



**HAL**  
open science

# DES DISCOURS D'ACCOMPAGNEMENT AUX LANGAGES : LES NOUVEAUX MEDIAS

Igor Babou

► **To cite this version:**

Igor Babou. DES DISCOURS D'ACCOMPAGNEMENT AUX LANGAGES : LES NOUVEAUX MEDIAS. Études de linguistique appliquée : revue de didactologie des langues-cultures et de lexicologie, 1998, 112. sic\_00000066

**HAL Id: sic\_00000066**

**[https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic\\_00000066](https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000066)**

Submitted on 15 Jun 2002

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## **DES DISCOURS D'ACCOMPAGNEMENT AUX LANGAGES : LES NOUVEAUX MEDIAS**

### **Résumé :**

*Les nouvelles technologies sont généralement pensées comme si elles constituaient seulement un champ technique que l'on pourrait mobiliser au profit de la transmission des savoirs sans que soit nécessaire une réflexion préalable sur leurs usages, les langages qui y sont à l'œuvre, ou encore l'ensemble des discours sociaux qui les accompagnent. Contre les présupposés technicistes aujourd'hui dominants, on essaiera de montrer à quel point la prise en compte de leur dimension symbolique est nécessaire : plus que de techniques, il s'agit de médias inscrits dans un ensemble de représentations, de valeurs, de pratiques sociales, bref, dans une forme de culture. Pour cette raison, on ne saurait en attendre une quelconque transparence : leur utilisation pour la transmission des connaissances nécessite alors une compréhension de leurs spécificités.*

### **1. INTRODUCTION**

Le rapport entre les nouveaux médias et l'enseignement est aujourd'hui présenté comme une évidence à tel point que tenir un discours critique sur ce thème paraît blasphématoire : l'alliance entre une tradition de l'innovation pédagogique et l'efficacité supposée des nouvelles technologies de l'information a été en effet relayée par une série de discours d'accompagnement. Discours académiques des chercheurs, discours de prescription de l'État, et enfin discours médiatiques ont rejoint de forts enjeux économiques. Pour autant, une interrogation de fond reste nécessaire. À savoir : pourquoi introduire ces médias en classe ? Quelles raisons a-t-on de leur accorder une efficacité susceptible d'intervenir dans les apprentissages ? Ces questions renvoient aux réflexions qui ont présidé, il n'y a pas si longtemps, à l'introduction de la télévision à l'école. Elles correspondaient à une analyse de la culture de masse et des langages des médias, culture dont on supposait à juste titre qu'elle était partagée par la plupart des élèves. Introduire la télévision en classe c'était certes y introduire un outil technique, mais c'était surtout recréer au sein de l'école le même type de lien social que celui qui réunit des foules autour du rituel du journal télévisé. Les médias, véhicules de la culture de masse, proposaient ainsi des messages facilement décodables par les apprenants et il était possible par la suite de raccorder cette culture communes à des perspectives pédagogiques. Mais le cas des nouvelles technologies est-il équivalent ? La terminologie " nouvelles technologies " ne nous enferme-t-elle pas d'ailleurs dans un raisonnement bien éloigné de celui évoqué autour des médias de masse ? Il semble que l'on assiste en fait à l'émergence d'une nouvelle idéologie techniciste qui fait l'économie d'une réflexion sur les langages et les usages des nouveaux médias. Or, sans la prise en compte de leurs spécificités, on risque d'aborder ce champ d'analyse en termes d'efficacité immanente d'une technique. Les enseignants ne courraient-ils pas alors au devant de graves désillusions ? Les résultats des nouvelles technologies sur le

terrain éducatif pourraient en effet renvoyer plus à un effet de nouveauté qu'à une efficacité due au partage de langages, d'usages sociaux ou de représentations communes. Autrement dit, il s'agit de plaider pour l'abandon d'un cadre de pensée proche de celui du déterminisme technologique au profit d'une analyse critique des nouveaux médias comme composants d'une culture à comprendre et à faire comprendre. On rappellera alors cette réflexion de Christian Metz (1970, p. 167) qui, si elle s'appliquait alors à l'image, paraît toujours d'actualité :

[...] l'on n'enseigne jamais que la culture [...] le sujet fortement scolarisé est dit " cultivé " au sens courant du mot, mais aussi et surtout — et ceci n'est que le sens de cela — que le seul but possible de l'enseignement est d'amener l'enseigné à participer le plus largement possible à la socialité telle que la définissent son pays et son époque, c'est-à-dire sa culture au sens ethnologique. C'est par là que tout enseignement est profondément conservateur. C'est par là qu'il est profondément libérateur, car les changements culturels sont le plus souvent l'œuvre de ceux qui connaissent et pratiquent bien la culture préexistante.

Dans cette perspective qui est aussi celle d'une éducation aux médias, on tentera de dégager quelques pistes de réflexion afin de décrire certaines des spécificités des nouveaux médias.

## **2. LES PRESUPPOSES QUI ACCOMPAGNENT LES NOUVEAUX MEDIAS**

Un certain nombre de présupposés fondateurs parcourent l'ensemble du champ des nouvelles technologies. Les dénoncer serait salubre mais sans doute bien vain si l'on ne partait pas du principe qu'utopies et présupposés, lorsqu'ils concernent la communication et l'espace public, finissent par fournir des systèmes de valeurs et structurer tant les discours que les stratégies des acteurs. C'est en tout cas un des aspects à retenir des apports de Jürgen Habermas (1996) et de son analyse historique de la constitution de l'espace public européen autour des médias. Se pose alors une question de méthode : où et comment débusquer des systèmes de valeurs qui structureraient les formes de communication liées aux nouveaux médias ? Sans nier la légitimité d'approches sociologiques ou anthropologiques, c'est ici la perspective sémiotique qui sera privilégiée. La sémiotique classique a eu tendance à analyser des corpus, c'est-à-dire à travailler au niveau des messages seuls. Par contre, la sémiotique des discours, à ne pas confondre avec une analyse linguistique, correspond au point de vue défini par Michel Foucault avec " L'archéologie du savoir " (1969), puis par Eliseo Véron avec " La sémiosis sociale " (1987). Cette analyse des discours considère les messages comme des " paquets " hétérogènes de " textes ". Mais surtout, elle ne fait pas l'impasse sur leur historicité, ni sur la dimension intertextuelle qui pose que tout signe fait partie d'un réseau de signification et n'est jamais clos sur lui-même. On reconnaîtra là l'héritage de la sémiotique de Peirce (1978) dont Véron s'est inspiré. Dans cette perspective, s'intéresser aux nouvelles technologies reviendrait non seulement à étudier des corpus, mais aussi à les confronter avec des ensembles de discours (discours scientifiques de fondation ou discours d'accompagnement) dont on suppose qu'ils ont eu, historiquement, un effet structurant sur les signes étudiés.

## 2.1. Les nouvelles technologies... une histoire ancienne

La découverte des hypermédia par le grand public est un phénomène récent. Cependant, ces dispositifs techniques existent concrètement depuis les années soixante (pour l'Internet) et leurs principales caractéristiques furent conceptualisées en 1945. C'est cette année là, en effet, qu'est publié dans la revue *Atlantic Monthly*, un article fondateur : "*As we may think*"<sup>1</sup>. Son auteur, Vannevar Bush, y posait des principes fondamentaux qui semblent avoir structuré durablement la manière dont un champ technique, des disciplines scientifiques et des représentations sociales allaient évoluer conjointement. Rétrospectivement, l'analyse de ce texte fournit aussi de nombreuses pistes de réflexion pour cerner les relations qui se tissent entre des discours, des techniques et des pratiques sociales.

Le projet de Bush comportait trois grandes utopies. Tout d'abord, l'idée que l'accroissement des connaissances et leur mise en circulation est une garantie pour la paix, une réponse aux destructions de la guerre. Son projet "*Memex*", une bibliothèque universelle interconnectée au sein d'un réseau, avait ainsi pour ambition de faire en sorte que la masse des connaissances acquises par les scientifiques soumis à l'effort de guerre participe aux progrès de l'espèce humaine. À cette ambition s'ajoutait ensuite une analyse lucide de l'évolution scientifique : le Memex avait pour objectif de réunir des connaissances rendues difficilement intégrables à cause de la spécialisation des disciplines scientifiques. C'était donc à l'origine un outil de chercheur destiné à des chercheurs, l'espoir d'une mémoire auxiliaire chargée de les aider à se retrouver dans la masse des publications, que ces dernières soient sous forme écrites ou qu'elles comportent des documents sonores et visuels. Enfin, et c'est ce qui a rendu son article si célèbre, Bush proposait le principe d'une structuration associative des données documentaires en l'établissant sur la base d'une analogie avec le fonctionnement cérébral. Remettant en cause les systèmes d'indexation basés sur un tri alphabétique ou numérique hiérarchisé, il expliquait que<sup>2</sup> : "*Le cerveau humain ne fonctionne pas ainsi. Il opère par association. Ayant saisi un item, il saute instantanément au suivant qui lui est suggéré par association d'idées en suivant un tissu complexe de liens portés par les cellules du cerveau*" (Bush, 1945).

Finalement, le projet de Bush s'inscrivait dans la droite ligne de certaines des ambitions des encyclopédistes. Comme l'explique Robert Darnton (1982, p. 27), l'*Encyclopédie* est la "*tentative de retracer la carte du monde de la connaissance, suivant de nouvelles limites déterminées par la raison et par la raison seule*". Il s'agit alors de "*mesurer toute l'activité humaine au moyen de normes rationnelles et*

---

<sup>1</sup> <http://www.theatlantic.com/unbound/flashbks/computer/bushf.htm>

<sup>2</sup> C'est moi qui traduis. La citation de Bush étant extraite de la version électronique de l'article, la pagination n'est pas indiquée. Il s'agit de la sixième section de l'article.

*fournir ainsi une base pour repenser le monde*” (Darnton, 1982, p. 28). De plus, pour la philosophie des Lumières, “*tout ce que l’homme connaît dérive du monde qui l’entoure et des opérations de son propre cerveau. L’Encyclopédie illustre le fait à l’aide d’une gravure représentant l’arbre de la connaissance qui montre que les arts et les sciences naissent des trois facultés mentales*” (Darnton, 1982, p. 26).

Il faudra attendre les années soixante pour que se concrétise le projet de Bush. À cette époque, Ted Nelson, un autre scientifique, propose la notion d’hypertexte. Il réalise le système “*Xanadu*” qui permet de relier entre eux des documents se faisant mutuellement référence (Levy, 1990). Les premiers hypertextes avaient clairement une fonction de recherche documentaire et une origine scientifique. Les réalisations d’interfaces et d’ordinateurs à partir des années soixante-dix, s’inscrivent ensuite dans la contre-culture universitaire américaine de la Silicon Valley (Levy, 1990) : elle repose sur le travail collectif, un refus de la bureaucratie, le bricolage et la réappropriation des techniques, et enfin la volonté d’une diffusion au plus grand nombre des avancées conceptuelles et techniques issues des universités.

Le contexte scientifique d’émergence des nouveaux médias à partir des années quatre-vingt est aussi à prendre en considération : il correspond en effet à la période de développement de la psychologie cognitive. Sous l’influence des cognitivistes, une grande attention est alors portée aux individus, à leurs spécificités, et aux différences inter-culturelles. On citera ainsi Gardner (1983) pour sa théorie des intelligences multiples, ou Kosslyn (1980) et Michel Denis (1989) qui travaillent sur les différences individuelles en matière d’imagerie mentale. Les conceptions sur le raisonnement évoluent aussi : Johnson-Laird (1989) met l’accent sur l’importance des connaissances générales du sujet et le sens du contexte pour résoudre une tâche, Damasio (1995) insiste sur l’apport des émotions au raisonnement et prône un abandon des modèles logico-mathématiques issus de Descartes. La mémoire bénéficie quant à elle d’un regain d’attention, en particulier avec Baddeley (1993) qui montre que la mémoire à court terme utilise l’information verbale et imagée de manière indépendante et coordonnée. Enfin, grâce à l’imagerie scientifique, on considère aujourd’hui que chaque cerveau est fonctionnellement et anatomiquement unique, cet organe mettant en œuvre des zones qui évoluent selon les tâches à accomplir. Le multimédia s’inscrit donc dans un environnement scientifique cohérent avec l’une de ses principales caractéristiques : l’adaptation au profil individuel des usagers. Les hypermédias ont ensuite bénéficié des échecs de l’intelligence artificielle : trop compliquée, trop chère, nécessitant un improbable modèle global du fonctionnement cognitif, ce champ de recherche a quitté le domaine des apprentissages pour s’orienter vers des applications industrielles. Le multimédia semble donc fournir aujourd’hui des solutions plus économiques, respectant la diversité des profils individuels. On peut enfin penser que les nombreux travaux en sciences de l’éducation concernant le rapport image/apprentissages d’auteurs comme Jacquinot (1977), Salomon (1981) ou Compte (1985) ont aussi permis l’émergence d’un cadre conceptuel favorable. Ces travaux situent en effet l’image et les médias au centre d’enjeux pour les apprentissages, alors qu’auparavant c’était surtout l’écrit qui dominait.

Lorsqu'on s'intéresse à l'histoire des nouvelles technologies, on constate la permanence de grands facteurs structurants : utopie encyclopédique, origine et fonction scientifique, et surtout analogie entre le cerveau et l'ordinateur. Le décor était planté dès 1945, et il n'évoluera guère par la suite. Le premier de ces facteurs est aujourd'hui sensible dans la majorité des hypermédias : l'aspect des bases de données, caractéristique du genre, est un héritage de préoccupations documentaires. Intimement liée à cet héritage, la dimension utopique se décline quant à elle en un réseau complexe de concepts, de techniques et de métaphores qu'on va tenter maintenant de dénouer.

## 2.2. Le déni des langages

Les formes potentiellement non linéaires des nouveaux médias dérivent de l'analogie entre structuration des données et fonctionnement cérébral. Ces formes s'accompagnent d'une sorte de déni des langages qui conduit à un présupposé de la transparence médiatique : les liens associatifs des hypermédias constitueraient une garantie d'efficacité de la communication, la promesse d'une immédiateté, comme si la barrière des langages, des systèmes de signes, pouvait enfin être abattue. Aujourd'hui, cette conception schématique du fonctionnement cérébral apparaît insuffisante (si l'associativité constituait un principe explicatif suffisant, comment se fait-il que tant de scientifiques avouent les limites de leur compréhension du cerveau<sup>3</sup>). De plus, dans les milieux de la recherche en sciences cognitives ou de l'ingénierie de formation multimédia, on commence à trouver des remises en causes de cette trop fameuse analogie (Tricot et Bastien, 1996). Cependant, la représentation sociale d'une forme de communication différente parce qu'immédiate semble subsister et il est facile d'en trouver des indices : les terminologies consacrées ne conduisent-elles pas, par exemple, à occulter l'acte d'énonciation à la source de tout système signifiant ? La métaphore de la navigation impose ainsi la représentation d'un univers sémiotique indifférencié : on parle de "rechercher de l'information en surfant" sur le Web comme si l'information constituait une sorte d'océan toujours-déjà-là, indépendamment des sources, des procédures d'indexation ou des caractéristiques des moteurs de recherche. Un autre témoignage de ce présupposé est donné par certaines séries télévisées<sup>4</sup> policières dans lesquelles la vérité est souvent révélée par un informaticien spécialiste du Web. Très récemment, le rapport d'un procureur indépendant mettant en cause le président américain dans une affaire de mœurs n'a-t-il pas été rendu public par une diffusion sur le Web ? Le réseau, apparaissant sans doute pour ses usagers comme une garantie de liberté d'accès à l'information, fut immédiatement saturé alors qu'on pouvait trouver le même rapport dans la presse le lendemain. On a pu caricaturer les présupposés des médias audiovisuels, leur idéologie naturaliste du direct, de la co-présence de l'événement et de la caméra, de la vérité de l'image, en écrivant (Lambert,

---

<sup>3</sup> En raison d'une recherche en cours, je suis amené à interroger fréquemment des scientifiques travaillant sur le cerveau.

<sup>4</sup> En particulier la série " *Profiler* " diffusée sur M6 : le personnage de l'informaticien se constitue presque à chaque épisode comme un actant indispensable au déroulement des enquêtes du FBI.

1995, p. 41) “ *c’est le réel qui énonce* ”. Aujourd’hui, avec le cyber-espace on pourrait proposer le raccourci suivant : *c’est l’information qui énonce*.

Dans les discours prescriptifs de l’État ou de nombreuses approches venant des sciences de l’éducation, la réflexion est souvent orientée vers une instrumentalisation de la communication. Les nouvelles technologies sont ainsi décrites comme “ *des outils au service de [...]* ” (B.O. n° 18, mai 1997, p. 1279). Ce début de phrase, véritable rituel rhétorique, permet alors de développer tout le discours d’une efficacité attribuée à la seule technique : un outil ne saurait se constituer en système de signes, ni être le support d’idéologies, d’enjeux ou d’usages divers. À titre d’exemple, pas un mot dans le programme d’action gouvernemental 1998 de l’État français<sup>5</sup> ne fait référence à l’analyse de la culture ou des langages qui s’articulent aux nouvelles technologies. Il n’y est question que des moyens à mettre en œuvre pour “ *donner aux futurs citoyens la maîtrise des nouveaux outils de communication qui leurs seront indispensables* ” (Programme d’action gouvernemental, 1998, p. 8). Du côté des discours scientifiques en sciences de l’éducation, le constat n’est guère plus encourageant : les colloques “ *Hypermédias et apprentissages* ” n’ont, à ce jour, jamais proposé la moindre étude de corpus de documents authentiques. Il s’agit par contre d’expérimentations menées autour de projets réalisés par des chercheurs ou des enseignants et présupposant ainsi que la seule culture des élèves est la culture scolaire. Comme à l’époque de la télévision éducative, on cherche à introduire la classe avec ses manuels et ses pratiques dans un outil technique au lieu d’introduire un peu du monde extérieur au sein de la classe en analysant un média. Dans cette perspective de confinement pédagogique, chercheurs et enseignants occultent en fait deux hypothèses. Tout d’abord l’idée qu’une culture multimédia est peut-être en train de se développer, et qu’autour d’elle peuvent apparaître des langages spécifiques. Ensuite, le fait que si cette “ *cyberculture* ” vient à se constituer avec le temps et qu’elle est commune aux apprenants, les représentations qu’elle supporte fonctionneront sans doute comme un filtre structurant leurs acquisitions.

Adoptant la perspective macluhienne du déterminisme technologique, les stratégies et les discours des acteurs du multimédia éducatif tendent donc à éviter toute réflexion sur le culturel, la médiation et le symbolique au profit de la seule efficacité technique.

### **2.3. Du déni de la médiation à l’interactivité**

À cette utopie d’un dispositif signifiant qui ferait l’économie des langages et de l’énonciation semble correspondre un rejet du troisième homme, le médiateur. Faisant de l’énonciation table rase, les nouvelles technologies semblent avoir aussi pour ambition de faire disparaître la figure du médiateur. Ce qui

---

<sup>5</sup> <http://www.internet.gouv.fr/francais/textesref/sommaire.html>

devient déterminant dans une réalisation multimédia, n'est-ce pas l'interface graphique ? A elle de prendre en charge visuellement les grandes fonctions dévolues par les médias audiovisuels au médiateur : établir le contact avec le spectateur par le jeu des regards (Véron, 1983) ou faire fonctionner la couche métonymique du sens par la gestuelle est généralement assuré par une série d'opérateurs graphiques ( curseurs, boutons clignotants, flèches, etc.) ou sonores (sons d'alertes, bruitages, etc.).

Le cas de ces représentations de la médiation à l'intérieur des discours ne constitue qu'un des aspect de la question dans la mesure où l'absence de médiation doit aussi être envisagée dans sa dimension anthropologique. Celle-ci peut être décrite en observant l'articulation concrète des acteurs au sein des dispositifs de communication ainsi qu'à travers les usages que leurs stratégies rendent possibles. Héritiers de la contre-culture américaine des années soixante, les nouveaux médias ont bouleversé les logiques de communication à l'œuvre jusqu'à présent dans les industries culturelles. L'Internet a pu apparaître longtemps comme un média indépendant des institutions, un dispositif au sein duquel chaque usager pouvait être producteur d'information, et plus seulement consommateur. Ce qui disparaissait là, c'était l'institution médiatique dans la grande tradition marxiste du rejet de " l'opium du peuple ". Les archétype de ce type de dispositif sont les forums et les services de discussion en ligne, véritables *dazibaos* électroniques qui s'autorégulent grâce à des chartes de bon usage issues d'un vote démocratique. Depuis peu les lois du marché ont opéré sur le réseau, la publicité est apparue sur le Web, et les grands opérateurs de communication investissent. Deux logiques s'affrontent : celle, historique, du " *pull* " selon laquelle l'utilisateur va chercher librement de l'information, et celle du " *push* ", calquée sur une logique de diffusion, qui consiste à configurer à l'avance le terminal de l'utilisateur et à l'alimenter régulièrement selon ses attentes. Ce dernier peut ainsi s'abonner à une série de " canaux " : sport, information internationale, météo, etc. On ne peut cependant pas prévoir aujourd'hui si les investissements des industriels viendront à bout d'une logique anarchisante somme toute bien ancrée historiquement. On voit pourtant bien qu'un enjeu important se dessine là, un rejet de l'institutionnalisation s'opposant aux pratiques des opérateurs industriels. Pour trouver des indices de cette confrontation, un minimum d'observation est nécessaire : les thématique " *pour ou contre Microsoft* " ou " *pour ou contre AOL* " sont suffisamment présentes dans les forums de discussion pour attirer l'attention sur des entreprises considérées comme allant à contre-courant de l'éthique du réseau. L'intervention de la publicité semble aussi constituer un important point de crispation. Sans faire la moindre hypothèse sur l'efficacité de ces résistances, on peut cependant les interpréter comme des indices des représentations de la communication à l'œuvre sur les réseaux, en tout cas comme le regret de la disparition d'un espace de liberté et d'autonomie.

Tous ces éléments semblent montrer l'existence de systèmes de pensée historiquement constitués autour d'axes d'opposition : " individu vs masse ", " auto-organisation vs régulation par les États ". Cette axiologie semble s'appliquer, *in fine*, à un schéma simple où s'opposeraient les valeurs " liberté vs oppression ". La notion d'interactivité, dans le flou définitionnel qui l'entoure, résume à elle seule l'utopie techniciste qui accompagne les nouveaux médias et les oppose aux médias traditionnels. Comme le fait



remarquer Serge Proulx (1995, p. 252), cette interactivité considérée comme l'horizon idéal des nouvelles technologies ne constitue rien d'autre qu'une métaphore de l'interaction sociale et de la démocratie :

Le projet critique d'instaurer une véritable participation des citoyens dans le processus démocratique, au moyen de médias autonomes, se confronte dorénavant à une logique commerciale et techniciste de développement des technologies, qui triomphe et accélère la privatisation de l'espace médiatique. Par la promotion et l'imposition d'une définition de l'interactivité humain-machine comme simulation d'une décentralisation des rapports de pouvoir par l'extension de la communication, cette logique commerciale tend à légitimer l'idée d'une démocratisation par les médias qui ne fonctionnerait plus que comme un simulacre de démocratie.

Jean-François Tétu et Françoise Renzetti (1995) ont montré que le réseau technique (sa constitution, les échanges d'information auxquels il donne lieu) avait tendance à reproduire les réseaux sociaux préexistants. On retiendra en fin de compte que : “ *Le réseau est le support d'une utopie démocratique, il laisse l'idée d'un usage limité des réseaux qui assoit la suprématie de certains et reproduit une hiérarchie, celle de l'inégalité des territoires : l'espace de communication créé par l'Internet est toujours un espace différencié* ” (Tétu et Renzetti, 1995, p. 200).

### **3. PROPOSITIONS POUR UNE ANALYSE DE SITES WEB**

Si l'on a pu pointer les utopies fondatrices des nouvelles technologies et en dénoncer le caractère mystificateur, il n'en reste pas moins vrai que les systèmes de valeurs ou les représentations qu'elles accompagnent fonctionnent et qu'on peut en trouver la trace en parcourant l'Internet. Cependant, cet effet de structure n'est pas statique : les structures évoluent, font l'objet de réappropriations en s'actualisant dans la forme des messages. Observons par exemple le corpus constitué par les sites Web qui font la promotion des chaînes hertziennes françaises<sup>6</sup>. On adopte ainsi le point de vue de l'éducation aux médias en utilisant des documents qui ne sont pas conçus dans une perspective d'enseignement, mais qui témoignent à leur manière de la culture et des institutions qui les ont vu naître. Les descriptions qui vont suivre ne constituent qu'une infime partie d'une analyse menée dans le cadre d'une recherche plus large. Leur objectif sera de montrer la permanence d'utopies fondatrices, l'existence de langages communs mais aussi la diversité énonciative caractérisant ce corpus.

#### **3.1. Héritage et réappropriation**

---

<sup>6</sup> Sites de TF1, A2, F3, Arte, M6 et Canal + observés deux fois sur une durée d'une semaine, à six mois d'intervalle (en 1997 puis 1998).

Média de flux par excellence, la télévision s'inscrit paradoxalement dans une perspective documentaire lorsqu'elle se met en scène sur le Web : trois des six chaînes (France 2, France 3 et Canal +) proposent en effet un système d'archivage qui concerne soit les actualités (nationales ou internationales), soit le site lui-même. Des dispositifs de recherche documentaire sont aussi disponibles. L'ambition encyclopédique de l'exhaustivité est aussi marquée : Antenne 2, Canal + et Arte mettent en ligne bien d'autres informations que leurs grilles de programmes (un musée virtuel pour Canal +, des informations institutionnelles pour Arte et Canal +, des liens vers d'autres sites pour toutes les chaînes, des conseils d'utilisation de l'Internet, etc.).

Média unidirectionnel, la télévision se veut interactive sur Internet : pas un site n'omet la rubrique " *contactez-nous* ". Le site de TF1 s'intitule " *TF1 interactif* " et proposait même, lors de la première observation, une " *ligne rouge* " permettant aux téléspectateurs détenteurs d'une information intéressante de la communiquer directement aux journalistes. France 3 propose quant à elle de " *contacter une émission* ", et avec sa consœur France 2, a mis en place un " *médiateur pour l'info* ".

La télévision tend à importer sa fluidité sur le Web : chaque site est en effet mis à jour quotidiennement. TF1 pousse cette logique très loin puisque, lors de la première observation, certaines caractéristiques de l'interface étaient réactualisées plusieurs fois par jour (couleurs de certains bandeaux, hiérarchie des titres, etc.). La chaîne, lors de la seconde observation, est revenue à une plus grande stabilité graphique, même si elle reste la plus versatile dans sa présentation. Pour chaque site, le contenu informationnel (actualité, programmes, etc.) est lui aussi régulièrement mis à jour. On observe donc une forme de réappropriation, spécifique du corpus, dans la mesure où peu de sites institutionnels évoluent aussi rapidement.

### **3.2. Des codes communs**

La publicité, omniprésente sur cinq des sites étudiés (tous sauf Arte), constitue un bon observatoire de la cristallisation de codes visant l'efficacité maximum. Très rapidement, le format en bandeau horizontal animé et cliquable est devenu le standard publicitaire du Web. En haut de chacune des pages d'accueil des cinq chaînes, s'affichant ainsi dès le début du téléchargement, l'uniformisation du dispositif montre bien que la publicité a besoin sur le Web comme ailleurs d'un premier niveau de reconnaissance : constituant un genre, elle doit d'abord être décodée comme espace publicitaire pour que le message puisse être efficace.

L'organisation de l'accès à l'information, qu'il s'agisse de sites de chaînes ou de bien d'autres sites, obéit aussi à des codes en voie de cristallisation : le sommaire est majoritairement disposé à gauche de l'écran, les pages correspondantes apparaissant à sa droite. L'espace de l'écran est donc divisé en deux zones

fonctionnellement distinctes : celle de gauche permet l'articulation entre les items, et l'on pourrait dire d'elle qu'elle assure la fonction syntaxique de la communication. Celle de droite est spécifiquement celle où s'opèrent les substitutions paradigmatiques entre les items disponibles dans le site.

### 3.3. Un espace sémiotique différencié

Si l'on reprend les trois catégories de l'énonciation (lieux, temps et actants), on peut arriver à marquer les différences qui organisent les discours respectifs des six sites.

Chaque chaîne a bien entendu le souci d'affirmer son identité à travers la présence de son logo qui constitue toujours l'élément typographique le plus important de la page. On sait donc toujours " qui parle ". Mais l'identité de l'institution émettrice se dessine aussi de manière plus complexe, faisant intervenir l'ensemble des catégories de l'énonciation pour proposer à l'utilisateur une place dans le discours. TF1, par exemple, affirme sa position en ayant recours à une " *live cam* ", une caméra branchée en permanence sur le réseau. Le texte du site indique : " *Où se trouve notre caméra ? Placée au sommet de la tour de TF1, notre caméra vous propose d'observer Paris en temps réel* ". Alternance du *nous* et du *vous* : TF1 est une chaîne au service de ses téléspectateurs. Temps réel : l'idéologie télévisuelle est bien là comme d'habitude. Observer Paris : TF1 est une chaîne de la capitale, une grande chaîne, donc. Et elle a de gros moyens puisque c'est le seul site à proposer ce service. Par comparaison, Canal + a été l'un des premiers sites Web français à proposer une *live cam* braquée en permanence sur... la machine à café de la rédaction ! C'est la connivence avec le public qui semble recherchée, l'image d'une chaîne qui n'aurait rien à cacher. C'est aussi l'idéologie de la transparence qui réapparaît.

Les interfaces graphiques, en charge du contact avec le cybernaute, peuvent être considérées comme l'un des actants importants de la communication des chaînes. On peut les classer selon leur appartenance à un gradient entre *abstrait* et *concret* pour reprendre la distinction qu'établissait Gilbert Simondon (1989, p. 21) pour rendre compte de la genèse des objets techniques : " [...] *il existe une forme primitive de l'objet technique, la forme abstraite, dans laquelle chaque unité théorique et matérielle est traitée comme un absolu, achevée dans une perfection intrinsèque nécessitant pour son fonctionnement, d'être constituée en système fermé [...]* ". À un moment plus avancé de sa genèse, l'objet technique devient *concret*, c'est à dire que toutes ses parties et fonctions sont intégrées au sein d'un ensemble unifié<sup>7</sup>. Si l'on réutilise ces notions, on se rend compte que le site le plus *abstrait* correspondrait à celui d'Antenne 2 : chaque élément du sommaire est parfaitement identifié, séparé des autres, et les fonctionnalités de base des navigateurs (ascenseurs, liens

---

<sup>7</sup> Pour Simondon, la terminologie " abstrait/concret " ne renvoie absolument pas aux théories de la représentation ou à l'esthétique.

hypertextes matérialisés en couleurs) sont nécessaires à la navigation. L'ensemble donne l'impression visuelle d'une accumulation de parties autonomes. A l'opposé on trouverait le site de TF1 : son interface, très *concrète*, représente un objet matériel compact et unifié. Une sorte de boîtier dessiné en volume sur trois plans successifs de l'espace perspectif, avec des effets de brillance et de matière, encadre des zones cliquables qui n'exploitent aucune des fonctionnalités de base des navigateurs. Le "boîtier" comporte même son propre jeu de boutons en relief dont certains reprennent les pictogrammes et les fonctions du navigateur. L'ensemble vise à créer une impression d'unicité, une sorte de télécommande à fort niveau d'intégration et indépendante du navigateur. Des six interfaces, c'est d'ailleurs celle qui prend le moins appui sur les proportions, les verticales et les horizontales de la fenêtre du navigateur pour sa cohérence en termes de composition graphique. Entre ces deux extrêmes, chacune des autres chaînes adopte une position mixte. On peut faire l'hypothèse que la forme *concrète*, intégrée, de l'interface de TF1 renvoie à la visée d'un public non spécialiste du Web, le grand public habituel de la chaîne, plus habitué aux télécommandes de télévision qu'aux liens hypertexte. France 2 s'adresserait au contraire à un public déjà habitué aux codes graphiques du Web.

Enfin, pour terminer cette rapide analyse, on peut observer la hiérarchie des titres et certains éléments de présentation des programmes et de l'actualité événementielle. Pour TF1, par exemple, la rubrique "*téléshopping*" est matérialisée par un titre qui a la même importance que la rubriques "*programmes*". Lors de la première observation du site, cette rubrique venait même avant la rubrique des programmes et celle de l'information. Un formulaire de commande en ligne est ensuite très rapidement disponible dans l'arborescence des liens et reprend le type de logotypie et de présentation criarde qui existe dans certains catalogues de vente par correspondance. TF1, à travers son site, semble donc s'adresser à un public qu'elle définit comme un public de consommateurs. Pour ce qui est de l'information, TF1 propose, entre autre, une sélection thématique ainsi qu'une "une" illustrée d'une image extraite d'un de ses reportages. Si l'on compare avec France 2 ou France 3, c'est la rubrique "*information*" qui est au sommet de la hiérarchie, tout en haut du sommaire. Le site de France 2 se présente comme "*Le premier site français d'information continue*". Lorsqu'on clique sur cette rubrique, on accède à une très longue page ne comportant que des textes au format des dépêches d'agences, datées et comportant l'heure et la minute d'émission. Leur classement correspond à l'heure d'arrivée des dépêches. A travers ces deux exemples, on retrouve une vieille distinction entre les politiques éditoriales des chaînes. Eliseo Véron (1981, p. 134) expliquait en effet que : "*Si, à TF1, ce sont les événements qui sont mis en scène, à A2 nous assistons à la mise en scène du discours de l'information lui-même*".

L'observation de la rubrique "*programmes*" est, elle aussi, un moyen de cerner les stratégies énonciatives des sites. Arte est ainsi le seul site à proposer un classement par genre de ses émissions, présupposant donc une forme de méta-connaissance de la télévision de la part de son public. On retrouve là le type de public cultivé que cible habituellement la chaîne.

#### 4. CONCLUSION

L'espace sémiotique du réseau apparaît clairement, à travers les quelques exemples proposés plus haut, comme un espace différencié. Des modalités énonciatives différentes selon les institutions qui produisent les messages y coexistent. Ces modalités renvoient, comme pour n'importe quel autre média, à un rapport énonciateur/destinataire ainsi qu'à l'échec toujours possible de cette communication. Des intentions et des conventions préexistent à l'élaboration des messages, renvoient à certains aspects du lien social, et ne permettent pas de postuler que les nouveaux médias constituent une forme de communication radicalement différente et immédiate. Héritiers d'utopies, de systèmes de valeurs et d'habitudes, ces médias sont aussi des espaces de confrontations de logiques et de réappropriations au sein de pratiques de réalisation. C'est donc une culture complexe qui se dessine, déjà structurée autour de langages, mais aussi en pleine évolution. Loin des présupposés technicistes et instrumentalisants, la perspective d'une éducation à ces nouveaux médias semble constituer un préalable à leur exploitation pédagogique.

Igor BABOU

Ecole Normale Supérieure de Fontenay/Saint-Cloud

#### Bibliographie

- BADDELEY, A. 1993. La mémoire humaine : théorie et pratique. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble
- BUSH, Vannevar. 1945. "As we may think". *Atlantic Monthly* <http://www.theatlantic.com/unbound/flashbks/computer/bushf.htm>
- COMPTE, Carmen. 1985. Using soap opera structure for aural French comprehension — Ph D. New York : New York University
- DAMASIO, Antonio R. 1995. L'erreur de Descartes. Paris : Odile Jacob
- DARNTON, Robert. 1982. L'aventure de l'encyclopédie. Paris : Perrin
- DENIS, Michel. 1989. Image et cognition. Paris : P.U.F
- FOUCAULT, Michel. 1969. L'archéologie du savoir. Paris : Gallimard
- GARDNER, H. 1983. Frames of mind : the theory of multiple intelligences. New-York : Basic books
- GIRY, Marcel et LUCIEN, Jean-Claude. 1996. "Navigation en hypermédia et/ou en multimédia et construction de savoir". *Hypermédiats et Apprentissages* 3. 35-45
- HABERMAS, Jürgen. 1996. L'espace public. Paris : Payot
- JACQUINOT, Geneviève. 1977. Image et pédagogie. — Paris : P.U.F
- JOHNSON-LAIRD, P. 1989. Foundations of cognitive science. MIT Press
- KOSSLYN, S. M. 1980. Image and mind. Harvard : Harvard University Press
- LAMBERT, Frédéric. 1995. "Les indices du direct". Dans Buxton, D., Esquenazi, J.-P., Lambert, F., Regaya, K. et Sorlin, P. (ed.). *Télévisions*. Paris : L'Harmattan
- LEVY, Pierre. 1990. Les technologies de l'intelligence. Paris : La Découverte

- METZ, Christian. 1970. "Images et pédagogie". *Communications* 15, 162-168
- PEIRCE, Charles S. 1978. *Ecrits sur le signe*. Paris : Seuil
- PROULX, Serge et SENEAL, Michel. 1995. "L'interactivité technique, simulacre d'interactivité sociale et de démocratie ?". *T.I.S.* vol 7 N° 2, 239-255
- SALOMON, Gavriel. 1981. "La fonction crée l'organe". *Communications* 33, 75-101
- SIMONDON, Gilbert. 1989. *Du mode d'existence des objets techniques*. Paris : Aubier
- TRICOT, André et BASTIEN, Claude. 1996. "La conception d'hypermédias pour l'apprentissage : structurer des connaissances rationnellement ou fonctionnellement ?". *Hypermédias et Apprentissages* 3. 57-72
- TETU, Jean-François et RENZETTI, Françoise. 1995. "Internet : évolution d'un projet d'espace public de la recherche". *T.I.S.* vol 7 N° 2, 189-201
- VERON, Eliseo. 1981. *Construire l'événement*. Paris : Editions de Minuit
- 1983. "Il est là, je le vois, il me parle". *Communications* 38. 98-120
- 1987. *La sémiotique sociale*. Saint-Denis : P.U.V