



LE PRINCIPE DU CONTRADICTOIRE : PARADIGME DE LA SOCIETE DE L'INFORMATION ?

Arnaud Lucien, Denis Gaste

► **To cite this version:**

Arnaud Lucien, Denis Gaste. LE PRINCIPE DU CONTRADICTOIRE: PARADIGME DE LA SOCIETE DE L'INFORMATION?. 2006. <sic_00078235>

HAL Id: sic_00078235

https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00078235

Submitted on 30 Oct 2006

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.

LE PRINCIPE DU CONTRADICTOIRE : PARADIGME DE LA SOCIÉTÉ DE L'INFORMATION ?

Arnaud LUCIEN

Enseignant chercheur.

Laboratoire Information – Milieux – Médias – Médiations / Institut INGEMEDIA

Université du Sud Toulon Var

Université de Toulon & du Var ▲ BP 132 ▲ 83957 La Garde Cedex

arnaud.lucien@univ-tln.fr

Denis GASTE

Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication

Laboratoire Information – Milieux – Médias – Médiations / Institut INGEMEDIA

Université de Toulon & du Var ▲ BP 132 ▲ 83957 La Garde Cedex

gaste@univ-tln.fr

Résumé :

Les nouveaux médias dans leur hétérogénéité permettent d'émanciper l'individu des représentations imposées par les médias traditionnels. Dans la société de l'information, l'individu, disposant d'une information « *contradictoire* » par la diversité des regards qui lui sont proposés, a la possibilité de construire sa propre représentation, sa propre vérité. Les problématiques de l'éthique de l'information doivent désormais être interrogées au regard du contexte de réception.

Mots clés :

Information contradictoire, société de l'information, médias, éthique.

LE PRINCIPE DU CONTRADICTOIRE : PARADIGME DE LA SOCIÉTÉ DE L'INFORMATION ?

L'« évènement » dispose d'une fonction symbolique, d'un sens, d'une signification et une valeur effective dans le champs des rapports de pouvoir et de culture, qui forme la naissance d'une mémoire commune¹. Les différentes façons de « traiter » ou plutôt de « faire » l'évènement sont révélatrices des enjeux de la communication entre les peuples mais aussi de la contingence des représentations individuelles. L'espace euro méditerranéen constitue alors un excellent exemple par la diversité des regards qu'il propose pour un même évènement.

Les nouveaux médias offrent une possibilité alternative de confrontation des regards². Aujourd'hui, chacun a la possibilité de s'exprimer presque librement sur les réseaux et comme corollaire à cette liberté d'expression, chacun dispose d'un droit à l'information digne des sociétés les plus pluralistes. L'innovation technologique a permis d'abattre les frontières techniques, temporelles, matérielles ...qui semblaient s'opposer à la création d'un espace public³ élargi et pourquoi pas mondial. Les médias traditionnels sont en effet souvent à l'origine de représentations imposées et non de communication entre les peuples. Pour exemple, les conflits sociaux de 2006 en France étaient perçus à l'étranger comme résultant d'une guerre civile, et pour bon nombre d'européens, la représentation des pays du Maghreb, reste partagée entre tourisme et terrorisme.

L'apparition des nouveaux médias par la possibilité d'une communication « many to many » s'accompagnait de l'utopie d'un

village planétaire et de la perspective d'une communication émancipée, dégagée des représentations imposées. Si ces approches ont été requalifiées en tant qu'utopies, les nouvelles pratiques ont permis un changement de comportement des individus par rapport à l'information.

L'hétérogénéité des nouvelles pratiques conduirait même à un partage de la capacité de nommer. Blogs, site web, et, d'une manière générale, l'accès à une information désintermédiée auraient des conséquences sur la construction de l'évènement par la possibilité offerte d'avoir accès à une information contradictoire.

Ainsi, l'avènement de la « société de l'information » a bouleversé les habitudes de la profession de journaliste⁴. Les possibilités de diffusion, de recueil et de traitement de l'information se sont élargies entraînant une mutation des modèles de production et de réception de l'information. Désormais, chacun a la possibilité d'occuper une place dans un espace communicationnel, d'être le témoin de son époque, au jour le jour, en diffusant, sans limite ou presque, les informations de son choix⁵ et en s'affranchissant des contraintes liées au journalisme traditionnel⁶.

Il sera question ici d'analyser l'impact des nouvelles pratiques communicationnelles sur la

¹ **LAMIZET (B), SILEM (A)**, « Evènement » *Dictionnaire encyclopédique des Sciences de l'information et de la communication*, Paris : Ellipses 1997 pp237-240.

² Le journalisme pouvant être entendu comme pratique sociale de production discursive avant d'être une profession. **RINGOOT (R) et UTARD (J.M)** *Le journalisme en invention*. Presses Universitaires de Rennes 2005 p.18

³ **HABERMAS (J.)** *Théorie de l'agir communicationnel*. 2 volumes Paris, Fayard, 1981/1987

⁴ Selon la définition légale d'application du statut de journaliste, « le journaliste effectue un travail intellectuel en vue de fournir une information ayant un lien avec l'actualité » **VISTEL (J.)** Qu'est ce qu'un journaliste ? Rapport de mission au secrétaire d'Etat à la communication sur le cadre juridique de la profession de journaliste, La documentation française 1993. Bien souvent à cette définition, on ajoute que ce sont les médias qui font l'actualité, qui font « l'évènement » et même l'opinion **CHARRON (J. M.)** « Les médias font ils l'opinion ? » *Sciences humaines* n°74 juillet 1997.

⁵ Notamment par l'interface de sites *web*, de *weblogs*...

⁶ Ces contraintes résident notamment dans l'obtention d'une carte de presse (non obligatoire pour exercer la profession mais manifestant une certaine reconnaissance de la profession)

construction de l'évènement au regard de la mutation des modes de production de l'information mais surtout au regard de la mutation des modes de réception de l'information.

La diversité des pratiques génère une confrontation des regards (*I*) et permet de s'interroger sur la reconnaissance du principe du contradictoire comme paradigme de la société de l'information (*II*).

I. De la diversité des pratiques à la diversité des regards

Diversité des pratiques

« Site de média traditionnel, témoignage engagé, journal intime ... » les nouvelles pratiques liées aux usages des TIC sont en effet particulièrement hétérogènes et surtout ne sont pas encadrées par des règles professionnelles⁷. « Blogs »⁸, sites Internet... n'apportent aucune garantie de transparence⁹, d'éthique et de qualité de l'information contrairement aux pratiques d'une profession organisée. L'activité journalistique évolue, elle se résume de plus en plus à reprendre des informations glanées sur différents supports (*web*, journaux...). Ces méthodes s'opposent à la production d'une information sûre. De même, l'atomicité et l'hétérogénéité de ce nouvel environnement de production de l'information s'opposent à l'identification du discours de ces dispositifs socio techniques d'information et de communication¹⁰. Les risques de confusion

⁷ Il faut signaler que certains codes d'usages et autres phénomènes d'autorégulation tels que la *netiquette* sont appliqués par certains en dehors de toute contrainte.

⁸ Contraction de « *weblog* » qui signifie « *journal de bord du web* ».

⁹ La transparence tient notamment à l'existence d'un « *ours* », et notamment à la transparence financière imposée, permettant d'identifier les propriétaires du média.

¹⁰ Dossier scientifique du laboratoire de recherche I3M mai 2004. « *Les DISTIC sont à rattacher à la tradition anthropotechnique fondée par Leroi-Gourhan et poursuivie en France par Bernard Stiegler, à l'archéologie du savoir de Michel Foucault, au concept de double médiation sociotechnique développé par Madeleine Akrich, au projet fondateur de la médiologie (chez Régis Debray et Daniel Bounoux, par exemple), aux arts de faire des usagers mis en évidence par Michel De*

préjudicent alors à l'ensemble des pratiques dont l'objet est d' « *informer* ».

Ces nouvelles pratiques évoquent même un retour en arrière. Ainsi, les nombreux « *blogs* » contestataires sont parfois très proches des multiples canards pamphlétaires¹¹, qui existaient pendant la révolution française. Leurs auteurs s'expriment dans une forme qui se cherche : entre l'intime et le public. Pour exemple, les « *blogs* » apparaissent comme le média de toute contestation¹². Ainsi, après le « *11 septembre 2001* », des « *warblogs* » sont apparus à l'initiative de commentateurs conservateurs qui souhaitaient une approche plus patriotique que celle des grands médias nationaux jugés trop libéraux¹³.

Ces incroyables possibilités de communication offertes par les réseaux effraient les régimes totalitaires, qui y voient une potentielle source de déstabilisation du régime par la diffusion d'idées subversives¹⁴. Il faut aussi évoquer les excès de l'absence de médiation par l'interface d'une profession organisée. Parfois c'est même

Certeau et au paradigme socioconstructiviste développé à l'Ecole des Mines de Paris (CSI) par Michel Callon et Bruno Latour »

¹¹ Pendant la Révolution française, près de 1350 titres, parfois pamphlétaires apparaissaient de façon hétérogène et spontanée : *Le patriote français de Brissol, Le courrier de Provence de Mirabeau, Le journal de la République française, L'ami du peuple de Marat, Le père Duchesne d'Hébert, Le courrier de Pris de Corsas, Les révolutions de France et le vieux cordelier de Camille Desmoulins...*

¹² L'Internet échappe pour l'instant aux critiques suscitées par les médias traditionnels dans la deuxième moitié du XX^e siècle, en tant que dispositifs accusés d'imposer un discours coercitif. CHOMSKY (N.), HERMAN (E S.) *La fabrique de l'opinion publique*. Le serpent à plumes Saint Amand-Montrond 2004 345 p ; BOURDIEU (P.) « L'emprise du journalisme » *Actes de la recherche en sciences sociales* 101 – 102 mars 1994 p 3 -9...

¹³ PISANI (F), Une frénésie de « *blogs* », *Manière de voir, Le Monde Diplomatique*, n°80 avril mai 2005 p.60

¹⁴ L'absence de territorialité de ce nouvel espace public est en l'espèce, un atout considérable : nombreux sont les sites d'opposition hébergés à l'étranger Les créateurs de contenu développent beaucoup d'ingéniosité pour pouvoir conserver une tribune dans leur pays voir Rapport Reporter Sans Frontières « *Internet sous surveillance* » 2004 www.rsf.fr

l'information brute qui est diffusée, sans commentaire, sans traitement¹⁵.

De cette façon, les réseaux permettent aux groupes extrémistes, terroristes, de disposer d'une tribune et d'adresser directement leur message sans la mise en forme, sans la « *traduction éthique* » des médias traditionnels¹⁶. D'autres excès méritent d'être signalés : les multiples atteintes aux droits de la personnalité (*droit à la vie privée, droit au respect de la présomption d'innocence, droit à l'image...*), dignité de la personne humaine, propriété intellectuelle (*droits d'auteurs...*)...

A coté de ces usages particulièrement hétérogènes, certaines pratiques s'institutionnalisent notamment à travers l'« *e-redactionnel* » - un journalisme en ligne recevant la confiance d'un public qui lui témoigne sa fidélité. Les pratiques de l'« *e-redactionnel* » s'éloignent considérablement des modèles traditionnels de production de l'information¹⁷. La production de l'information n'est plus guidée par la « *corporate governance* »¹⁸ de l'entreprise de presse. La réception de l'information est, dans ce cas, l'étape finale d'une démarche choisie et gratuite. Le modèle économique du « *webzine* » est particulièrement atypique et hétérogène : du bénévolat..., au modèle de production audiovisuelle.

Les problématiques récurrentes concernant la recherche sur le journalisme sont re-contextualisées : doit on redéfinir le journalisme¹⁹ au regard des nouvelles

pratiques ? Quelle régulation envisager ? Quelle labellisation pour l'information²⁰ ? La labellisation n'entraîne t'elle pas un risque de censure ? Quelle autorité pour réguler la profession de journaliste ?

qui constituent pour certaines un ordre et disposent d'une déontologie réellement contraignante. L'organisation de la profession est légale pour ce qui concerne le statut du journaliste à travers les articles L761-2 et suivants du Code du travail, syndicale notamment depuis 1918 avec la création du SNJ et notamment à travers les chartes de 1918 modifiée en 1938 et 1971 de Munich.

²⁰ **PIGEAT (H.), HUTEAU (J.)** Rapport de juin 2003 *Ethique et qualité de l'information* Paris PUF janvier 2004 168 p. **CHAUDY (S.)** *Mutations des modèles de production de l'information dans un contexte de mondialisation* Thèse en cours. La « *labellisation de l'information* » et l'instauration de normes de transparence et de « *qualité* » sont des solutions évoquées dans ce sens. L'idée d'un label « *presse* » était déjà suggérée dans le rapport gouvernemental « *La presse et le multimédia* ». De même, une profession de foi diffusée sur le média était préconisée. Lors du LI^e congrès de la presse mondiale à Kobé en 1998 : un label baptisé « *Pressmark* » (« *Ce label, qui devra être recherché en concertation avec l'ensemble des parties concernées : éditeurs, journalistes, associations de consommateurs, serait apposé par quelque procédé technique que ce soit et permettrait d'identifier du premier coup d'œil un service d'information soucieux d'apparaître comme tel.* ») était proposé par l'« *Association Européenne des Editeurs de Journaux* » (ENPA) Il s'agissait d'un procédé technique de marquage électronique d'identification et de protection de l'œuvre journalistique sur Internet. Ce label serait décerné aux sites qui s'engageraient à respecter les obligations légales du journalisme et l'éthique professionnelle. Cette problématique fait aussi partie des préoccupations du Comité économique et social européen : dans un avis sur le pluralisme rendu à la Commission européenne, il préconise « *l'identification de l'information disponible, notamment par l'introduction d'un label européen de qualité de l'information et d'éthique professionnelle sur la base d'une autorégulation de l'industrie des médias* », avec pour objectif : garantir le pluralisme, l'indépendance et le caractère licite de l'information. Plus récemment, un rapport de juin 2003 « *Ethique et qualité de l'information* » réaffirmait cette nécessité de procéder à l'encadrement de ces nouvelles pratiques notamment par la labellisation de l'information.

¹⁵ Certains parlent de « *désintermédiation* » entre le contenu et l'individu. **LAUBIER (de) (C.)** *La presse sur Internet* Que sais je ? Paris PUF 2000

¹⁶ De véritables vitrines médiatiques apparaissent sur Internet par des sites relatant les exactions et diffusant l'idéologie de personnes prônant le *Jihad*., à l'image de www.taliban.org et de www.lvo.org.

¹⁷ **MATHIEN (M.)**. *Economie générale des médias*. Ellipses Infocom. 2003

¹⁸ Gouvernement d'entreprise ; La ligne éditoriale dépend en effet des modèles économiques qui s'appliquent à la production de l'information (propriété de l'entreprise, salariés, syndicats, lecteurs, associations de lecteurs, d'actionnaires...), **PEREZ (R.)** *La gouvernance de l'entreprise*. Paris La découverte Coll. Repères 2003 123 p.

¹⁹ La profession de journaliste ne bénéficie pas en effet de l'organisation des professions réglementées

La confrontation des regards

En toute hypothèse, et malgré les questionnements provoqués en des termes éthiques, la société de l'information, offre la possibilité d'un accès à une information contradictoire, par la diversité des regards proposés.

C'est cette diversité des regards qui contribuerait à la recherche de la vérité. Selon les théories libérales (*anglo saxonnes*) représentées notamment par **John Stuart Mill** la liberté d'expression est à rapprocher de la recherche de la vérité. Ces théories évoquent un marché des idées au service de la liberté²¹. La vérité ne devant pas craindre la concurrence sur le « *marché libéral* » des idées.

Bien souvent les « *producteurs d'information* » qui revendiquent la qualité de journaliste ont pour but affiché : objectivité et recherche de la vérité. Même si les regards sont emprunts des mêmes objectifs conceptuels, l'auteur reste enfermé dans un rapport de soumission de l'objet au sujet à travers son regard.

En effet, la perception et l'interprétation, seraient liées selon *Gadamer* à la « *position herméneutique* » de l'individu.

L'étymologie du verbe percevoir va dans ce sens : « *per-capere* », à la fois signifier recevoir ou saisir (*capere*) par l'action des sens (*per*), c'est la perception intellectuelle, médiate que nous interrogerons, en tant que perception médiatée par une activité d'interprétation : élaboration d'un sens à travers des signes : le jugement perceptif. Cette interprétation intervient pour assigner un sens : décrypter un ensemble de signes²² notamment au regard de la « *conscience historique* » de l'individu.

La qualification, est donc un choix, celui du traducteur (le journaliste ou « *cyber-journaliste* ») qui conformément à des règles et normes culturelles et professionnelles va qualifier l'évènement. L'interprétation est ainsi

toujours soumise à certains aspects idéologiques²³ (*existentialiste, marxiste, psychanalytique, politique...*). Toute activité de qualification, d'interprétation est objet d'une éthique renouvelée. L'interprétation serait le reflet présentable de préjugés non avoués, de présupposés culturels. Le discours est alors légitimé par son objectivité et sa normativité tout en étant influencé par ses aspects subjectifs, historiques et idéologiques notamment liés au langage.

Il en découle des conséquences directes sur l'activité d'« *informer* », l'activité du journaliste : celle de nommer l'évènement. La société de l'information, comme marché des idées permettrait d'avoir accès aux différents regards sur un même évènement : d'avoir une information non pas en contradiction mais contradictoire dans le sens où le point de vue des différents protagonistes est exprimé, sans pour autant que les points de vue soient opposés, les différentes subtilités et la diversité des regards est préservée de toute uniformisation. On s'éloigne ici de la conception anglo-saxonne du marché des idées qui fait référence à un choix rationnel sur un marché. Le concept d'information contradictoire ne propose pas de faire un choix mais de progresser dans la recherche de la vérité en permettant à l'individu de construire sa propre représentation.

L'individu disposant d'une information contradictoire serait désormais émancipé d'une représentation qui lui serait imposée, il disposerait ainsi des moyens de construire sa vérité.

II. Le principe du contradictoire comme nouveau paradigme²⁴ de la société de l'information ?

Le principe du contradictoire évoque pour les juristes une garantie procédurale attachée au

²¹ Selon Justice *Oliver Wendell Holmes* : "the best test of truth is the power of the thought to get itself accepted in the competition of the market, and that truth is the only ground upon which their wishes safely can be carried out."

²² **LAMIZET** (B.), *sémiotique de l'évènement*, Paris : Lavoisier 2006

²³ Sur la question, *Gadamer* appelle cet aspect de la subjectivité de l'individu « position herméneutique du sujet » qui constitue un des éléments de compréhension de l'interprétation.

²⁴ Le contradictoire peut être entendu comme un paradigme du procès au regard de la définition de *Kuhn* en tant que système normatif articulé sur différents éléments : les généralisations symboliques, les croyances collectives, les valeurs relatives à l'institution et les réussites exemplaires.

droit de la défense²⁵. Dans la société de l'information, l'individu peut être comparé à un juge qui devra construire sa représentation au regard des représentations proposées par les parties.

Le principe du contradictoire et la société de l'information

Par la médiation de l'évènement, la « société de l'information » est ainsi un espace de communication comparable à l'espace de communication judiciaire. L'internaute et d'une manière générale, l'individu face aux médias serait un juge, juge qui dans un contexte traditionnel serait encadré par une procédure accusatoire, dans laquelle ce sont les parties qui mènent le procès et qui proposent leur représentation, ce juge étant tenu de choisir parmi l'une d'entre elles. Dans la société de l'information, la capacité de juger est encadrée par une procédure sur le modèle inquisitoire, c'est l'internaute qui cherchera l'information et construira sa représentation. Celle-ci souffrira toujours de la qualité de son juge. De même que le journaliste, le juge « informe », du latin « *in formare* » : il met les faits en forme. Cette information (*judiciaire*), qui nous fait penser à celle du juge d'instruction, lui permet un parcours grâce aux propositions des moteurs de recherche et surtout à l'interactivité. Il peut instruire à charge et à décharge pour se former sa représentation sa vérité.

L'interactivité modifie considérablement la réception de l'information. La communication n'est plus verticale mais horizontale (*many to any*), consommateurs et diffuseurs se confondent souvent. L'information n'est ainsi plus dispensée comme un cours magistral mais développée comme une conversation.

Désormais, l'« *article* » n'est plus une fin en soi, la lecture linéaire n'existe plus, il faut envisager le texte initial comme un portail ouvrant sur une lecture et une écriture interactive qui permettent d'ailleurs de replacer l'information dans son contexte, par quelques

²⁵ mais aussi et depuis plus d'un siècle au droit de la communication à travers le droit de réponse qui est la prérogative permettant à une personne désignée de diffuser une réponse dans les formes mêmes de la désignation

« *clics* ». De même, les principes du journalisme traditionnel ne se retrouvent pas forcément. Ainsi, le principe de la pyramide inversée selon laquelle un article doit commencer par les éléments d'actualité principaux pour ensuite se terminer par les détails les moins importants est remplacé par un « *iceberg inversé* » : les principales informations sont données pour ensuite être étayées indéfiniment, selon un modèle encyclopédique.

La requête d'information s'oppose aux modèles traditionnels : la presse propose diverses informations à partir d'un même regard : celui de la ligne éditoriale alors que la recherche d'information sur Internet proposera une même information à travers différents regards : permettant une information contradictoire sur un même évènement. De la même manière, l'individu est libéré de l'« *agenda setting* » proposé par les médias traditionnels²⁶.

Théoriquement, c'est donc confronté aux multiples regards, aux multiples représentations que l'internaute pourra établir sa vérité.

Les limites du principe du contradictoire

Les incroyables perspectives d'accès à une information contradictoire sont malheureusement limitées par les usages sociaux et les nouvelles frontières techniques.

L'individu est soumis à la représentation du monde offerte par les moteurs de recherche, fondée sur des algorithmes techniques qui privilégient toujours un aspect de l'information. Il s'agira souvent du regard proposé par les médias traditionnels²⁷. De plus

²⁶ La « *fonction d'agenda* » a été présentée en 1972 par **Mc COMBS** (M.) et **SHAW** (D.), elle insiste sur la capacité des médias à focaliser l'attention du public sur certains évènements. Sur cette question **CHARRON** (J.M.) « Les médias font ils l'opinion ? » *Sciences humaines* n°74 juillet 1997

²⁷ Pour exemple : les 10 premiers résultats pour une requête sur le moteur de recherche *Google* le 17 juillet 2006, en plein conflit Libano – Israélien permet de constater l'hégémonie des médias traditionnels sur la question : 1° position : « *Libération* » – 2° position : « *Yahoo France Actualité* » (informations exclusivement issues des

les contraintes linguistiques imposent naturellement leurs contraintes culturelles. L'internaute sera confronté à une information conditionnée par le langage utilisé qui sera souvent celui de sa langue maternelle.

D'autre part, les blogs, et autres médias alternatifs ne bénéficient que d'une audience limitée²⁸. En effet, l'analyse des sites d'information de proximité caractérise un véritable attachement au territoire²⁹ et une ouverture aux autres cultures limitée : véritable paradoxe pour l'*Internet* en tant que média « mondial ». Le « weblog », qui pourra être vu aux quatre coins du monde verra son audience limitée à un quartier, un groupe d'amis, une classe d'écoliers... Ces pratiques renvoient alors à la problématique « local global » et contredisent une fois de plus l'utopie³⁰ du « village planétaire »³¹. Selon un rapport du *Pew Center*³² « les blogs suscitent un intérêt croissant auprès d'un nombre réduit d'internautes, mais il ne sont pas encore une source d'informations et de commentaires pour la majorité des usagers. Quatre pour cent des américains qui ont accès à Internet

agences de presse *Reuter, AFP, AP*) – 3° position « *Tribune de Genève en ligne* » – 4° position : un forum hébergé par France 2 – 5° position « *Deutsche Welle* » - 6° position : « *L'express* » - 7° position : « *Forum voilà* » - 8° position : « *Radio canada* » - 9° position : « *Radio France* ».

²⁸ Ce qui permet une autre comparaison avec les outils de diffusion de l'époque révolutionnaire.

²⁹ Internet conserve un ancrage territorial, son développement suit celui des infrastructures traditionnelles, sur cette question. **GRASLAND** (L.) « Internet : un réseau et des territoires » *Sciences humaines*, hors série n°16, mars/avril 1997.

³⁰ Comme chaque innovation technique, Internet s'est accompagné d'un discours utopique sur les bouleversements sociaux espérés. Sur cette question **FLICHY** (P.) *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales. Vers une théorie de l'innovation*, La Découverte, 1995 ; « Utopies et innovations, le cas Internet » *Sciences humaines*, hors série n°16, mars/avril 1997.

³¹ **BRETON** (P.) *Le culte de l'internet*. Paris La découverte 2000 128p. L'association global - local renvoie au concept de « *glocalisation* » néologisme dont la paternité appartiendrait à Philippe QUEAU, directeur à l'UNESCO.

³² www.pewinternet.org "A non-profit research center studying the social effects of the Internet on Americans".

consultent des blogs pour y trouver des nouvelles ou des opinions. Le nombre total est si petit qu'il n'est pas possible de tirer des conclusions statistiquement significatives concernant ceux qui les utilisent ». L'espace communicationnel est alors contingent et doit être redéfini en fonction de chaque pratique isolée. Cette contrainte doit nécessairement être prise en considération dans l'élaboration d'outils conceptuels de régulation.

Certains outils dédiés à l'information permettent une fidélisation des internautes, il en est ainsi par exemple des flux RSS qui souvent intégrés dans un navigateur *web* jouent le rôle d'un véritable abonnement presse, fidélisant l'internaute et le privant par la même occasion d'une recherche plus poussée.

Ce phénomène permet de rejoindre la notion de consommation de l'information comme bien informationnel. Cette attitude consommatrice exige une ligne éditoriale particulière : des images, des textes courts... et finalement tout sauf une recherche approfondie sur un événement et tout sauf la confrontation des regards au profit d'une information consommée.

Cet avènement de la « *société de l'information* », n'est donc pas celui d'une « *société de la communication* ». Dans ce contexte et notamment au regard de la notion d'information contradictoire, c'est le comportement de celui qui reçoit l'information qui doit faire l'objet d'une éthique...

Bibliographie

BALLE (F.) *Médias et société* Paris : Montchrestien 2003.

BEIGNIER (B.) « Déontologie » *Dictionnaire de la culture juridique* Paris : Lamy -PUF 2003. 1649p.

BILGER (P.) *Le Droit de la presse* Paris : PUF coll. Que sais je ? 2003 127 p.

BOUGNOUX (D.) *La communication par la bande. Introduction aux sciences de l'information et de la communication* Paris : La découverte 1991.

- BOURDIEU** (P.) « L'emprise du journalisme » *Actes de la recherche en sciences sociales* 101 – 102 mars 1994 p 3 -9
- BOURDIEU** (P.) *Langage et pouvoir symbolique*. Paris : Essais Points 1991 418p
- BRETON** (P.) *Le culte de l'internet*. Paris : La découverte 2000 128p.
- BRUNET** (P.J.) *L'éthique dans la société de l'information* Laval : L'Harmattan
- CHARRON** (J. M.) « Les médias font ils l'opinion ? » *Sciences humaines* n°74 juillet 1997.
- CHOMSKY** (N.), **HERMAN** (E. S.) *La fabrique de l'opinion publique*. Saint Amand-Montrond : Le serpent à plumes 2004 345 p
- GADAMER** (H.G), Vérité et méthode, Les grandes lignes d'une herméneutique philosophique Paris : seuil 1966.
- GRASLAND** (L.) « Internet : un réseau et des territoires » *Sciences humaines*, hors série n°16, mars/avril 1997.
- HABERMAS** (J.) *Théorie de l'agir communicationnel*. 2 volumes Paris : Fayard, 1981/1987
- I3M** Dossier de contractualisation du laboratoire de recherche I3M mai 2004 www.lepont.univ-tln.fr
- KANT** (E.) *Critique de la raison pure* Paris : GF Flammarion 1997
- LATOUR** (B.) *La science en action, introduction à la sociologie des sciences* Paris : La découverte 2005 658
- LAUBIER** (de) (C.) *La presse sur Internet* Que sais je ? Paris : PUF 2000
- LAUPIES** (F.) *Leçon philosophique sur la représentation* Paris : collection Major PUF 2001 136 p.
- LAMIZET** (B), **SILEM** (A), « Evènement » *Dictionnaire encyclopédique des Sciences de l'information et de la communication*, Paris : Ellipses 1997 pp237-240.
- LAMIZET** (B.), *sémiotique de l'évènement*, Paris : Lavoisier 2006
- LEGENDRE** (P.) *De la société comme texte Linéaments d'une anthropologie dogmatique* Paris : Fayard 2001 258p
- LEVY** (P.) *L'intelligence collective* Paris : La découverte.1994
- MATHIEN** (M.) *Les journalistes* Que sais je ? Paris : PUF 1995 127p.
- MATHIEN** (M.) *Economie générale des médias*. Paris : Ellipses Infocom. 2003
- MATTELART** (A.) et **MATTELART** (M.) *Histoire des théories de l'information et de la communication* Paris : La découverte coll. Repères 1997 322 p.
- MATTELART** (A.) *La mondialisation de la communication* Paris : PUF Collection Que sais je ? Paris 1996 128 p.
- MORET-BAILLY** (J.) *Les déontologies* Aix : PUAM 2001 539 p.
- MOURIQUANO** (J.) *L'écriture journalistique* Que sais je ? Paris : PUF 1997
- PIGEAT** (H.), **HUTEAU** (J.) Rapport de juin 2003 *Ethique et qualité de l'information* Paris : PUF janvier 2004 168 p.
- RASSE**. (P.) *La rencontre des mondes : Diversité culturelle et communication*, Paris : Armand Colin 2006.
- RINGOOT** (R.) et **UTARD** (J.M.) dir. *Le journalisme en invention*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes 2005 215 p.
- RSF** Reporter Sans Frontières *Internet sous surveillance* Rapport 2004 www.rsf.fr
- TAVERNIER** (A.) « Le pouvoir de nommer. La construction de l'information journalistique par le recours à la parole rapportée dans trois quotidiens d'information générale, Le Monde, Libération, Le figaro ». *Actes du colloque de la SFSIC* été 2002.
- WATZLAWICK** (P.) dir. *L'invention de la réalité, contributions au constructivisme* Paris : Seuil 1999
- WOLTON** (D.) « Les contradictions de la communication politique », Paris : *Hermès* n°17-18 1995.