et d'interprétation des gestes de l'autre¹². Les pratiques de communication numériques révèlent et impactent, en

⁹ Jean-Claude Ruano-Borbalan, *La construction de l'identité*, in Magazine Sciences Humaines, Disponible sur le site <http://www.yrub.com/psycho/psuid01.htm>, consulté le 23 octobre 2016.

¹⁰ Le lien social exprime la nature, la forme et la direction que prend, dans un environnement défini, l'échange entre individus, entre individu et groupe, entre groupes. Les moyens de communication de masse, caractérisés par l'unicité de l'émission et la multiplicité des réceptions, créent du lien social, le modifient ou le détruisent.

¹¹ Pour Edgar Morin, les interactions sont des « actions réciproques modifiant le comportement ou la nature des éléments, corps, objets, phénomènes en présence ou en influence ».

¹² La domination sociale et symbolique n'est jamais absente des rapports de communication : exprimer une opinion suppose qu'un certain nombre de conditions sont réunies.

troisième lieu, le mouvement d'individualisation de la société. Les technologies d'information communication numériques rendent possible une connexion permanente, en tout temps, en tout lieu et dans n'importe quelle situation. Cependant, toute la question est de savoir quelles sont les conséquences, du vivre ensemble, de cette connexion (potentiellement) permanente de chacun à ses différents cercles relationnels ? Pour beaucoup, la crainte vient de l'influence que les TIC peuvent aujourd'hui avoir sur l'opinion, les attitudes et les comportements. Il est bien certain que les liens sociaux tissés par les médias de masse (radio, télévision, Internet) ne sont pas du même type que ceux tissés autour d'une table, en famille. Même si la radio n'est pas la télévision, le réseau informatique n'est pas la presse écrite, etc. De toute évidence, la communication joue sur la proximité et la distance. Ainsi, la notion d'espace social dessiné par Jürgen Habermas¹³ repose sur la rationalité (distanciation du réel) et prend la forme du débat (proximité des interlocuteurs) : les liens sociaux reposent sur les convenances entre individus à la quête d'un consensus.

Si nous prenons un média comme la télévision, l'espace social représenté, joue sur l'affectivité (proximité des émotions) et prend la forme du spectacle (distance entre scène et public). Dans ce sens, les liens sociaux correspondent à des identités communes entre individus formant le public ou des publics. Celui suscité par les réseaux informatiques par exemple, s'organise autour de la quête d'information (par la navigation) sous la forme d'échange médiatisé (par connexion), créant des liens de connivence entre individus désirant partager les mêmes objets de connaissance. Aujourd'hui, un grand nombre de techniques permettent la diffusion de messages auprès d'une certaine audience, notamment en ce qui concerne l'être humain (communication interpersonnelle, groupale...), mais aussi l'animal, la plante (communication intra- ou inter- espèces) ou la machine (télécommunications, nouvelles technologies...), ainsi que leurs hybrides : homme-animal, hommes-

¹³ Selon Jürgen Habermas, l'espace social se définit comme « Un ensemble de personnes privées rassemblées pour discuter des questions d'intérêt commun. A l'origine de la réflexion sur l'espace public, on retrouve la notion d'opinion publique, dans laquelle l'intérêt général se forme dans le dialogue des « maîtres ». C'est-à-dire l'influence qu'ont les rapports de domination entre les classes sur la formation de l'intérêt commun. Habermas met l'accent sur la communication au sein de l'espace public, et sur la subjectivité des éléments (interprétations, aspirations) qui contribuent à la construction de l'intérêt commun.

technologies, etc. A travers cet article, nous étudions la communication à la fois sous l'angle de l'interaction homme-machine que celui des processus psychiques de transmission d'information et des connaissances (avec l'appui des sciences cognitives). En guise de rappel, la communication reste un système complexe qui prend en compte tout ce qui se passe lorsque des individus entrent en interaction à travers des processus *cognitifs* et *affectifs*, mais aussi se préoccupe de la nécessité de donner du sens à la multitude d'informations transmises.

2- La socialisation à travers Internet

D'entrée de jeu, la question que l'on se pose est qu'en est-il vraiment du lien social, de la sociabilité¹⁴, de la socialisation lorsque nous parlons d'Internet ? Doit-on considérer les outils numériques comme isolants ou socialisants ? Bénéfiques ou néfastes ? Le succès récent des réseaux sociaux ou, dit autrement, le besoin d'être connecté à d'autres en permanence, est-il le résultat de cet isolement informatique ? Toutes ces interrogations permettent de déterminer si Internet et les réseaux sociaux (facebook, twitter, whatsapp...) permettent un développement de la « sociabilité »¹⁵. En effet, la « sociabilité » désigne l'« *aptitude à vivre en société* »¹⁶. Elle renvoie à une relation de l'individu avec d'autres individus, lequel est « *Capable de vivre en association permanente et paisible avec ses semblables* ». Plus que d'être en relation, il semble qu'un individu « sociable » « *manifeste la faculté d'entretenir de bonnes relations humaines* »¹⁷. L'adjectif « sociable » évoque un caractère plutôt « qualitatif » : « *Qui est capable de relations humaines*

¹⁴ Georg Simmel, définit la sociabilité comme « la base ludique de la socialisation » : elle correspond à l'ensemble des échanges d'un individu avec sa famille, ses amis, ses collègues de travail, ses voisins... Toutes ces relations constituent son « capital social », tiré de *La sociologie de Georg Simmel* (1908), Paris, PUF, 2002.

¹⁵ Yves Collard, « Réseaux sociaux, espaces publics comme les autres ? », *Média Animation*, 2012, Disponible sur http://www.media-animation.be/Reseaux_sociaux-espaces-publics.html, Consulté le 15 janvier 2016.

¹⁶ Le Nouveau Petit Robert, 2015, p. 459.

¹⁷ Antonio Casilli A., *Les liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité ?*, Paris : Le Seuil, Coll. La couleur des idées, 2010, p.23.

aimables, recherche la compagnie, le commerce des semblables : accommodant, agréable, aimable »¹⁸.

Précisons que dans la littérature sociologique, on aborde la sociabilité sous plusieurs formes. Dans un premier temps, on distingue la sociabilité extérieure (amis, connaissances) de la sociabilité intérieure (conjoint, enfants). Comme par exemple, la sociabilité féminine qui est différenciée de la sociabilité masculine. Or, sur les espaces de discussion du Net, où le locuteur est caché, plusieurs conditions latentes d'accès à l'opinion sont a priori levées. Les signes de l'identité du locuteur peuvent y être l'objet de toutes sortes de manipulation. En d'autres termes, le cadre d'interactions *blanchit les identités*, faisant converser des « personnages » sans marqueurs sociaux ou d'ethnie, sans accent, sans profession, dont le nom et le genre peuvent être fictifs. La manipulation des identités est rendue possible par l'absence de corps. Avec la présence des outils numériques, nous sommes aujourd'hui dans un autre type de socialisation : « *les médias sociaux ouvrent des opportunités vers de nouveaux modèles d'amitiés, d'intimité et de communauté* »¹⁹. A travers Internet, la socialisation se déplace, prend une autre forme et n'en n'est pas nécessairement réduite ou appauvrie : « *Internet n'annule pas la sociabilité de ses utilisateurs. Il la reconfigure* ». Nous l'avons vu, Internet répondrait même à un besoin de socialisation de la part d'individus esseulés voulant se sentir dans une communauté : « *cette sociabilité à distance constituerait, dans un certain nombre de situations, un outil extrêmement puissant de remédiation contre l'isolement et la déliaison permettant de retrouver un sentiment d'appartenance à un collectif* »²⁰. D'ailleurs, depuis l'origine des temps, l'Homme tente inlassablement d'accéder à une communication universelle et transparente, s'appuyant pour cela sur diverses technologies, qu'il développe et améliore en permanence. Notre interrogation émane de la nature de la communication à l'ère du Web

¹⁸ Ibid., p. 23.

¹⁹The New York Times, *Does Facebook make someone social offline?* Disponible sur le site : http://www.nytimes.com/2011/01/30/fashion/30Studied.html?_r=1, Consulté le 23 mars 2016.

²⁰ Ibid., p.23.

2.0²¹, associée aux réseaux sociaux, souvent fragmentée, désordonnée et non linéaire. Avec le Web 2.0, nous sommes passés d'une émission unidirectionnelle des messages, à une conversation complètement ouverte entre l'émetteur et les différents récepteurs, faisant d'Internet, un lieu d'échange, de libre expression et de partage d'opinion²². Ainsi, le système communicationnel devient le pivot des sociétés. Du coup, les champs de recherche en communication sociale ne peuvent plus être coupés des enjeux anthropologiques liés à la modification du comportement des groupes et des individus. La réflexion qui est menée sur cette communication porte naturellement en germe l'interrogation sur la place et le rôle de la technologie.

3. Le Web 2.0 : plus de contenus sur Internet

Proposé en 2004 par Tim O'Reilly, fondateur de la société O'Reilly Media, l'expression « Web 2.0 » a surtout connu un succès fulgurant au cours de l'année 2007. Plusieurs essais de définitions ont permis de mieux cerner ce concept, initialement lancé de manière très vague afin de décrire un ensemble d'évolutions technologiques touchant la production et la diffusion de contenus sur Internet. Pour cet article, nous retenons la définition proposée par Tim O'Reilly en 2005 : « *Le Web 2.0 est le réseau en tant que plateforme, enjambant tous les dispositifs reliés ; les applications du Web 2.0 sont celles qui tirent le meilleur des avantages intrinsèques de cette plateforme : fournissant un service de logiciel mis à jour en permanence, offrant plus et mieux aux utilisateurs, consommant et ré-agençant des données des sources multiples, incluant les particuliers qui peuvent fournir leurs propres données et services sous une forme qui autorise le retraitement par d'autres, créant des effets de réseau au travers d'une « architecture de participation » et allant au-delà de la métaphore de page du Web 1.0 pour fournir des expériences riches d'utilisateur* »²³. L'effet de réseau et la logique communautaire, qui préexistaient à l'invention du Web 2.0, sont ainsi particulièrement mis en avant, de même que la participation active des utilisateurs. Au-delà des cercles restreints d'initiés à l'informatique, de l'utilisation des outils et des

²¹ L'expression « Web.02 » désigne l'ensemble des techniques, des fonctionnalités et des usages qui ont suivi la forme originelle du web, www. Ou World Wide Web, caractérisé par plus de simplicité et d'interactivité (sociabilité).

²² Picard Dominique, « De la communication à l'interaction: l'évolution des modèles », In : *Communication et Langages*, n° 39, 3^{ème} trimestre 1999, p. 69-83.

²³ Tim O'Reilly. « Web 2.0 : Compact Definition ? ». Cité et traduit par Les infostratégies. *Genèse du terme Web 2.0* [en ligne]. 17 décembre 2006. Disponible sur : <http://www.lesinfostrategies.com/article/0612270/genese-duterme-web-20> (consulté le 26 mai 2016).

pratiques communautaires, c'est bien la diffusion massive de l'information qui est venue modifier profondément les relations entre utilisateurs et la structuration des canaux de production/diffusion. Comme l'indique en effet Bernard Miège, « *ce qu'il faut souligner, ce n'est pas le caractère disruptif du phénomène, car il était prévisible, mais sa diffusion élargie et son importance qualitative. Les flux d'information circulent vite et dans des quantités fortement croissantes* »²⁴.

Parmi les applications emblématiques du Web 2.0, à même de favoriser ce nouvel ordre de la diffusion et de la participation, on trouve en premier lieu les blogs, plateformes d'édition permettant aux internautes de publier du contenu en ligne sans aucune connaissance en matière de développement informatique. Chaque élément, appelé billet, peut être commenté et lié à d'autres ressources, ce qui a contribué à faire des blogs de véritables espaces de sociabilité au positionnement mixte, entre sphère intime et sphère publique. Utilisés pour partager des expériences personnelles, échanger des informations professionnelles ou même pour diffuser des créations à vocation littéraire ou artistique, les blogs ont largement participé au phénomène d'explosion de la masse documentaire disponible sur la Toile. Les wikis, outils de publication et de gestion de contenus collaboratifs, ont connu un développement moindre, du fait de leur mode d'utilisation légèrement plus complexe que celui des blogs. L'exemple de l'encyclopédie en ligne Wikipédia, fonctionnant sur ce modèle, témoigne néanmoins du succès de ce type d'outil, dès lors qu'il atteint un nombre assez élevé de contributeurs (appelé « masse critique »), à même de faire « vivre » les contenus et de les corriger rapidement en cas d'erreur ou de détournement. On soulignera également, parmi les apports du Web 2.0, l'importance des plateformes de publication et de partage de fichiers multimédia (photos, vidéos, sons, etc.) : ces outils, dont les exemples les plus connus sont *Flickr* pour les photos, *Youtube* pour les vidéos et *MySpace* pour le son, ont en effet fondé leur succès sur la possibilité offerte aux utilisateurs de produire et de mettre en ligne leurs propres contenus, ainsi que les marqueurs (« tags ») permettant de les identifier et de les classer. Derniers nés, les réseaux sociaux, à dimension personnelle ou professionnelle, offrent aux utilisateurs la possibilité de communiquer, via différentes fonctionnalités, avec des amis ou des connaissances, en élargissant peu à peu son cercle à d'autres personnes ayant des intérêts ou des relations en commun. Ces réseaux peuvent être ouverts à

²⁴ Bernard Miège. *La Société conquise par la communication, t. III, Les TIC entre innovation technique et ancrage social*. Grenoble : PUG, 2007, p. 66.

tous, tels *Facebook*, l'exemple le plus connu et le plus médiatisé au même titre que *Twitter*, *Whatsapp*..

4. Web 2.0 : vers le « village global » numérique ?

Défini par certains comme le « Web des utilisateurs », le Web 2.0 amplifie la logique communautaire déjà présente aux origines d'Internet, et en fait le principal lieu des échanges culturels et informationnels. Mais là encore, il serait inexact d'attribuer la naissance de communautés d'échange et d'intérêt aux évolutions technologiques du Web 2.0 : celles-ci existaient déjà auparavant, favorisées par d'autres médias de communication tels que la presse. Selon Franck Rebillard, « *les médias spécialisés et notamment la presse magazine de niche permettent à des lecteurs peu nombreux et souvent éloignés géographiquement de se retrouver autour de sujets parfois très pointus. [...] Les fanzines s'appuient sur une dynamique communautaire encore plus affirmée notamment dans le mode de transmission (distribution de proche en proche) finalement très voisine de celle rencontrée dans la blogosphère* »²⁵.

La nouveauté du Web 2.0 résiderait donc plutôt dans la fourniture d'outils et de technologies autorisant des modes d'interaction plus variés et plus réactifs que ceux offerts par les médias antérieurs. Plus que l'idée de communauté virtuelle, c'est celle de communauté médiatée qu'il faudrait alors retenir pour penser le changement de paradigme. Quant au phénomène de déplacement des relations entre personnes, via l'émergence d'un espace de sociabilité à part, il serait, là aussi, à replacer dans une perspective plus générale, moins centrée sur la technique. En effet, selon Dominique Cardon, sociologue et spécialiste des nouveaux médias, « *la place de plus en plus grande qu'occupent les nouvelles technologies dans la conduite des interactions ne doit pas être comprise comme la constitution d'un espace séparé, différent ou concurrent de l'univers relationnel ordinaire. Si, à l'évidence, ces technologies permettent d'étendre quelque peu la taille et le volume des liens qui composent la sociabilité des individus, ces nouvelles pratiques augurent moins de la constitution d'un « village global » où chacun serait connecté à chacun, que d'une série de lignes de déplacement à l'intérieur du système relationnel des personnes* »²⁶.

²⁵ Franck Rebillard. *Le Web 2.0 en perspective : une analyse socio-économique de l'Internet*. Paris : L'Harmattan, 2007, p. 25.

²⁶ Dominique Cardon et al. « Sociabilités et entrelacement des médias ». In *Nouvelles technologies et modes de vie : aliénation ou hypermodernité*. Sous la direction de Philippe Moati. Paris : Éditions de l'Aube, 2005, p. 119.

5. La communication comme outil de démocratisation²⁷

Au travers de la communication se joue en définitive le rapport au monde de chacun d'entre nous. C'est en cela qu'il n'y a pas de société, sans communication, a fortiori dans le modèle démocratique qui pose le principe de la liberté et de l'égalité de ses sujets dans leurs relations mutuelles. La communication devient donc l'horizon de toute société démocratique, avec la nécessité d'assurer la communication entre les individus libres aspirant à l'égalité qui est l'horizon des sociétés démocratiques. Si nous prenons le cas du Web, c'est un outil parmi d'autres, qui permet à un individu de s'intégrer dans la société et développer une sociabilité²⁸, qui *« doit donc être regardé à juste titre comme une activité socialisante. Son usage suit le rythme des rencontres en face à face »*. Le Web est en principe toujours associé à différents autres types d'interactions²⁹. En ce qui concerne les réseaux sociaux, une auteure a donné son avis sur la question : *« un type de média social ne remplace pas un autre, mais plutôt, s'intègre dans un ensemble d'utilisation médiatique qui inclut des formes de communication en ligne et hors ligne »*³⁰. Rappelons que tout outil ayant un support technique a toujours été critiqué lors de son apparition. Lorsque le téléphone est apparu, beaucoup l'ont dénoncé comme tuant les rencontres en face à face³¹. Le Web ferait face aux mêmes diabolisations : *« il semble bien qu'il en va de même, au moins quantitativement avec Internet, qui s'impose d'abord, du point de vue des usages, comme une sorte de téléphone du XXI^e siècle »*³². Les mordus d'Internet ne font pas que s'isoler car, même eux, gardent en vue l'intérêt des moyens de communication plus traditionnels : *« les utilisateurs intensifs d'Internet se servent tout aussi fréquemment de téléphones ou d'autres formes*

²⁷ Le Web est souvent envisagé comme *« la réponse moderne aux questions de la décentralisation et de la démocratisation culturelle »* (Bouquillon, 2003).

²⁸ Yves Collard, op .cit, p.459.

²⁹ Michel Gensollen relève les dimensions économiques de la circulation des biens informationnels à partir du Web relationnel, apportant des éléments de réflexion pour penser le remodelage des *« rôles respectifs d'innovateurs, de producteurs, de distributeurs et de consommateurs »* dans le domaine de la culture.

³⁰ Quan-Haase, A., Young, A. L. "Uses gratifications of social media : a comparison of Facebook and Instant Messaging", *Bulletin of Science, Technology & Society*, n° 30, volume5, 2010, p.350-361.

³¹ Ibid., p. 358.

³² Ibid., p. 358.

de contact personnel que les non-utilisateurs »³³. Selon certains scientifiques, les outils numériques, et plus précisément ceux utilisés en ligne, seraient même plutôt bénéfiques : « *un usage intensif d'Internet entraine un niveau de communication interpersonnelle plus important* »³⁴. Entre les valeurs de la communication, les techniques de la communication et l'économie de la communication, tout se mêle et s'enchevêtre. Car, entre valeur et économie, les techniques font « naturellement » le lien. Du téléphone à la radio, de la télévision à Internet, ces médias « incarnent » le double idéal de liberté et d'égalité. Toutefois, la « société de l'information » serait-elle une société démocratique³⁵ à l'échelle planétaire ou un simple habillage idéologique ? Autrement dit, l'omniprésence de l'information et de la communication au niveau mondial suffit-elle à assurer une société juste, égalitaire, et communicative ?

Ce questionnement requiert un travail critique fondamental pour séparer dans ce flot de techniques, de discours, de services, d'idéologies, ce qui renvoie à l'idéal de communication et d'intercompréhension. La communication a deux racines. La première, lie communication et partage, compréhension et respect d'autrui. C'est l'idéal de la communication au niveau individuel ou collectif qu'on appelle dimension normative, qui sert de référence aussi bien au plan de la communication intersubjectible qu'à celui des techniques, ou des sociétés. La deuxième, plus récente, et renforcée par les techniques de communication, dont la première d'entre elles l'imprimerie, insiste sur l'idée de transmission. Avec l'hypothèse, longtemps vraie, que plus il y avait d'information, plus il y avait de communication. Aujourd'hui, l'omniprésence des techniques et le volume des flux d'informations obligent, à réaliser qu'il ne suffit plus de diffuser, un grand nombre d'informations, ni même d'assurer l'interaction pour accroître la communication entre individus ou collectivités. Cette deuxième dimension, dite fonctionnelle, insiste évidemment sur les performances, sans pour autant assurer forcément une intercompréhension. Diffuser un grand nombre d'informations, et organiser

³³ Ibid., p. 358.

³⁴ Antonio Casilli, op. cit., p.23.

³⁵ Le taux de pénétration des ordinateurs et d'Internet pose le problème des effets possibles de l'augmentation du temps passé sur les interactions personnelles avec les amis, la famille et les voisins ; la possibilité d'ouverture sur le monde et l'élargissement des contacts.

leur interaction ne signifie plus communiquer. La communication bute sur le technicisme voire sur l'idéologie technique, qui confond performance et communication humaine et sociale. Le technicisme c'est l'idée simple, relayée par les industries de l'information et de la communication, selon laquelle plus les individus et les sociétés sont « équipés », « appareillés », plus la communication normative est assurée. Le technicisme consiste tout simplement à établir une continuité entre système technique et réalité sociale. C'est pourquoi toute réflexion théorique sur la communication passe aujourd'hui par une réflexion critique sur les techniques, non pour critiquer leur rôle, mais pour relativiser leur place. Il s'agit en fait de socialiser la technique pour éviter de techniciser la société, de faire des humanistes internautes, et pas des internautes schizophrènes. Cette posture renoue d'ailleurs avec la tradition de la philosophie et de l'histoire des sciences et des techniques qui a toujours insisté sur la discontinuité entre système technique et société quoique les techniques influencent les sociétés. Toutefois, dans cette interactivité complexe, le rôle des modèles culturels et sociaux est encore plus grand quand il s'agit de techniques de communication.

6. La communication : entre partager ou transmettre

L'enjeu scientifique de la communication consiste à distinguer dans chaque activité de communication, le *normatif*³⁶ du *fonctionnel*³⁷, à socialiser les techniques pour éviter de techniciser la communication. Les sciences cognitives cherchent à comprendre le fonctionnement de la pensée humaine, notamment sur les systèmes de « représentation mentale ». Comment créer des interfaces (homme-machine) qui peuvent respecter les processus cognitifs humains, et prennent en compte les modalités d'interaction entre l'homme (utilisateur) et la machine (dispositif) ? Ainsi, socialiser, « *c'est voir le lien existant à chaque époque, entre un modèle social et culturel de la communication et les systèmes techniques* ». C'est ce qui nous amène à cerner chaque fois les enjeux de la communication par rapport aux modèles sociaux,

³⁶ La dimension normative renvoie à un idéal, à l'idée de partage, de compréhension, d'échange avec l'autre au sens où la communication est au cœur de l'activité humaine et sociale.

³⁷ La dimension fonctionnelle renvoie tout simplement au fait que, dans la société, tout s'échange. L'interdépendance est croissante. Mais la transmission, la diffusion, l'échange peuvent constituer des activités sans idéal.

politiques et culturels dominants. D'ailleurs à ce propos, l'objectif pour nous, n'est pas d'opposer la communication humaine qui serait normative à la communication technique qui, elle, serait fonctionnelle. Plus que par le passé, il y a autant de communication normative par l'intermédiaire de la technique : la presse, la librairie, la radio, la télévision, qu'il ne peut y avoir de communication fonctionnelle dans les rapports humains directs, comme on le voit dans maintes situations sociales d'entreprises, de famille, de vie, en ville ou à la campagne. L'opposition fondamentale à distinguer à chaque époque, le normatif du fonctionnel ne recoupe pas nécessairement l'opposition entre communication humaine et communication technique. Cela reviendrait à isoler la problématique technique, alors que l'intérêt, d'une réflexion théorique sur le statut de la communication dans la société, est de voir, depuis le 16e siècle, comment s'est noué à chaque époque un projet culturel et social, entre la communication et les techniques. En effet, les grandes techniques de communication n'ont pris leurs sens que dès lors qu'elles retrouvaient en écho, un projet culturel et social de la communication. Et c'est ce lien entre système technique et modèle de la communication qui fait l'intérêt d'une réflexion sur la communication depuis toujours. L'idéal chaque fois est de se poser la question de savoir : quel sens donner à aux systèmes techniques de communication. Est-ce que les techniques de communication continuent à jouer un rôle essentiel dans la presse, le téléphone, la radio et la télévision, etc. ?

L'enjeu des techniques actuelles de communication est de savoir comment elles s'inscrivent dans le double idéal de nos sociétés contemporaines, celui de « *la société individualiste de masse* » et des doubles références à la liberté individuelle, à l'égalité sociale. Chaque technique existante s'est plus ou moins approprié l'une de ces deux échelles de la communication. Cependant, la difficulté à laquelle est confronté Internet, est celle de savoir s'il déplace ou non la problématique du lien entre ces deux dimensions ou valeurs de la communication. Nous disons qu'Internet renforce plus les possibilités de communication individuelle qu'il n'apporte un changement par rapport à l'autre dimension de la communication, mieux prise en charge par la radio et la télévision, celle liée à la démocratie de masse, c'est-à-dire à la gestion de l'hétérogénéité sociale et culturelle. Aujourd'hui, Internet, ne présente pas un dépassement de la problématique actuelle de la communication : relier les

individus sur une base d'intérêt commun et assurer un minimum de cohésion sociale. Car, la théorie démocratique de la communication permet à la fois, la communication intersubjective et la communication sociale. C'est pour cela que l'enjeu de la communication est moins la gestion des ressemblances que la gestion des différences. Moins la mise en rapport d'individus et de communautés qui ont des intérêts communs que la capacité à organiser la cohabitation entre communautés et sociétés hétérogènes. Dans ce sens, l'interrogation sociologique soulevée par Serge Paugam³⁸ est liée au constat d'un paradoxe : l'autonomie croissante de l'individu débouche sur des interdépendances plus étroites avec les autres membres de la société. Avec Georg Simmel³⁹, on observe que l'affiliation au groupe absorbait l'individu tout entier et se réalisait selon un modèle égocentrique, c'est-à-dire, du groupe immédiat au groupe élargi.

Or, dans la société moderne, l'individu diversifie ses appartenances, et est défini par sa complémentarité aux autres à travers une relation d'interdépendance vis-à-vis d'eux. Toutefois, au-delà de la technique, ce sont les Hommes qui inventent les modèles de communication, situés d'abord dans leurs têtes avant de l'être dans des outils. Et d'ailleurs, l'histoire des techniques, y compris celle de la communication, fourmille d'innombrables outils qui n'ont finalement jamais eu de vie sociale durable, tout simplement parce qu'ils ne correspondaient pas à un enjeu social et culturel. Ainsi, rappeler la prééminence de la dimension culturelle et sociale dans la communication reste fondamental, dès lors que le progrès technique, considérable dans ce secteur, peut faire croire que la performance technique est à l'origine de la mutation des modèles culturels de la communication. Certes, les techniques ont évidemment un impact réel sur les modèles culturels, comme sur l'organisation sociale de la communication, mais dans l'interaction technique, ce sont les modèles culturels qui jouent les rôles essentiels. Ce sont des utopies de la communication⁴⁰ qui donnent leur sens aux outils, même si ceux-ci, au travers des changements qu'ils induisent, ont

³⁸ Serge Paugam, *Repenser la solidarité. L'apport des sciences sociales*, Paris : PUF, Coll. « Le lien social », 2007, p. 32.

³⁹ Georg Simmel, op. cit., 2002.

⁴⁰ Philippe Breton, « L'utopie de la communication entre l'idéal de la fusion et la recherche de la transparence ». In *Quaderni*. N. 28, Hiver 1996, p. 125-133.

évidemment un impact sur les modèles culturels et sociaux de la communication.

7. Internet et l'utopie communautaire

Né au sein de la communauté scientifique, développé par des réseaux d'informaticiens, Internet repose, dès les premiers travaux menés autour d'Arpanet, sur des fondements collectifs, valorisant l'échange, le partage et l'entraide. Selon Patrice Flichy, un certain nombre d'utopies portées par ces communautés auraient ainsi permis les développements techniques à l'origine de l'outil : « *Au fur et à mesure que le projet technique prenait forme, qu'il se développait, de nouvelles utopies apparaissaient (l'idée de communication et d'échange remplaçait celle de calcul à distance), elles se nourrissaient des premières expériences et orientaient à nouveau les choix techniques à venir et les usages qui se déployaient. Ce cercle vertueux tout à fait exceptionnel entre l'élaboration d'utopies, le travail technique et la construction des usages n'a été possible que parce que l'on était dans une communauté relativement fermée et homogène qui trouvait là un instrument de travail dont elle avait besoin et qu'elle pouvait structurer en fonction de ses propres pratiques* »⁴¹.

A vrai dire, les développements d'Internet sont par la suite jalonnés de pratiques communautaires, de phénomènes de groupes et de rassemblements, qu'ils soient ou non motivés par des intérêts communs ayant trait à l'informatique. Le plus célèbre d'entre eux est sans doute celui qui vise à développer et à fournir aux utilisateurs des produits et systèmes libres, ouverts, alternatifs aux solutions commerciales principalement proposées par Microsoft. La philosophie qui prévaut, pour les concepteurs et les contributeurs de ces logiciels, est fondée sur la notion de liberté, au sens de « liberté d'utilisation » : un logiciel libre s'oppose à celui des propriétaires, d'autant que ses sources et l'ensemble des instructions le concernant sont accessibles, modifiables et les améliorations qui y sont apportées sont généralement reversées à l'ensemble de la communauté. Espace communautaire et espace de liberté, Internet constituerait ainsi un nouvel espace public, favorisant la discussion, la circulation des opinions et des informations. D'aucuns ont d'ailleurs cherché à protéger les spécificités de cet espace social à part, à l'instar de John Barlow, cofondateur de l'*Electronic Frontier Foundation* et auteur d'une « déclaration d'indépendance » de l'Internet publiée en 1996, à l'occasion du séminaire de Davos : « *Nous*

⁴¹ Patrice Flichy. *L'imaginaire d'Internet*. Paris : La Découverte & Syros, 2001, p. 83.

*rédigeons notre propre contrat social. L'autorité y sera définie selon les conditions de notre monde [...]. Nous créons un monde où tous peuvent entrer, sans privilège ou préjugé liés à la race, au pouvoir économique, à la puissance militaire ou au lieu de naissance. Nous créons un monde où chacun, où qu'il se trouve, peut exprimer ses idées aussi singulières soient elles, sans craindre d'être réduit au silence [...]. Dans ce nouveau monde, l'autorité naîtra de l'éthique, de l'intérêt individuel et du bien public »⁴². Cependant, se pose la question de la régulation d'Internet qui a largement fait débat à la fin des années 90 et dans les années 2000 où l'idéal de liberté se heurtait à la nécessité de légiférer, réclamée par les juristes et les acteurs commerciaux. Le principe d'accès à une information libre pour tous est potentiellement porteur, en effet, d'une contestation des lois de la propriété intellectuelle. Si les autorités africaines et particulièrement gabonaises, à travers l'ANINF s'emploient aujourd'hui à réguler la diffusion et la circulation des contenus, notamment culturels, sur Internet, il faut pourtant constater, avec Patrice Flichy, que ce média reste un espace largement ambivalent, au sein duquel coexistent espace privé et espace public, secteurs marchand et non marchand, pratiques légales de diffusion et contournement des dispositifs de protection. Et c'est dans cette ambivalence que se trouvent « *sa véritable originalité, sa richesse et la source de tous les dangers* »⁴³.*

8. L'impact des réseaux sociaux sur les comportements des individus

A l'ère d'internet où les gens disposent de plus en plus de moyens de communication, nous sommes en droit de nous demander quelle influence ont ces nouveaux médias dans nos vies et quel rôle jouent-ils dans la société ? Jamais communiquer n'a été aussi facile qu'aujourd'hui, à tel point qu'à l'heure actuelle les réseaux sociaux ont su s'imposer comme étant une nouvelle norme sociale. En effet, depuis l'antiquité, l'Homme a disposé de très nombreux moyens pour communiquer, lesquels sont en perpétuelle évolution en termes de technologie mais aussi de civilisations : cela va des orateurs de la Grèce Antique à Internet aujourd'hui. D'ailleurs, l'évolution de la technologie a entraîné de nouveaux moyens pour s'exprimer et échanger. Les téléphones fixes et mobiles qui permettent d'appeler et d'envoyer des SMS, la télévision, internet, qui est un immense réseau d'informations, de

⁴² John Barlow. « A cyberspace independence declaration ». Cité par Patrice Flichy. *L'imaginaire d'Internet*, op. cit., p. 201.

⁴³ Patrice Flichy. *L'imaginaire d'Internet*, op. cit., p. 251.

divertissements et de communication reliant le monde entier, etc. ont complété voire remplacé les moyens de communication traditionnels tels que le tam-tam, les lettres, les journaux, les fax etc. En effet, la possibilité de transmettre et de trouver des informations rapidement et facilement, entraîne les gens à *délaisser les moyens de communication qu'ils utilisaient habituellement en faveur des ordinateurs et téléphones (internet mobile)*, surtout pour les adolescents et jeunes adultes. Ainsi on constate qu'avec internet, viens l'influence des réseaux sociaux tel que Facebook dans nos moyens de communication au quotidien : ils mettent à notre disposition réseaux multiples moyens de communication et activités tel que les tchats (ou messagerie instantanée), publication sur les « murs » (*le mur Facebook est la page principale d'un compte Facebook, sur ce mur on trouve les partages de photos, d'idées, d'événements, de commentaires publiés par le titulaire du compte ou profil Facebook, ainsi que les commentaires et messages des fans et amis.*) ou tel que les partages etc. qui devient, avec le téléphone l'un des principaux moyens pour communiquer pour la génération actuelle⁴⁴.

9. La communication « massive » au détriment de la communication interpersonnelle

Alors qu'il y a quelques années, la recherche informatique mettait l'accent sur une communication volontairement limitée (entre deux personnes via l'e-mail ou la discussion instantanée, ou encore entre personnes partageant des centres d'intérêts en commun par exemple les forums ou les premiers tchats), la notion de « réseau » est aujourd'hui omniprésente. Par le biais de Facebook, les individus sont sollicités à s'exprimer directement à l'ensemble d'un réseau de contacts. Les messages ayant ainsi une portée tellement décuplée, qu'il est quasiment impossible aujourd'hui d'en évaluer la portée réelle. De Twitter en passant par WhatsApp ou Messenger, les messages nous permettent d'interagir directement avec les autres récepteurs, soit pour commenter une émission de télévision en direct, soit pour analyser le contenu d'un média par exemple). Il faut dire que ce procédé nous aurait paru démentiel il y a quelques années mais qui reste largement banalisé aujourd'hui. La question que l'on se pose est quelle répercussion ce nouveau

⁴⁴ André Akoun, « Nouvelles techniques de communication et nouveaux liens sociaux », *Cahiers internationaux de sociologie*, vol. 1, n° 112, 2002, p. 7-15.

mode de communication « massive » a-t-il sur la communication interpersonnelle ? Quelle place occupe la communication interpersonnelle par rapport à la communication massive ? Lequel de ces deux modes de communication est aujourd'hui valorisé ? Nous serions tentés de répondre que c'est la communication interpersonnelle qui l'est et représente une évidence. Pour preuve, il n'y a qu'à regarder les habitudes et le style de vie de nombreux adolescents d'aujourd'hui pour éveiller quelques soupçons. L'accès à l'information n'a jamais été aussi simple, notamment la mise en commun des savoirs, l'échange d'opinions ou la confrontation d'idées convergentes, etc. Tout ceci permet aux réseaux sociaux d'être un outil quasi-incontournable pour le développement de l'Humain. A contrario, nombreux sont ceux qui éprouvent une inquiétude légitime quant à la dépendance⁴⁵ vis-à-vis de ces réseaux. En matière de retombées immédiates, prenons par exemple Facebook⁴⁶ qui :

- apporte un réseau d'amis, des simples connaissances à nos proches amis et famille, des personnes qui sont à des kilomètres de nous voire à l'autre bout de la planète à ceux que l'on voit tous les jours : cela nous permet de rester en contact et au courant de leur vie: *c'est une alternative au mail* ;
- permet de "se tenir au courant" : en effet pour les curieux cela permet de "tout savoir" sur les personnes faisant parti de notre liste d'amis : Quelles sont les relations entre les gens ? Qui fait quoi ? Avec Qui ? Où ? Quand ? *Les personnes exposent leurs vies et les autres peuvent ainsi la connaître* ;
- est un lieu où l'on peut partager ses anecdotes, sa journée de travail, comme se réunir entre amis ou collègues, c'est donc en ce sens un moyen de communiquer et partager plus largement nos "histoires" qu'en ne s'adressant qu'à quelques amis en face ou par téléphone, mail etc. ;

⁴⁵ Si les réseaux sociaux sont un fait social identifié, il n'en demeure pas moins que la nature et la dynamique des échanges des biens en leurs seins restent imprécises. Soit la nature des échanges entre les membres d'un réseau est ramenée au modèle néoclassique de l'échange marchand (Hesterly et Borgalli, 1997), soit ces échanges sont appréhendés en termes de relations de pouvoir.

⁴⁶ Facebook, Disponible sur le site : <http://www.facebook.com>, Consulté le 21 janvier 2016.

- apporte la possibilité de retrouver d'anciens amis ou connaissances que l'on avait perdues de vue. Cela peut permettre une communication nouvelle, afin de connaître la vie actuelle des amis d'antan, de se rappeler des souvenirs etc. ;
- peut aussi être un lieu de séduction, où l'on peut faire de nouvelles rencontres, séduire des personnes (*en tchatchant avec elles etc.*)

Autrement dit, les personnes utilisent de plus en plus Facebook aux dépiments des autres moyens de communication puisque ce réseau est simple d'utilisation, polyvalent, servant de boîte mail, etc. Il permet de stocker des contacts, de discuter en direct, de partager nos actualités et rend donc possible une communication plus large, facile et même plus rapide que *d'anciens moyens de communication telles que les lettres par exemple*. On constate que sur la période 2009-2016, le temps passé sur les réseaux sociaux en général a quasiment triplé tandis que les envois de mails, le téléphone et l'écriture de courriers ont diminué.

CONCLUSION

Si l'on admet que la communication est la base du développement social et culturel de toute société, il est aujourd'hui difficile de savoir si celle-ci, qu'elle soit privée (interpersonnelle) ou publique (de masse) a encore un réel impact à travers les médias sociaux. En effet, depuis quelques années sur Internet, on observe un véritable phénomène. Les réseaux sociaux ont su se développer pour toucher des milliers de gens à travers le monde. Plusieurs internautes, jeunes, cadres, professionnels en profitent pour créer leur espace personnel ou partager avec des amis réels ou virtuels leur quotidien, leurs photos, leurs centres d'intérêt, mais aussi discuter, jouer ou faire de nouvelles rencontres. L'enjeu est de taille quant à l'influence que les réseaux sociaux ont sur des individus. Car, en créant le lien social, les réseaux sociaux constituent de véritables structures sociales dynamiques. Plusieurs recherches ont été menées sur ces questions, notamment par des sociologues qui ont eu le moyen d'élucider l'interactivité des structures sociales et de s'interroger sur leurs rôles.

Sources bibliographiques

- BEERTEN A, *Déontologisme*, p. 377-383, M. Canto-Sperber (dir.), Dictionnaire d'Éthique et de Philosophie Morale, Paris : PUF, 1996.
- MEDINA Yves, *La déontologie, ce qui va changer dans l'entreprise*, éditions d'Organisation, 2003
- DIDIER Christelle, *Penser l'éthique des ingénieurs*, Presses Universitaires de France, 2008, 201 p.
- BENJAMIN, W., « L'oeuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique », *Essais 2, 1935-1940*, Denoël/Gonthier, 1936.
- CHAMPAGNE, P., *Faire l'opinion, le nouveau jeu politique*, Paris : Les Éditions de Minuit, 1990.
- COPFERMAN, E., *Le théâtre populaire pourquoi ?* Paris : Maspero, 1969, p.65.
- DUFRENNE, M., *Esthétique et philosophie*, T. 1, Paris : Klincksieck, 1967, p. 107.
- FRANCASTEL, P., *Études de sociologie de l'art*, Paris : Denoël/Gonthier, 1970.
- GOUBERT, G., *A.T.A.C. Information*, n° 40, 1972, p. 14.
- GUYOT, B., *L'information culturelle*, Publications de l'Université des langues et lettres de Grenoble, 1980..
- Programme européen d'évaluation, (1988), *La politique culturelle de la France*, La documentation française, Paris, p. 31.
- Service des études et recherches du ministère des affaires culturelles, *Aspects de la politique culturelle française*, U.N.E.S.C.O., Politiques culturelles : études et documents, Paris, 1970, p. 12.
- VILAR, J. *Le théâtre service public*, Paris, Gallimard, 1975, p. 144.

Webographie

CAUNE Jean, « De l'influence de la communication sur la diffusion artistique », *Études de communication* [En ligne], le 15 janvier 2012, Disponible sur <http://edc.revues.org/2795>, consulté le 18 avril 2016.