



Xavier Fromaigeat

Internet et l'espace public

Quelle architecture pour une post-humanité ?

Énoncé théorique de Master EPFL - ARCHITECTURE
Semestre d'automne 2018 - 2019

sous la direction de
Prof. Luca Pattaroni

Directeur pédagogique : Jeffrey Huang
Professeur de suivi d'énoncé : Luca Pattaroni
Maître EPFL : Shin Koseki

Lausanne, janvier 2019

TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES MATIERES.....	7
INTRODUCTION.....	11
I LES ESPACES DE LA SPHÈRE PUBLIQUE... 19	
ESPACE(S) PUBLIC(S)	20
Les espaces de la démocratie	21
<i>Démocratie et citoyens - Espaces publics - Espace public</i>	
Publicisation	33
<i>Médias - Information de masse</i>	
ESPACES MÉDIATIQUES	38
Les technologies de l'information et leur espace	39
<i>Le contenant influence le contenu. De la technique au social -</i>	
<i>Continuité historique</i>	
Petite histoire des espaces médiatiques	47
<i>Écriture - Presse - Radio - Télévision - Internet</i>	
II LES ESPACES D'INTERNET	61
INTERNET ET ESPACE	62
L'espace et le temps d'Internet.....	63
<i>Un espace mais non territorial - Accessibilité - Vitesse</i>	
<i>atemporelle</i>	
Caractéristiques de l'espace d'Internet	75
<i>Gratuité - Centralisation - Déplacement - Ubiquité - Avatar -</i>	
<i>Collectif</i>	
Limite sphère privée - sphère publique	89
<i>Internet est-il un espace public ?</i>	
<i>Porosité : Publicisation - Conformisme - Transparence -</i>	
<i>Sphère intermédiaire - Anonymat - Sousveillance</i>	

INTERNET ET INFORMATION.....	112
Changement de paradigme.	113
<i>Société de l'information - Présomption de connaissance - Individualisation - Internet comme alternative</i>	
Concurrence au journalisme.....	123
<i>Blog - Chambre d'écho - Médias alternatifs - Réseaux sociaux, Forum</i>	
INTERNET ET JOURNALISME	134
De l'importance du journalisme.....	135
<i>Contexte et hiérarchie</i>	
L'évolution de la pratique journalistique	141
<i>Fake News - Internet comme prolongement</i>	
III ARCHITECTURE DE MÉDIA	155
EXEMPLE DE PRESSE : LE TEMPS	156
<i>Espaces de rédaction - Espace de diffusion</i>	
CRITIQUE.....	162
Internet change l'espace, pas la ville	163
<i>Internet et la ville - Architecture de médias</i>	
Médias urbains.....	171
<i>Paysage d'interfaces</i>	
CONCLUSION.....	175
UNE ARCHITECTURE POUR LA DÉMOCRATIE.....	176
Enjeux.....	177
<i>Renouer espace et sphère publique - Quel espace public post-humaniste ?</i>	
Ouverture.....	183
<i>Le programme comme outil d'architecture pour Internet</i>	
ICONOGRAPHIE	192
BIBLIOGRAPHIE	194

INTRODUCTION

La démocratie suisse est un modèle de régime politique. Elle se repose sur une citoyenneté active et responsable. Le citoyen est la clé de voûte de ce système. Mais que veut dire aujourd'hui être citoyen ? Si la participation du citoyen dans les décisions collectives est son droit, il en découle aussi des devoirs. Pour exprimer pleinement son droit, le citoyen se doit de s'intéresser aux problématiques collectives. Pour cela il lui est nécessaire d'en comprendre les enjeux. Il lui faut alors s'informer, se construire un avis politique, une citoyenneté. L'information revêt alors l'importance d'un bien public, nécessaire au bon fonctionnement d'une démocratie. Comment s'échange cette information?

Pour une société, le lieu de rencontre et d'échange de ses membres se situe d'abord dans son espace public. C'est dans l'interaction que naît l'opinion. L'échange et le partage entre citoyens est alors essentiel afin de percevoir les sensibilités de l'autre, les différences, les avis divergents, dans un but d'identification au bien commun. Pour qu'il y ait du soi, il faut qu'il y ait de l'autre, disait Paul Ricoeur. Au débat public correspond donc un espace public, nécessité physique au rassemblement.

Aujourd'hui, les actualités politiques posent la question du lieu et du déroulement du débat public. Le mouvement *Occupy*, les *Printemps arabes*, débats présidentiels commentés en direct sur Twitter : la croissance d'Internet semble renouveler les problématiques de l'espace public¹. Les campagnes électorales battent leur plein sur les réseaux sociaux et sur les sites Internet des partis politiques davantage que sur les marchés². Ce constat amène à s'intéresser au lieu médiatique, à son histoire et à son espace.

Les médias de communication permettent le déplacement d'idées et d'information. Cette sphère publique, comme espace de l'opinion publique, évolue avec les technologies. Les médias sont un des biais par lequel le citoyen se renseigne, sur lequel il peut se baser pour se fonder un avis. L'importance

¹ Ibid., 165.

² Elsa Forey, « L'Internet et la démocratie numérique - Introduction », in *L'Internet et la démocratie numérique*, Presses universitaires de Perpignan, 2016, 15.

stratégique de ce canal est donc primordiale pour transmettre des opinions. Si les institutions existent pour établir une stabilité, les outils technologiques permettant de s'informer, eux, évoluent vite, modifiant profondément le rapport du citoyen à cette sphère publique. Le média dépasse son statut de simple vecteur d'information en ayant une influence sur le message qu'il transmet. L'accélération de la vitesse des déplacements et des échanges tendent à raccourcir le temps, mais l'immatériel ne remplace pas le matériel. Le numérique ne se substitue pas au physique, les échanges se cumulent avec l'expression et l'action dans l'espace public multiplié. Internet modifie les modalités du lieu du débat³.

L'espace public était le lieu originel servant de support aux échanges et aux rencontres entre citoyens, idées, générations, différences. Ces lieux d'échange d'information ont muté : agora, forum, salon, presse, radio, télévision, et aujourd'hui espace digital, composent et complexifient la définition et les limites de la sphère publique. En effet, Internet et les technologies numériques révolutionnent l'espace médiatique. La société se trouve face à un changement de paradigme pour le citoyen. La *présomption de connaissance* liée à Internet suppose que le citoyen saura trier le flux continu d'informations afin de comprendre et percevoir le monde. Ces outils offrent aux citoyens la possibilité de concurrencer le journalisme dans la saisie et le traitement de l'information.

Selon cette hypothèse, quelle place pour le journalisme ? Concevoir l'information sans journalisme, est-ce un danger ou un progrès ? Comment le journalisme, comme profession du traitement de l'information, peut-il s'adapter aux évolutions technologiques ? De quelle manière le journalisme doit-il aujourd'hui s'inscrire dans la sphère publique ? Le journalisme comme institution nécessite-t-il un lieu ? L'architecture peut-elle redonner un cadre au journalisme comme nécessité publique ? Quel espace peut redonner un sens à la manière de s'informer ? Faut-il inventer un nouvel espace citoyen, en relation aux nouvelles technologies ?

³ Eric Dacheux et Sébastien Rouquette, « Internet est-il un espace public ? », in *Communication et débat public : les réseaux numériques au service de la démocratie*, L'Harmattan, 2013, 164.

Ces questions ont l'ambition d'explorer les évolutions de la sphère publique au travers de ses outils de communication. Le parcours de leur spatialité tentera d'aborder les lieux de la sphère publique, et de son rapport à l'espace public.

La première partie de ce travail tâchera d'en établir les notions, et de faire une petite histoire des médias qui accompagnent l'Homme dans son évolution, par des révolutions techniques et spatiales. La deuxième partie explorera les caractéristiques spécifiques d'Internet, de ce qu'elles changent tant dans les comportements, les utilisations, que dans leurs conséquences dans l'espace public et la société. La troisième partie prendra l'exemple du journalisme, totalement bouleversé par la révolution Internet, en analysant comment la profession s'adapte dans la pratique et dans la spatialité. L'ouverture finale tentera à la lumière des analyses faites, d'établir le rôle de l'architecture dans ce décor d'une nouvelle société, dont l'enjeu n'est rien d'autre que de faire prendre conscience de l'ampleur du changement technologique qui soutient l'Homme dans sa poursuite d'une évolution, et qui pourrait bien le mener vers une post-humanité.

*Personne n'a jamais promis qu'il était facile d'être un citoyen...*⁴

⁴ Dahlgren, « L'espace public et les médias », 258.

I
LES ESPACES DE LA SPHÈRE
PUBLIQUE

ESPACE(S) PUBLIC(S)

Démocratie et citoyens

La démocratie est une forme de gouvernement dont la souveraineté appartient au peuple, dans laquelle l'individu est le plus à même de déterminer son devenir⁵. Elle se concrétise au travers de votes sur des sujets ou d'élection de représentants. Cette souveraineté partagée suppose que chaque individu qui constitue le peuple consente à ce partage, et accepte ainsi l'élaboration de discussions en commun avec les autres individus.

La société se charge alors de définir des sujets partagés, communs, et de s'organiser pour les gérer. L'individu délègue ainsi à une gestion collective ses problématiques, qui sont néanmoins soumises au débat. Le débat démocratique suppose une prise en compte des avis de tous les individus concernés, ils possèdent donc des droits et des devoirs qui font de l'individu un citoyen : justice, liberté, responsabilité, égalité, etc. Ainsi, la démocratie donne le même poids de décision à chaque citoyen. Cela suppose que tous acceptent l'avis de l'autre, non pour y adhérer, mais comme point de vue différent, exprimant ainsi sa *liberté d'expression*. Dans le débat collectif, ce sont les arguments qui convainquent les autres citoyens à telle ou telle décision. Cela suppose une écoute entre citoyens, ainsi qu'une bonne information des sujets des débats. Ce principe de liberté d'expression et de tolérance est un fondement de la démocratie⁶. Mais pour exprimer son opinion, encore faut-il en avoir une. L'opinion personnelle se forge au contact des autres citoyens, en jugeant ce qui est bon pour la société. Le lien social est donc un autre fondement de la démocratie. L'Abbé Pierre⁷ utilise la célèbre phrase de Sartre « *L'enfer c'est les autres* » pour illustrer les effets néfastes d'une rupture de ce lien social : « *L'enfer, c'est soi-même coupé des autres* ». Mais

⁵ Boris Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société: les logiques contemporaines de synchronisation*, Collection « Société de la connaissance » (Limoges, France: Éditions Fyp, 2012), 162.

⁶ Joëlle Zask, « L'Internet, une invitation à repenser la distinction entre public et privé », *Cahiers Sens public* n° 7-8, n° 3 (2008): 147.

⁷ Prêtre catholique français (1912-2007)

dans nos sociétés où la population est très grande, les discussions et les relations avec les autres citoyens se fait à l'aide de *média*, des outils permettant la distribution et la diffusion de communication et d'information⁸. La libre circulation de l'information entre citoyen est une condition démocratique. L'information devient ainsi un bien public, indispensable au bon fonctionnement de la démocratie. L'information est au cœur de notre relation au monde⁹, il est d'ailleurs montré que « *la probabilité que les individus votent augmente s'ils sont mieux informés* »¹⁰. L'adage « *un Homme, une voix* » prend plutôt son sens en « *un Homme informé, une voix* »¹¹. En s'ouvrant à toute la population, la démocratie a aussi fait naître le besoin de médias de communication de masse¹². Les débats publics, depuis l'antiquité, nécessite un espace physique, territorial, pour réunir les citoyens. Aux lieux concrets dans lesquels se déroule le débat public, leur correspond un espace abstrait, dans lequel les idées circulent librement. Cet espace est la *sphère publique*, lieu où *l'opinion publique* se forge. On appelle *espaces publics* les lieux de débat, concrets ou abstraits, d'une société. Il est notamment le garant de l'expression envers le pouvoir institutionnel. C'est le support des critiques de l'opinion publique, mais également l'espace de *publicisation* (fait de rendre public) de la société et du pouvoir. Le processus politique démocratique s'y déroule, et les citoyens peuvent y participer activement¹³, ils peuvent s'y exprimer. Mais selon Erich Fromm¹⁴, « *le droit d'exprimer nos pensées n'a de sens que si nous sommes capables de penser par nous-mêmes* ». La qualité aux médias d'information est alors primordiale, tout comme leur accès. Il existe aujourd'hui une « fracture citoyenne », « *un fossé de plus en plus grand se creuse entre les élites que l'on informe et les masses que l'on*

⁸ Peter Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », *Réseaux* 18, n° 100 (2000): 169.

⁹ Beaude, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 23.

¹⁰ Julia Cagé, « Médias et Démocratie », in *L'économie au secours du politique ?*, La Découverte, Regards croisés 18 (Paris, 2016), 124.

¹¹ *Ibid.*, 123.

¹² Peter Dahlgren, « L'espace public et les médias : une ère nouvelle ? », *Hermès*, n° 13-14 (1994): 243.

¹³ *Ibid.*, 243-44.

¹⁴ Erich Fromm : Sociologue et psychanalyste américain d'origine allemande (1900-1980)

divertit »¹⁵ . D'autant plus avec Internet comme nouvelle technologie d'information¹⁶, c'est ce que nous allons voir dans ce travail.

¹⁵ Dahlgren, « L'espace public et les médias », 251.

¹⁶ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 174.

Espaces publics

L'espace public est une notion abstraite, de lieu commun aux idées de la société. Le décor physique de la scène publique est composé des espaces publics physiques, dans lesquels s'incarnent et se déploient les diverses activités des citoyens¹⁷. Ces espaces sont partagés. Ils définissent en ce sens la démocratie, ils doivent être désincorporés, non appropriables durablement, afin d'être à tous¹⁸. Ce lien spatial, urbanistique et même scénographique¹⁹, entre la démocratie et ses processus n'est pas évident²⁰, mais cela permet de légitimer le rapport entre citoyen et leur pouvoir²¹. Ce lien est devenu intime entre la démocratie et son décors public, il le représente aujourd'hui, comme espace de libre circulation des citoyens d'abord, mais également libre de circulation des idées. Si l'espace public est le cœur de la démocratie c'est qu'il assume également les liens sociaux²². Habermas théorise l'espace public comme étant « *un ensemble de personnes privées rassemblées pour discuter des questions d'intérêt commun* »²³, plutôt que le lieu fonctionnel de l'autorité publique. Ainsi les citoyens discutent, publicisent leurs opinions, c'est-à-dire communiquent. Ils rendent commun leurs intérêts privés, afin d'y définir l'intérêt commun.

Elle repose pour l'essentiel sur une discussion publique organisée à propos d'intérêts représentés comme communs par les acteurs et correspond assez bien aux mécanismes de débat que Rousseau avait analysés et même inventés au XVIII^e siècle : il s'agit de se prononcer en son for intérieur, non sur son intérêt particulier, mais sur ce qu'on estime être bon pour la communauté à laquelle on appartient. Sous cette

¹⁷ Dacheux et Rouquette, « Internet est-il un espace public ? », 167.

¹⁸ Daniel Bougnoux, « La fonction des médias dans la démocratie », *Cahiers français*, n° 338 (2007): 5.

¹⁹ Isaac Joseph, « L'espace public et le visible », *Architecture & Comportement* 9, n° 3 (1993): 397.

²⁰ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 165.

²¹ Dacheux et Rouquette, « Internet est-il un espace public ? », 166.

²² Clément Orillard, « Repenser l'espace public à travers l'histoire. Deuxième journée d'étude du cycle « L'Espace public au Moyen Âge », 31 mai 2005 », *Labyrinthe*, Institut universitaire de France, n° 22 (1 novembre 2005): 144.

²³ Cynthia Ghorra-Gobin, « L'espace public : entre privatisation et patrimonialisation », *Esprit* Novembre, n° 11 (7 novembre 2012): 91-92.

forme, l'espace public apparaît comme le rapport entre un acteur et une forme de généralité communicationnelle explicitée sous différentes formes, celle de la volonté générale chez Rousseau, mais aussi bien sous les diverses instances étudiées par Habermas, l'État, l'État social, la presse etc. C'est du reste ce que signifie initialement le mot « public » – qui « appartient au peuple » c'est à dire à la collectivité structurée par des règles politiques. Le domaine public, c'est le domaine du collectif organisé.²⁴

Selon Habermas, avant la démocratie, c'est le marché qui a établi cet espace de discussion. Le commerce construit les villes, qui se développe autour des marchés²⁵. Cet espace public de commerce bourgeois tend, toujours selon Habermas, à « décliner » avec l'industrialisation²⁶. L'essor du numérique poursuit son pessimisme en transformant non seulement l'économie, mais également les relations humaines²⁷. Mais dans cette évolution technologique rapide, l'espace public possède néanmoins une qualité non négligeable : sa permanence.

Ce qui est attendu d'un espace public, ce n'est pas de la mobilité pour de la mobilité, c'est de l'accessibilité, et celle-ci doit être comprise comme une qualité de l'espace, mais aussi du temps (songeons aux valeurs de ce qui est disponible « à toute heure », de ce qui est permanent).²⁸

La stabilité du décor de nos sociétés qu'est l'espace public permet de relativiser les nouveautés sociales et techniques, afin de mieux les appréhender. Mais ce symbole du lien entre les membres d'une société est « *en ce début du 21ème siècle comme un objet en quête de politique* »²⁹. Il garantit toujours l'interaction éphémère et anonyme entre piétons, mais le lieu de communication entre eux se

²⁴ Thierry Leterre, « L'Internet: espace public et enjeux de connaissance », *Cahiers Sens public* n° 7-8, n° 3 (2008): 205.

²⁵ Robert Ezra Park, « La ville. Propositions de recherche sur le comportement humain en milieu urbain », in *The City* (University of Chicago Press, 1925), 95.

²⁶ Dahlgren, « L'espace public et les médias », 244.

²⁷ Forey, « L'Internet et la démocratie numérique - Introduction », 16.

²⁸ Joseph, « L'espace public et le visible », 399.

²⁹ Ghorra-Gobin, « L'espace public », 87.

déplace vers les nouvelles technologies de communication³⁰. Selon Charles Horton Cooley³¹ (*Social Organization*, 1909), une des responsabilités de l'espace public est de permettre aux membres d'un groupe, en partageant une proximité spatiale, de se reconnaître et de s'identifier aux objectifs de ce groupe.

*C'est, ensuite, le fondement de la communauté politique. L'espace public est un espace symbolique qui, comme le rappelle le philosophe Etienne Tassin (1991), permet de relier entre eux des individus appartenant à des communautés différentes.*³²

Qu'en est-il de cette composante spatiale de l'espace public aujourd'hui ? L'écologie urbaine s'articule autour de facteurs de mobilité : « *Les transports et les communications, les tramways et le téléphone, les journaux et la publicité, les édifices en acier et les ascenseurs - toutes choses, en fait, qui tendent à accentuer en même temps la concentration et la mobilité des populations urbaines* »³³. L'espace public est le théâtre de réseaux de communications, tant infrastructuraux que sociaux, dont les liaisons et relations se complexifient. Habermas anticipait ce qui se développe aujourd'hui avec Internet³⁴ : « *Habermas conçoit en effet dorénavant l'espace public comme une myriade insaisissable d'espaces communicatifs à la fois distincts et entrelacés* ». La morphologie de la ville s'organise de plus en plus autour de l'accès aux espaces privés, confinant l'espace public au rôle de lieu de transit, de passage³⁵. Ou à une privatisation de cet espace commun. Apple à Stockholm en est l'exemple. L'entreprise américaine prévoyait d'implanter en 2018 un Apple Store à Kungsträdgården (Jardin du Roi), le cœur de l'espace public de la vieille ville suédoise. Face au tollé populaire, cette installation n'a pas pu se construire, mais fait partie d'une stratégie mondiale de la part de la marque, qui repousse le terme de privatisation en argumentant que ce ne serait dans ces cas, non pas de « magasins d'électroniques » dont il s'agirait,

³⁰ Ibid., 92.

³¹ Horton Cooley : Sociologue américain (1864-1929)

³² Dacheux et Rouquette, « Internet est-il un espace public ? », 166.

³³ Park, « La ville. Propositions de recherche sur le comportement humain en milieu urbain », 84.

³⁴ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 167.

³⁵ Joseph, « L'espace public et le visible », 397.

mais plutôt de « place publique » autour de la question des technologies (comprendre : leurs produits).



Figure 1: Le projet d'Apple Store à Kungsträdgården

Néanmoins, l'aspect symbolique de l'espace public comme lieu de la démocratie demeure, ou plutôt persiste. Les mouvements d'occupation de l'espace public qu'ont été le *Printemps arabes* en 2010, les *Indignés* en Espagne et *Occupy Wall Street* en 2011, et aujourd'hui les *Gilets Jaunes* en France, démontrent l'importance de son rôle politique. Mais le point commun de ces mouvements a été une organisation, ou du moins une communication, au préalable sur les réseaux sociaux, par Internet. Preuve en est la décision de couper le réseau et Internet par les autorités, notamment en Égypte, afin de diminuer les rassemblements. La complémentarité de l'espace public et d'Internet pose dans ces cas la question de savoir si c'est une répartition des rôles, ou bien une interdépendance. L'hypothèse de ce travail est celui d'une intensification de certains usages de l'un et de l'autre, liés aux caractéristiques de l'espace d'Internet qui transforment les relations sociales. Car si l'espace public garantit la liberté de circulation et la liberté d'expression, elles se manifestent différemment selon leur espace d'action.



Figure 2 : Occupy Wall Street

Espace public

L'espace public en tant que notion abstraite, regroupe tous les acteurs du débat public : politiques, culturels, sociaux, civils, institutionnels, etc. L'espace public est un espace de circulation et de communication³⁶. C'est, selon Habermas, le « lieu de formation de la volonté politique, via un flux libre d'informations pertinentes et d'idées »³⁷. La communication qui publicise l'information est le lien intrinsèque entre médias et démocratie³⁸. C'est à ce titre qu'Internet, considéré comme espace de communication, fait évoluer la démocratie³⁹.

*Dès lors, il n'est pas surprenant que l'expansion de l'Internet ait suscité toutes sortes de spéculations, de débats et, plus récemment, de recherches quant à la nature de son éventuelle contribution à la démocratie en général, et plus particulièrement à l'espace public.*⁴⁰

L'espace public est donc un espace de médiation. C'est un espace de dialogue et d'interaction entre toutes les technologies médiatiques (TV, presse, Internet, radio, événements publics, etc.), mais également d'engagement citoyen. L'espace public est fondé sur des aspects sociaux et culturels, qui déterminent leurs actions. Les médias sont nécessaires, mais la qualité de la démocratie réside en l'aptitude des citoyens à investir activement l'espace public⁴¹. C'est en tous cas la conception d'une société idéale, où le débat ne se déroule pas uniquement dans les lieux traditionnels ou institutionnels. C'est ce degré de participation active des citoyens qui indique « le bon ou le mauvais fonctionnement » de la démocratie⁴².

L'espace public est le cœur de la démocratie. C'est un espace de médiation : il relie tout en maintenant à distance. Simplement cette

³⁶ Ibid., 399.

³⁷ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 161.

³⁸ Bougnoux, « La fonction des médias dans la démocratie », 3.

³⁹ Ghorra-Gobin, « L'espace public », 92.

⁴⁰ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 159.

⁴¹ Ibid., 164.

⁴² Dahlgren, « L'espace public et les médias », 243-44.

*médiation est singulière. Elle vise moins à établir un consensus qu'à permettre l'expression de la critique.*⁴³

La responsabilité de l'espace public, et à travers lui celle des médias d'informations, est de connecter les micro-mondes distincts qui composent une société. L'espace public doit être la « caisse de résonance » des multitudes de sociétés⁴⁴. Au-delà du domaine des médias, l'espace public désigne les domaines socio-culturels⁴⁵.

Le terme d'« espace public » contient donc une notion concrète, urbanistique, à laquelle on peut apparenter la liberté de circulation physique ainsi qu'une notion abstraite, de liberté de circulation des idées. Ce double sens est une particularité de la langue française. En effet, cette notion abstraite du public se retrouve chez les Italiens et les Espagnols sous « opinion publique », et chez les Anglais et les Néerlandais sous « sphère publique »⁴⁶. Cette dernière notion de « sphère publique » s'oppose à la « sphère privée ». Deux notions que nous interrogerons à la lumière des nouvelles technologies de communication, et particulièrement Internet.

⁴³ Dacheux et Rouquette, « Internet est-il un espace public ? », 166.

⁴⁴ Olivier Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », in *L'Internet et la démocratie numérique*, Presses universitaires de Perpignan, 2016, 153.

⁴⁵ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 163.

⁴⁶ Orillard, « Repenser l'espace public à travers l'histoire. Deuxième journée d'étude du cycle «L'Espace public au Moyen Âge», 31 mai 2005 », 144-45.

Médias

Les médias sont des acteurs inconditionnels de la démocratie. « *Les journaux, la radio, la télévision et aujourd'hui Internet. Les médias ont depuis leur origine joué un rôle clef dans le processus démocratique* »⁴⁷. Ils sont un contre-pouvoir élémentaire entre les périodes électorales, et permettent aux citoyens d'exprimer leurs opinions, l'opinion publique, en dehors des temps d'élections⁴⁸. « *Sans médias, quel peuple pourrait se dire "souverain" ?* »⁴⁹. Leur responsabilité est de supporter le débat public : en « *rendant visible le politique (et la société), diffusant des informations et des analyses, proposant des forums de débats* », ainsi « *les médias alimentent la culture civique commune et participent incontestablement de l'espace public* »⁵⁰. Ils représentent une force entre pouvoir et citoyen, entre représentants et représentés⁵¹.

*Les médias apparaissent comme un rouage essentiel de la démocratie en tant qu'arène de formation et d'expression libre des opinions. Au fil de l'histoire, une constante se dégage : l'information est considérée comme le reflet et le garant de l'équilibre démocratique, tel qu'il se définit à un moment donné de l'histoire d'une société.*⁵²

Les médias transmettent l'information, qui est un bien public indispensable au fonctionnement démocratique⁵³. Ils permettent de garder les citoyens conscients des autres et leur révèlent les interactions et les engagements qui ont lieu dans l'espace public. Les journalistes orientent ou proposent les débats publics, autant

⁴⁷ Cagé, « Médias et Démocratie », 123.

⁴⁸ Bougnoux, « La fonction des médias dans la démocratie », 5.

⁴⁹ Ibid., 6.

⁵⁰ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 159.

⁵¹ Ibid.

⁵² Aurélie Tavernier, « L'indépendance de l'information : quelles réalités ? Quelles évolutions ? », *Cahiers français*, n° 338 (mai 2007) : 8.

⁵³ Cagé, « Médias et Démocratie », 123.

qu'ils interpellent le pouvoir⁵⁴. En cela, ils sont un des organes mis en place pour contrôler, éclairer et exploiter l'opinion publique.

Les médias jouent un rôle prépondérant dans la démocratie, en cherchant à ce que les citoyens soient le mieux informés pour exercer leurs devoirs de la meilleure des façons⁵⁵. Pour Habermas, ils participent ainsi à la sphère publique, comme vecteurs d'idées.

*« Les travaux d'Habermas s'inspirent d'ailleurs largement des analyses D'Hans Magnus Enzensberger (1973) qui soulignait que les médias, pour exercer pleinement leur influence sur la société, doivent répondre à quatre conditions : une condition philosophique, la rationalité ; une condition politique, les droits et libertés individuels ; une condition économique, l'industrialisation des esprits à travers la consommation de masse ; et finalement une condition technologique, le mythe que les nouvelles technologies sont la porte d'entrée vers davantage de démocratie ».*⁵⁶

Pour Althusser⁵⁷ par contre, « les médias sont des outils de domination politique⁵⁸ ». Selon leur rapport au pouvoir, ils peuvent exercer un contrôle social et être l'outil de propagande de masse⁵⁹. L'essor d'Internet amplifie les craintes d'une manipulation antidémocratique dans certains pays. Mais Internet comme nouveau média est aussi un laboratoire de démocratie directe. L'internaute a la possibilité d'être extrêmement actif dans sa citoyenneté, il peut dépasser le point de vue du simple observateur ou de simple critique des politiques. Avec Internet apparaissent les *Civic-Tech*⁶⁰, sources de propositions et d'actions concrètes en

⁵⁴ Dahlgren, « L'espace public et les médias », 256.

⁵⁵ Cagé, « Médias et Démocratie », 124.

⁵⁶ Guy Lachapelle, « Médias et démocratie : Le grand Malentendu par Anne-Marie Gingras: Critique de presse », *Canadian Journal of Communication* 26 (2001): 169.

⁵⁷ Philosophe français (1918-1990)

⁵⁸ Lachapelle, « Médias et démocratie : Le grand Malentendu par Anne-Marie Gingras: Critique de presse », 169.

⁵⁹ Park, « La ville. Propositions de recherche sur le comportement humain en milieu urbain », 122.

⁶⁰ Abréviation de « technologie civique »

marge des processus politiques traditionnels⁶¹. Cela offre à tous la possibilité de pratiques différentes de la participation citoyenne⁶², que ce soit au travers d'institution, de débat, ou d'engagement local. Cela étant, l'accès à Internet est une condition pour ces *Tech-Citoyens*, et le manque d'installations fournissant un accès Internet produit une discrimination citoyenne.

*Les médias sont nécessaires comme catalyseurs et ressources, mais la qualité de la démocratie dépend de la participation des citoyens.*⁶³

Les médias, en tant que technologie de communication, sont sensibles aux progrès, et la relation entre le message et le canal est forcément intime⁶⁴. Selon Olivier Leterre, l'histoire des médias selon la définition d'Habermas se termine avec Internet. Habermas définissait les médias comme « *une relation d'un public à l'information* », Internet se définit plutôt comme « *la mise en relation d'acteurs communicants* », c'est à dire le contact direct entre émetteur et destinataire de l'information, sans passer par le public. « *En ce sens, avec les réseaux informatiques, nous touchons à la fin des médias*⁶⁵ ». L'espace d'Internet en réseau ne permettrait plus, selon ce qu'écrivait Leterre en 2008, de garantir un aspect de public dans les communications. Si théoriquement sa réflexion peut être justifiée, la pratique, dix ans plus tard, tend à démontrer qu'au contraire, les informations privées se retrouvent de plus en plus publicisées. La question se pose alors de la véritable nature du *publique* de ces informations.

⁶¹ Zask, « L'Internet, une invitation à repenser la distinction entre public et privé », 152.

⁶² Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 174.

⁶³ Ibid., 164.

⁶⁴ Bougnoux, « La fonction des médias dans la démocratie », 4.

⁶⁵ Leterre, « L'Internet », 207.

Information de masse

La société de l'information naît à l'époque des Lumières, au travers une quête de connaissance et de liberté dans les milieux bourgeois de l'époque. Un désir de savoir qui poussa à une intensification des échanges. Bien que dans un milieu limité, cette volonté annonçait déjà une revendication de débats, qui trouvèrent place au sein de cet espace social⁶⁶. Ces prémices d'espace public s'incarnèrent ensuite par la communication fondée sur les idéaux des Lumières : pensée, raison, argumentation. Le débat se prolongea dans la presse au début du XIXe, simultanément à la diffusion de l'alphabétisation massive⁶⁷. La démocratie naissante s'accompagna de moyens de communication de masse, qui se promurent ainsi en institutions dominantes dans l'espace public⁶⁸. La presse écrite fut le premier des grands médias de masse, que suivirent la radio, la TV et aujourd'hui Internet.

L'évolution de l'espace public est en quelques sortes le miroir, conscient ou inconscient, des évolutions de la société⁶⁹. L'information de masse prend la forme de consommation. La massification augmente les contenus ludiques⁷⁰, qui ont tendance à accentuer le « *fossé de plus en plus grand se creusant entre les élites que l'on informe et les masses que l'on divertit* »⁷¹. Internet comme médias de masse⁷² pousse également à la personnalisation des informations, c'est à dire au partage d'opinions et de goûts personnelles⁷³, ce qui a comme conséquence un brouillage entre informations publiques et privées.

⁶⁶ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 161.

⁶⁷ Ibid.

⁶⁸ Dahlgren, « L'espace public et les médias », 243.

⁶⁹ Ibid.

⁷⁰ Geert Lovink, « Blogging, l'impact nihiliste », *Cahiers Sens public* n° 7-8, n° 3 (2008): 28.

⁷¹ Dahlgren, « L'espace public et les médias », 251.

⁷² Olivier Saly-Rousset, « L'individualisation de la propagande », in *L'Internet et la démocratie numérique*, Presses universitaires de Perpignan, 2016, 97.

⁷³ Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 152.

ESPACES MÉDIATIQUES

Plus qu'un média, Internet est une médiation, un nouvel espace dont l'émergence est fulgurante (...). Plus qu'un nouvel espace, Internet s'accompagne de nouvelles spatialités.⁷⁴

⁷⁴ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 114.

Le contenant influence le contenu. De la technique au social

*Au-delà d'une réflexion sur les usages et la domestication des multiples outils informatiques de notre quotidien, il s'agit de réfléchir plus fondamentalement sur les transformations de la nouvelle donne technique sur nos pratiques sociales, politiques et intellectuelles.*⁷⁵

Les médias participent à l'évolution de la société et à l'évolution de l'humanité. Ce sont des technologies qui accompagnent les progrès tant scientifiques que sociaux. Au-delà de considérations morales sur leurs valeurs salvatrices ou bien dommageables, elles sont le fruit de recherches, à un moment donné en un lieu donné, et représentent ainsi une volonté. Pour Ernst Kapp⁷⁶, l'origine formelle de toutes techniques se trouve dans le corps même de l'humain⁷⁷. Il prend en exemple le vocabulaire allemand où les mots « organe » et « outil » sont interchangeables dans certains cas, notamment entre mécanique et médecine⁷⁸, établissant ainsi un lien direct entre corps humain et technique. Il établit une généalogie directe⁷⁹ entre les outils créés et l'outil propre à l'Homme : sa main, « *l'outil des outils* »⁸⁰. Il explique que les premiers outils « *apparaissent comme un prolongement, un renforcement et un aiguisement des organes corporels* »⁸¹. L'humain prolonge son corps avec les outils qu'il crée, qui le mettent en rapport avec son environnement. C'est ce qu'écrit Gilbert Simondon⁸² dans *Du mode*

⁷⁵ François Vallotton, éd., *Les batailles du livre: l'édition romande, de son âge d'or à l'ère numérique*, Collection Le savoir suisse 100 (Lausanne: Presses Polytechniques et Universitaires Romandes, 2014), 113.

⁷⁶ Ernst Kapp : philosophe et géographe allemand (1808-1896)

⁷⁷ David Meulemans, « L'objet, forme et extension de la main. Sur Ernst Kapp, "Principes d'une philosophie de la technique" (1877) », *Le Point Références. Vivre avec les machines*, 2018, 56.

⁷⁸ Ibid.

⁷⁹ Ibid.

⁸⁰ Ibid.

⁸¹ Ibid.

⁸² Gilbert Simondon : philosophe français (1924-1989)

d'existence des objets techniques (1958). Il considère que « *l'objet technique sert de médiateur, de point de passage ou d'instance de communication entre l'Homme et la nature*⁸³ ». Les techniques développées par l'Homme sont une sorte de corps au deuxième degré.

*L'objet technique exprime avant tout une affinité ou une connivence entre l'Homme et le monde.*⁸⁴

Les outils techniques permettent non seulement à l'Homme d'interagir avec son environnement mais en amplifient la perception, « *ils prolongent le monde et s'insèrent en lui* »⁸⁵. Si les outils sont le fruit des humains, ils en modifient leur relation au monde et aux autres. En ce sens, les techniques façonnent les relations sociales, elles influencent les sociétés selon un mouvement simultané entre révélation du monde et façonnage du monde, tant physique que social⁸⁶.

Deux exemples illustrent le lien intime entre l'évolution de l'Homme et de ses techniques : le chien et la locomotive. La domestication du loup par l'Homme, datée d'il y a plus de trente mille ans, a permis à l'humain de se développer tant physiquement que socialement. Il utilise les capacités du chien, dont les gènes ont muté du loup, pour certaines fonctions, notamment la chasse, l'encadrement du bétail, et la surveillance de son environnement. Cela a permis à l'Homme d'améliorer son régime alimentaire, puis de se concentrer sur le développement de l'agriculture, de l'élevage et de sa sédentarisation⁸⁷. En déléguant au chien les tâches requérantes le plus d'odorat et d'ouï, l'Homme pût développer d'autres domaines, tant physique (la vue par exemple) que sociétaux. Ses évolutions montrent comment l'évolution humaine met en corrélation son corps, ses techniques, et sa société. Il en est de même à propos du chemin de fer. Il se développe grâce à la locomotive, qui découle des progrès fait à partir de la

⁸³ Arnaud Bouaniche, « Objet technique et expérience esthétique. Sur Gilbert Simondon, "Du mode d'existence des objets techniques" (1958) », *Le Point Références. Vivre avec les machines*, 2018.

⁸⁴ Ibid.

⁸⁵ Ibid.

⁸⁶ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 113.

⁸⁷ Jos De Mul, « De Homo erectus à Homo sapiens: le Cyber espace pour les Darwinistes », *Cahiers Sens public* n° 7-8, n° 3 (2008): p. 127-44.

machine à vapeur, le premier moteur véritablement autonome que l'Homme maîtrise (actionnable à la demande). Le chemin de fer permet à l'Homme et à ses produits de se déplacer physiquement plus rapidement et plus loin qu'avec la traction animale, mais également de percevoir le monde totalement autrement. Les distances se rétrécissent ainsi, et le transport s'exempte de locomotion animale, à laquelle s'identifie l'humain de par son corps. Ces deux exemples montrent comment des techniques impactent tant l'interaction au monde de l'Homme que sa perception du monde.

*Selon Simondon, la nature vraie et profonde des objets techniques se manifeste dans le mouvement même de leur insertion dans le monde.*⁸⁸

Les techniques agissent ainsi en révélateurs, « *elles désacralisent le monde dans lequel l'Homme est appelé à vivre* »⁸⁹. Elles expriment le monde recherché par l'Homme, elles n'en sont pas un moyen d'accès. Simondon explique que la technique ne doit pas être dissociée de la culture, et que cette séparation peut être aliénante, en ce qu'elle suppose la technique comme accès au monde plutôt que comme condition du monde. Les objets techniques sont la manifestation d'une volonté humaine, leurs inventions sont les résultantes de l'imagination des chercheurs. Les objets techniques contiennent de la réalité humaine - ils ne sont pas vecteurs vers une réalité potentielle. Ils ne sont pas responsables des tournures que prend l'humanité, ils n'en sont que la concrétisation de la direction⁹⁰. « *C'est la société de l'information qui a rendu l'ordinateur possible, et non l'inverse* »⁹¹.

Les nouvelles technologies d'information et de communication s'inscrivent dans ce prolongement. Elles contiennent le désir d'humanité. Elles ne peuvent être séparées de ce qu'elles permettent, « *le média s'accroche au message comme le*

⁸⁸ Bouaniche, « Objet technique et expérience esthétique. Sur Gilbert Simondon, "Du mode d'existence des objets techniques" (1958) ».

⁸⁹ Frédéric Rognon, « La sacralisation d'une nouvelle idole. Sur Jacques Ellul, "La technique ou l'enjeu du siècle" (1954) », *Le Point Références. Vivre avec les machines*, 2018.

⁹⁰ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 156.

⁹¹ Antoine Picon, *Culture numérique et architecture* (Birkhäuser, 2010).

signifiant au signifié »⁹². Internet en ce sens ne doit être considéré ni comme média ni comme contenu des technologies de communication. « *C'est précisément parce qu'Internet est à la fois ce qui relie et une grande partie de ce qui est relié qu'il représente des enjeux considérables* »⁹³. Internet est le contenant et le contenu. Les démocraties de masse et les sociétés mondialisées « *coïncident historiquement avec la promotion des moyens de communication de masse* »⁹⁴.

*Les moyens modernes de communication et de transports urbains – chemin de fer électrique, automobile, téléphone, radio - ont transformé sans bruit et rapidement, ces dernières années, l'organisation sociale et industrielle de la ville moderne, (...). Ces changements dans l'organisation industrielle et la répartition de la population se sont accompagnés de changements correspondants dans les habitudes, les sentiments, et le caractère de la population urbaine.*⁹⁵

⁹² Bougnoux, « La fonction des médias dans la démocratie », 4.

⁹³ Beaud, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 55.

⁹⁴ Dahlgren, « L'espace public et les médias », 243.

⁹⁵ Park, « La ville. Propositions de recherche sur le comportement humain en milieu urbain », 106-7.

Continuité historique

La conception d'outil est donc propre à l'humain. Elle « *définit l'Homme en tant qu'espèce* »⁹⁶. Cette fabrication lui a permis de se déléguer des aptitudes à ses outils, il a pu donc développer d'autres facultés, et tout particulièrement son intelligence, c'est-à-dire sa capacité d'analyse. C'est ce que Bergson⁹⁷ développe dans *L'évolution créatrice* (1907). Il écrit que si les guerres sont plus marquantes dans l'histoire, c'est qu'elles sont plus ravageuses et qu'elles s'inscrivent dans des contextes géopolitiques dont la proximité temporelle nous aveugle sur leur réelle importance sur l'humanité. Les guerres font les époques, mais ce sont les techniques qui font changer d'époques. Le recul nécessaire à juger de la pertinence d'une technique est plus long que pour confirmer l'impact d'une guerre⁹⁸.

*Bergson note que dans l'histoire, les inventions techniques sont autrement plus significatives, du point de vue de l'évolution des modes d'existence humains, que les événements politiques (guerres ou révolutions).*⁹⁹

Nos sociétés s'organisent autour de l'utilisation d'instruments artificiels, d'outils. Il est d'autant plus difficile de s'en rendre compte, que les modifications sur les modes de vie, sur l'humanité, sont plus lentes et moins aisées à percevoir que la transformation de ses outils. Bergson :

*Nos habitudes individuelles et même sociales survivent assez longtemps aux circonstances pour lesquelles elles étaient faites, de sorte que les effets profonds d'une invention se font remarquer lorsque nous en avons déjà perdu de vue la nouveauté.*¹⁰⁰

⁹⁶ Arnaud Bouaniche, « L'Homme comme "homo faber". Sur Henri Bergson, "L'évolution créatrice" (1907) », *Le Point Références. Vivre avec les machines*, 2018.

⁹⁷ Henri Bergson : philosophe français (1859-1941)

⁹⁸ Bouaniche, « L'Homme comme "homo faber". Sur Henri Bergson, "L'évolution créatrice" (1907) ».

⁹⁹ Ibid.

¹⁰⁰ Ibid.

Bergson ajoute que ce sont les techniques qui sont utilisées pour nommer les âges : âge du bronze, âge de pierre, âge du fer, ère industrielle, etc¹⁰¹. Et que si de nombreux outils sont présentés comme étant révolutionnaires, ils s'inscrivent dans un contexte que le recul historique déterminera comme appartenant à une ère, et que l'objet importe peu¹⁰², il n'est que le lien entre le corps de l'Homme et son aspiration à évoluer.

La communication est consubstantielle à l'humanité, les techniques qui s'en réfèrent permettent de comprendre ce vers quoi l'Homme tend à évoluer : une quête de l'ubiquité, être partout, tout le temps. « *Cette dynamique, commencée avec les premières routes et les premières villes, avec les voies de navigation et de chemin de fer, avec l'écriture et l'imprimerie, avec la radio, le téléphone et la télévision, connaît un renouveau important* » aujourd'hui avec Internet¹⁰³. Cette recherche de vitesse est indissociable des techniques, tant de transport que de communication. Les notions de distance et de temps étant les fondements de nos économies. Internet rend aujourd'hui l'échange d'informations quasi-simultanée.

*Le bateau, le train ou l'avion furent autant de techniques spatiales qui devinrent des catalyseurs puissants de la coalescence de la production et de la consommation mondiale. Internet n'a fait que s'inscrire dans cette dynamique, qui articule pleinement action actuelle et potentiel d'action. Mais à la différence des transports, Internet garantit une quasi-instantanéité à l'échelle du Monde.*¹⁰⁴

Chaque nouvelle technologie de communication met à mal les précédentes, moins performantes sous certains points. Victor Hugo¹⁰⁵ écrivait « *Ceci tuera cela* » dans *Notre-Dame de Paris* (1831), il préconisait que toute invention remplace la précédente. Nous pouvons nuancer en proposant que l'invention de nouvelles technologies change le rôle et les utilisations des anciennes, mais ne les

¹⁰¹ Ibid.

¹⁰² De Mul, « De Homo erectus à Homo sapiens: le Cyber espace pour les Darwinistes ».

¹⁰³ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 242.

¹⁰⁴ Ibid., 125.

¹⁰⁵ Victor Hugo : poète français (1802-1885)

efface pas vraiment. L'écriture n'a pas *tué* l'oralité, elle en a changé la pratique. La télévision n'a pas *tué* la presse, la photographie n'a pas *tué* la peinture, etc. Les technologies bouleversent nos pratiques, nos limites, mais ne les suppriment pas pour autant. Elles redéfinissent les enjeux et les relations¹⁰⁶.

Jos de Mul¹⁰⁷ écrit que la société de l'information liée au numérique fait partie de ces révolutions qui changeront l'Homme en tant que corps et intelligence. « *L'impact de la révolution de l'information peut être comparé à celui de la révolution industrielle* » dit-il, certains affirment même que c'est la troisième révolution majeure de l'histoire de l'humanité, après celles agricole et industrielle¹⁰⁸. En effet, Internet modifie le « *développement de la structure cognitive de l'humanité* »¹⁰⁹, et qu'il se positionne ainsi à la suite de ces évolutions¹¹⁰. De Mul soutient que le numérique « *marque une nouvelle phase dans l'extériorisation du cerveau humain* ». Cette expression revient sur le fait que c'est en déléguant des capacités cérébrales que l'Homme se permet d'en développer d'autres. Il qualifie Internet et les technologies numériques d'*hypermédia*¹¹¹. À la suite de De Mul, Dominique Cardon¹¹² considère qu'Internet n'est pas un outil comme les autres, ce n'est pas un progrès des techniques de communication. C'est « *bien plus puissant même qu'une révolution* ». Internet amorce une véritable mutation sociétale digne des plus marquantes de l'humanité. Il affirme même que cela amorce l'avènement du « *basculement vers une post-humanité* »¹¹³.

Il en revient donc à nos sociétés d'observer les mutations actuelles et de les mettre en perspective avec les évolutions technologies précédentes. Et bien que la

¹⁰⁶ Eric Maigret, « L'Internet : concurrence ou complémentarité avec les autres médias ? », *Cahiers français*, n° 338 (mai 2007) : 27.

¹⁰⁷ Jos De Mul : anthropologue néerlandais

¹⁰⁸ De Mul, « De Homo erectus à Homo sapiens: le Cyber espace pour les Darwinistes ».

¹⁰⁹ Ibid.

¹¹⁰ Ibid.

¹¹¹ Ibid.

¹¹² Dominique Cardon : sociologue français

¹¹³ Christophe Euzet, « Conclusion : Internet, numérique : quel horizon pour la démocratie ? », in *L'Internet et la démocratie numérique*, Presses universitaires de Perpignan, 2016, 208.

révolution numérique agisse à une vitesse impressionnante, son impact sur nos modes de vie et nos corps peut déjà être remarqué¹¹⁴. L'avenir de notre évolution dépend donc de nos choix de maîtriser, ou du moins d'orienter, les techniques¹¹⁵.

¹¹⁴ Ibid., 209.

¹¹⁵ Ibid., 216.

PETITE HISTOIRE DES ESPACES MÉDIATIQUES

Afin de bien comprendre la spatialité que peut prendre Internet comme hypermédia (un ensemble de liaisons appliquées à des données multimédias : textes, sons, images, etc.), il est nécessaire de faire une petite histoire des médias et de leur impact. Tant pour la spatialité des sociétés que de la vision du monde des humains. Analyser la forme du canal par lequel l'information circule est utile pour bien en comprendre l'évolution du contenu. À chaque média correspond sa nouvelle spatialité, sa culture. De l'oral, à l'écriture, aux multimédias, aux hypermédias¹¹⁶.

Elle ne fait que nous rappeler que la communication est consubstantielle de l'humanité, sans souligner que l'humanité change précisément selon les modalités pratiques de cette communication. Plus généralement, le parchemin, le livre, puis l'imprimerie furent de puissantes techniques spatiales, qui ont très largement transformé l'humanité. Mais ce qui importe, finalement, c'est de reconnaître qu'il n'est pas seulement question de diffuser des connaissances déjà présentes, mais que la diffusion de ces connaissances est un puissant facteur de changement, à la source de connaissances à venir.¹¹⁷

¹¹⁶ De Mul, « De Homo erectus à Homo sapiens: le Cyber espace pour les Darwinistes ».

¹¹⁷ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 160.

Écriture

Le passage de l'oral à l'écrit vient du fait que la société « *de l'Homo sapiens est devenue plus complexe à cause des développements technologiques et sociaux (l'agriculture et l'enlevage, l'établissement de bourgs, le partage du travail, l'élaboration de lois – et de tabous – afin de contrôler la croissance de la population), et qu'il y avait une "surcharge d'informations néolithiques" qui pouvait seulement être résolue en les sortant de la mémoire* »¹¹⁸. L'écriture a ouvert un horizon culturel immense, en rendant possible la transmission d'un à plusieurs, sans passer directement par le corps¹¹⁹. Alors, « *il n'est plus si difficile de retenir et de transmettre les connaissances vitales pour la survie, mais que de telles connaissances peuvent être notées, reproduites et consultées à un degré presque illimité* »¹²⁰. L'écriture est une étape dans la quête humaine de l'ubiquité. L'écriture a été un changement qui a permis le développement de la capacité cognitive de l'Homme¹²¹.

*Le passage à l'écriture a significé que ce qui avait été la fonction la plus importante de la cognition (linguistique), la mémoire, a été transféré vers un véhicule non-biologique.*¹²²

Et bien que « *l'écriture a séparé le sujet de l'objet* »¹²³, les premiers textes restent liés à la culture orale¹²⁴. Ce lien perdurera au début de l'imprimerie, « *les textes écrits étaient toujours lus à voix haute* »¹²⁵. Mais la technique de l'imprimerie finira par l'éclipser¹²⁶, ce qui accroîtra considérablement le potentiel de transmission des connaissances¹²⁷. Tout comme l'émergence de l'écriture, l'imprimerie se développe pour les mêmes raisons : une augmentation de la

¹¹⁸ De Mul, « De Homo erectus à Homo sapiens: le Cyber espace pour les Darwinistes ».

¹¹⁹ Ibid.

¹²⁰ Ibid.

¹²¹ Ibid.

¹²² Ibid.

¹²³ Ibid.

¹²⁴ Ibid.

¹²⁵ Ibid.

¹²⁶ Ibid.

¹²⁷ Beau de Lurade, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 22.

complexité des sociétés et une multiplication des informations requérant de nouveaux moyens plus efficaces et plus répandus de transmission. Cela permit une augmentation de l'instruction. Comme plus tard au XXe, « *des nouveaux médias comme le cinéma, la radio et la télévision, la quantité d'information dans la vie humaine a atteint des proportions vertigineuses* »¹²⁸.

Avec Les Lumières au XVIIIe, la quête de connaissances se répand dans les « salons littéraires » de la classe bourgeoise européenne. Habermas développe que si on peut considérer qu'émerge à cette époque la notion d'espace public, c'est que cette sphère intellectuelle recherche dans ses communications des caractéristiques liées au débat : pensée raisonnable, argumentation, etc. Les discussions et interactions se font selon ces idéaux de la raison des Lumières¹²⁹.

L'apparition de l'électricité et de la révolution industrielle est tout à fait comparable au phénomène Internet, « *signifiant là un réel bouleversement fondamental dans notre façon d'appréhender le monde. C'est notamment le cas dans notre façon de produire et de consommer* »¹³⁰. D'ailleurs, on peut comprendre la spatialité d'Internet

*De ce point de vue, Lawrence Lessig montre très bien l'importance de la dimension spatiale d'Internet, lorsqu'il compare la situation actuelle à celle qui se développa avec l'émergence du rail au XIXe et de la radio au XXe : des acteurs qui maîtrisent l'environnement précédent (avant le rail, avant la radio, avant Internet, etc.) souhaitent limiter le développement d'un environnement qui leur serait moins favorable.*¹³¹

Ajoutons que Platon¹³² utilisa dans *Phèdre* les mêmes arguments contre l'écriture¹³³. Les techniques infrastructurelles sont autant de techniques spatiales

¹²⁸ De Mul, « De Homo erectus à Homo sapiens: le Cyber espace pour les Darwinistes ».

¹²⁹ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 161.

¹³⁰ Saly-Rousset, « L'individualisation de la propagande », 91.

¹³¹ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 127.

¹³² Platon : philosophe antique grec (428-328 av. J.C.)

¹³³ De Mul, « De Homo erectus à Homo sapiens: le Cyber espace pour les Darwinistes ».

(bateau, train, avion), à la suite desquelles Internet se place comme « *catalyseurs puissants de la coalescence de la production et de la consommation mondiale* »¹³⁴.

Presse

Les démocraties de masse d'après Révolution française nécessitent de nouveaux moyens de communication. L'espace public croît conjointement à l'alphabétisation de la population et à la presse¹³⁵. La presse est le premier média de masse, elle prend forme en *quotidiens*, et publication littéraire à grand tirage.

*En ville, le journal est le grand moyen de communication, et les informations qu'il délivre servent de base à l'opinion publique. La fonction première de la presse, c'est celle que remplissait auparavant le ragot de village.*¹³⁶

Le journalisme peut s'exprimer par un média et participe ainsi à l'opinion publique. La circulation de l'information s'accélère et se généralise. La presse sert de base au débat public, et dans les cafés, elle sert de médiateur. Le café se positionne alors comme le lieu de discussions, lieu de formation de l'opinion publique. En ce sens, il est l'ancêtre d'Internet. C'est un espace de liberté d'expression dans une sphère restreinte, entre privé et public¹³⁷.

¹³⁴ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 125.

¹³⁵ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 161.

¹³⁶ Park, « La ville. Propositions de recherche sur le comportement humain en milieu urbain », 122-23.

¹³⁷ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 182.

Radio

La radio suit l'histoire des médias depuis le XIXe. Elle révolutionne la communication de masse. L'oralité permet de nouveaux contenus¹³⁸. Et malgré ce qu'on peut croire – et Internet en est encore l'exemple, un nouveau média n'en chasse pas un autre au cours de l'histoire (*Ceci tuera cela*). Des mutations et des déclin s'opèrent, mais tendent globalement à multiplier l'espace public¹³⁹.

¹³⁸ De Mul, « De Homo erectus à Homo sapiens: le Cyber espace pour les Darwinistes ».

¹³⁹ Maigret, « L'Internet », 26.

Télévision

L'apparition de la télévision de masse ajoute une étape à l'ubiquité. Elle remet le culte de l'image au cœur de la société (iconographie, peinture, photographie). La télévision amorce également beaucoup de reproches fait à Internet : mise en scène de soi (la télé-réalité existe depuis les années 1980 aux États-Unis), publicisation de l'intime, simplification de contextes complexes par la rapidité de l'image, etc ¹⁴⁰ . Cette publicisation est liée à un désir de participation, d'interactivité, revendiquée par le développement des démocraties.

*Enfin, il y a eu un intérêt croissant pour la démocratie participative. Les stations de radio, de télé, ont œuvré pour l'interactivité de leur programme, de même que se développent des émissions relatives à ce qu'on appelle des gens réels. Autrement dit, il s'agit d'émissions ou de reportages dans lesquels les caméras ont été invitées à entrer dans la sphère intime des individus afin de les suivre dans leur quotidien ou bien de les aider à faire face aux embûches qu'ils peuvent rencontrer dans des domaines concrets de la vie de tous les jours.*¹⁴¹

Le foisonnement des médias d'information de masse provoque ce qu'on considère aujourd'hui avec Internet, une fois encore, comme un danger pour la démocratie : le phénomène de « chambre d'écho ». C'est-à-dire le fait qu'avec trop de choix dans les sources d'informations, la préférence d'un individu se portera sur les canaux supportant son opinion déjà acquise, « *filtrant de manière croissante l'information à laquelle il choisit d'être confronté* » ¹⁴² .

*Il ne s'agit pas de déplorer la perte d'un certain lien social, mais d'en souligner les risques pour la démocratie, avec en particulier un risque croissant de « désinformation ».*¹⁴³

¹⁴⁰ Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 149.

¹⁴¹ Ibid., 145.

¹⁴² Cagé, « Médias et Démocratie », 125.

¹⁴³ Ibid.

La télévision est la cible de nombreuses critiques défendant la démocratie. Selon elles, la télévision s'éloignerait de son rôle de média d'information pour s'orienter vers un contenu de divertissement, considérant les téléspectateurs comme des consommateurs plutôt que des citoyens, et expliquerait la baisse de participation aux échéances politiques. « *L'ensemble du texte d'un journal télévisé des années 1950 ne remplirait que trois colonnes de la une du New York Times ! Elle conduit ainsi en moyenne à une baisse des connaissances politiques des citoyens* »¹⁴⁴. La simplification du message des médias face à la complexification du monde serait la cause d'une ségrégation sociale.

*Dans le domaine du journalisme, un fossé de plus en plus grand se creuse entre les élites que l'on informe et les masses que l'on divertit.*¹⁴⁵

Une fois encore, un média n'en chasse pas un autre. Les médias suivent les évolutions techniques, accompagnant et soutenant la complexification du monde, « *Le XXe, avec la radio, le téléphone, la télévision et plus récemment Internet, a profondément transformé les conditions de circulation de l'information* »¹⁴⁶, et ainsi « *joué un rôle clef dans le processus démocratique* »¹⁴⁷.

¹⁴⁴ Ibid., 124.

¹⁴⁵ Dahlgren, « L'espace public et les médias », 251.

¹⁴⁶ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 23.

¹⁴⁷ Cagé, « Médias et Démocratie », 123.

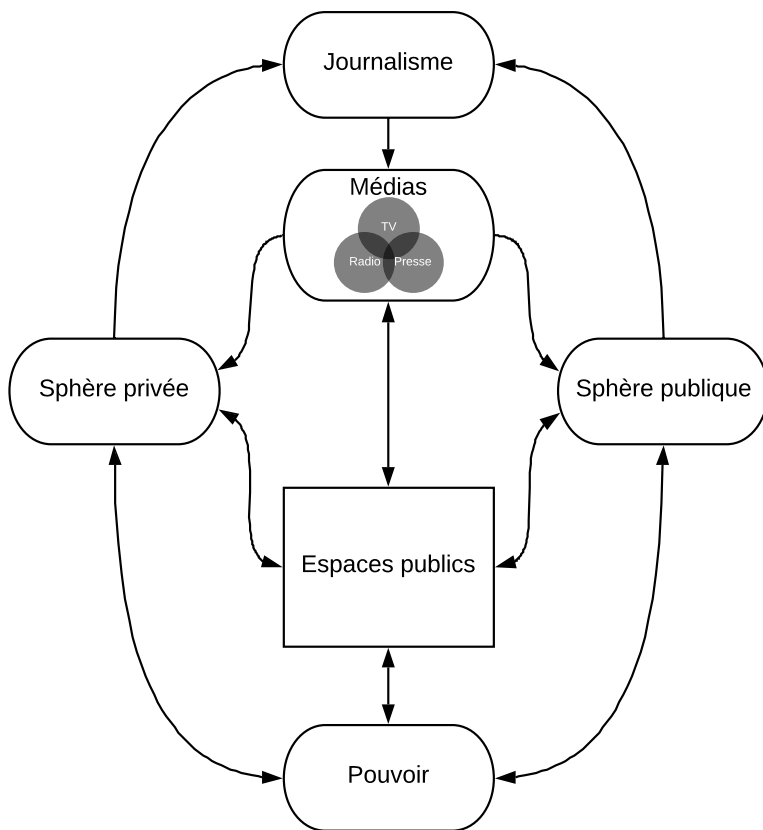


Figure 3 : Schéma de l'espace public

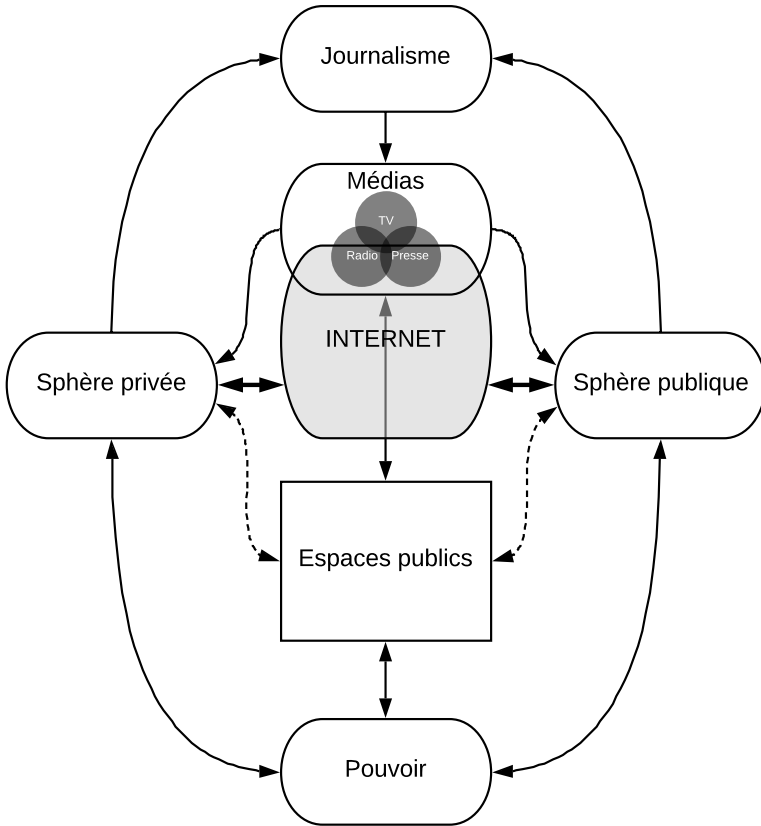


Figure 4 : Schéma de l'espace public avec Internet

Internet

Internet naît de la volonté de créer un « *réseau civil de partage des données en se basant sur les principes de liberté d'expression, d'égalité, de pluralisme et de partage gratuit* », après que l'armée américaine l'ait abandonné car non sécurisable¹⁴⁸. Le numérique a de particulier que son infrastructure n'est pas une contrainte pour sa spatialité. L'espace de la forme se sépare de l'espace de son contenu¹⁴⁹. « *La spatialité d'Internet présente très peu d'analogies avec les espaces antérieurs, plus familiers* »¹⁵⁰. Internet s'est déployé si rapidement que les changements de société sont difficilement perceptibles immédiatement¹⁵¹, mais les tendances se confirment : globalisation, individualisation, ubiquité, transparence, dématérialisation¹⁵². Le développement d'Internet, comme les révolutions de communication précédentes, se fait dans un contexte où la gestion de l'information - qui se multiplie et se complexifie - devient impossible¹⁵³. « *Avec Internet, l'espace a tant changé que la société est animée d'un mouvement dont la dynamique est peu lisible, car peu familière* »¹⁵⁴.

Cette information, déconnectée de son rapport physique, le papier, est confrontée à sa dimension numérique, celle d'un code binaire (...), qui constitue tout à la fois une opportunité (abondance des flux de contenus) et un risque (dévalorisation et homogénéisation). La mutation numérique met en exergue un défi tout à la fois technique (transformation de l'outil industriel matériel en une industrie de biens et de services dématérialisés), culturel et intellectuel (fonctions et sens du produit médiatique).

¹⁴⁸ Bernard, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 144.

¹⁴⁹ Beauce, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 74.

¹⁵⁰ Ibid., 242.

¹⁵¹ Ibid., 33.

¹⁵² Ibid., 19.

¹⁵³ De Mul, « De Homo erectus à Homo sapiens: le Cyber espace pour les Darwinistes ».

¹⁵⁴ Beauce, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 13.

*C'est le changement de paradigme qui doit être considéré comme la « révolution post-industrielle » du XXIe siècle, celle de l'information.*¹⁵⁵

En tous cas, du point de vue de l'organisation de la société, Internet a redynamisé la démocratie car il propose un espace basé sur l'égalité, la liberté d'expression, sans discrimination ni sociale ni ethnique¹⁵⁶.

*Car si la révolution engendrée par l'apparition de l'électricité n'a pas donné naissance à un débat sur « la démocratie électrique », il est acquis que celle du numérique a clairement relancé le débat sur la démocratie.*¹⁵⁷

Internet a amplifié la diffusion d'idées comme jamais auparavant. L'imprimerie avait augmenté les capacités de partage, mais Internet révolutionne la perception du monde par l'humain. « *Un tel phénomène a bien entendu des conséquences sur le développement psychologique moral et social des personnes* »¹⁵⁸. Tout comme les livres, Internet modifie complètement le développement des capacités et des structures cognitives de l'humain¹⁵⁹. Certains nomment « super-cerveau » l'alliance cognitive entre l'ordinateur et l'humain, et même « *d'expériences avec des interfaces intelligentes dans lesquelles les opérations de recherche sont dirigées par les pensées de l'utilisateur* »¹⁶⁰. Les formes et les conséquences en sont aujourd'hui difficilement imaginables. Internet est plus qu'une technique, c'est une mutation sociétale, plus puissante encore qu'une révolution. Et la question se pose de l'évolution future de l'intelligence humaine¹⁶¹. « *À n'en point douter un seul instant, l'avènement de l'outil Internet provoquera inexorablement le basculement vers une post-humanité* »¹⁶².

¹⁵⁵ Philippe Amez-Droz, *Médias suisses à l'ère numérique*, Première édition, Collection Le savoir suisse 108 (Lausanne: Presses polytechniques et universitaires romandes, 2015), 21.

¹⁵⁶ Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 144.

¹⁵⁷ Charlotte Trilha, « La fracture numérique : les inégalités d'accès », in *L'Internet et la démocratie numérique*, Presses universitaires de Perpignan, 2016, 54.

¹⁵⁸ Saly-Rousset, « L'individualisation de la propagande », 87.

¹⁵⁹ De Mul, « De Homo erectus à Homo sapiens: le Cyber espace pour les Darwinistes ».

¹⁶⁰ Ibid.

¹⁶¹ Ibid.

¹⁶² Euzet, « Conclusion : Internet, numérique : quel horizon pour la démocratie ? », 208.

On peut s'attendre à ce que l'outsourcing de nos capacités analytiques soit compensé par le développement de nouvelles capacités cognitives. Comme avec tout développement évolutionniste, il y aura un prix à payer pour ce développement de la structure cognitive. Mais cela ne le rendra probablement pas moins inévitable.¹⁶³

¹⁶³ De Mul, « De Homo erectus à Homo sapiens: le Cyber espace pour les Darwinistes ».

II LES ESPACES D'INTERNET

INTERNET ET ESPACE

L'ESPACE ET LE TEMPS D'INTERNET

Cette circonstance, jointe aux récents progrès dans les moyens de transmission, suggérait deux problèmes techniques :

I. – Faire entendre en tout point du globe, dans l'instant même, une œuvre musicale exécutée n'importe où.

II. – En tout point du globe, et à tout moment, restituer à volonté une œuvre musicale.

Ces problèmes sont résolus. Les solutions se font chaque jour plus parfaites.

Nous sommes encore assez loin d'avoir apprivoisé à ce point les phénomènes visibles. (...)

Cela se fera. Peut-être fera-t-on mieux encore, et saura-t-on nous faire voir quelque chose de ce qui est au fond de la mer.¹⁶⁴

Un espace mais non territorial

Internet est une technologie révolutionnaire. Mais n'est pas qu'une simple technologie. Internet a permis une nouvelle spatialité. Cette invention récente peut être difficile à percevoir comme espace, car la notion d'espace est extrêmement liée au territoire. Il est normal lors de réflexions ou de discours à propos d'Internet d'utiliser la métaphore territoriale pour le penser. Si la métaphore spatiale à l'aide du territoire peut être pertinente dans certains cas - le territoire comportant des échelles et des subtilités d'une complexité immense, cette représentation d'Internet atteint rapidement ses limites, tant l'espace territorial est contraint par des règles concrètes, terres à terre, auxquelles Internet échappe. La question des limites à l'espace d'Internet justement, est

¹⁶⁴ Paul Valéry, « La conquête de l'ubiquité », in *Oeuvres, tome II, Pièces sur l'art*, Gallimard, Pléiade, 1928.

continuellement en question¹⁶⁵. Plutôt qu'une comparaison avec le territoire, l'espace d'Internet doit plutôt se penser comme un espace hybride, complémentaire et imbriqué au territoire.

Internet n'a ni sens ni existence sans le territoire, il ne peut être dissocié de son environnement matériel¹⁶⁶, mais il ne doit néanmoins pas être matérialisé¹⁶⁷. Internet est un espace ni matériel, ni virtuel¹⁶⁸, mais réel. Internet est un lieu *réticulaire*, c'est à dire qui forme un réseau, dont la particularité est la non pertinence de la notion de distance. C'est là la principale distinction entre l'espace d'Internet et l'espace territorial. L'espace réticulaire agit par *connexité*¹⁶⁹.

*Nous avons l'habitude de parler du World Wide Web comme d'un espace de communication parallèle au monde dans lequel nous vivons, mais le monde dans lequel nous vivons et le Web ne peuvent plus être dissociés si facilement.*¹⁷⁰

La relation entre Internet et le territoire est multiple. Ces espaces sont intriqués, emboîtés, selon des logiques qui correspondent aux caractéristiques techniques d'Internet¹⁷¹. Mais également car Internet est un espace profondément social. C'est d'ailleurs ce qui le relie intensément au territoire. Les relations qui s'y déroulent prennent à ce titre tout leur sens, car Internet est un espace de *synchorisation*¹⁷², c'est-à-dire qui permet de se donner un espace d'action commun – comme la synchronisation permet de se donner un temps commun¹⁷³. Boris Beauce représente l'analogie selon ce tableau¹⁷⁴ :

¹⁶⁵ Beauce, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 42.

¹⁶⁶ Ibid., 218.

¹⁶⁷ Ibid., 41.

¹⁶⁸ « Virtuel » a étymologiquement le sens contraire de « actuel »

¹⁶⁹ Beauce, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 51.

¹⁷⁰ Eric Gordon & Adriana de Souza, « Net Locality : Why locations Matters in a networked world », 2011

¹⁷¹ Beauce, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 213.

¹⁷² Chôra = espace existentiel, Syn = commun

¹⁷³ Beauce, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 67.

¹⁷⁴ Ibid., 51.

	Espace	Métrique	Technique
Lieux territoriaux	Territoire	Contiguïté	Localisation
Lieux réticulaires	Réseaux	Connexité	Communication

Un espace d'action commun permet l'interaction¹⁷⁵, ce qui comporte des actes de transaction et de communication. Un nouvel espace de transaction révolutionne les fondamentaux de l'économie¹⁷⁶. La chaîne de production et de finance se transforme, n'exigeant « *pas la rencontre des corps, de la matière, de l'exhaustivité du sensible* »¹⁷⁷. En tant que lieu d'action, Internet peut s'apparenter à l'espace public.

*La philosophie politique de Hannah Arendt (1974) a développé depuis longtemps en effet ce thème de l'espace public comme monde commun de l'action, comme monde "entre" soi, capable de rassembler mais aussi de séparer et qui repose autant sur l'intervalle que sur la présence simultanée de perspectives.*¹⁷⁸

Comme espace de communication, Internet transforme les relations entre humains, c'est pourquoi son espace a une grande importance, car modifier les relations humaines, c'est modifier l'humanité¹⁷⁹.

Pour considérer cet espace, le matérialisme cognitif est toujours à l'œuvre¹⁸⁰, pour le percevoir, l'obligation de la métaphore est indispensable. En témoigne le vocabulaire du numérique, qui reprend de nombreux mot territoriaux ou architecturaux¹⁸¹ : *portail, plateforme, toile, site, forum, hébergement, page*, etc. Le plus marquant est le mot *adresse*, traduisant de la relation logique entre une entité et sa localisation¹⁸². Boris Beaudé propose d'échapper à la métaphore

¹⁷⁵ Ibid., 9.

¹⁷⁶ Ibid., 147.

¹⁷⁷ Ibid., 68.

¹⁷⁸ Joseph, « L'espace public et le visible », 397.

¹⁷⁹ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 104.

¹⁸⁰ Ibid., 203.

¹⁸¹ Ibid., 198.

¹⁸² Ibid., 58.

territoriale malheureuse en reprenant plutôt le terme de Michel Foucault pour appréhender Internet, un espace *hétérotopique*¹⁸³ :

*L'hétérotopie désigne des « espaces autres », soit lieux de l'imaginaire comme une cabane d'enfant, soit lieux de mises à l'écart comme un asile ou un cimetière.*¹⁸⁴

¹⁸³ Ibid., 205.

¹⁸⁴ Michel Foucault, *Surveiller et punir*, 1975

Accessibilité

Dans l'héritage des médias du XIXe et XXe, Internet poursuit cette recherche populaire de démocratisation, c'est-à-dire une volonté de toucher le plus de monde possible, de permettre l'accès à tous. L'accès à ce nouvel espace est perçu par beaucoup comme une chance démocratique, car elle donne les mêmes chances de s'informer à tous les citoyens.

L'accessibilité à propos d'Internet paraît simplement une histoire de câblage. Mais cette donnée technique disparaît, notamment avec le wifi. La connexion ne dépend pas d'antenne ou paraboles. Les objets véhiculant Internet se font plus discrets, l'image de ce média se détache de ses conditions techniques¹⁸⁵. Il est difficile d'observer la relation entre l'infrastructure d'Internet et son accessibilité. D'autant plus qu'à l'absence de matérialité visible s'ajoute l'instantanéité des déplacements dans l'espace réticulaire. La conception d'Internet comme technique en revient à l'abstraction. La possibilité depuis n'importe quel territoire qui possède une connexion de disposer de la totalité de l'espace *web* n'a pas d'équivalent territorial en ce qui concerne l'accessibilité¹⁸⁶.

Internet est un média de masse. Au début de sa démocratisation, il a profité des blogs pour affirmer son rôle de nouvelle technologie de communication et d'information¹⁸⁷. Ils ont servi de déclic à une utilisation citoyenne de cet espace, à une démocratisation mondiale de ce mode d'expression. Mais à cette échelle globale, cela induit aussi un partage de codes communs. Cette démocratisation rapide a ainsi établi, de fait, l'instauration de règles banalisant, normalisant, ces expressions¹⁸⁸.

Cet élargissement à une grande majorité de la population du même espace et de la même possibilité d'expression et d'information implique nécessairement des changements sociétaux majeurs, dont il est encore aujourd'hui difficile de

¹⁸⁵ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 215.

¹⁸⁶ *Ibid.*, 86.

¹⁸⁷ Lovink, « Blogging, l'impact nihiliste », 17.

¹⁸⁸ *Ibid.*, 19.

réellement en conclure la mesure¹⁸⁹. Que peut avoir comme impact Internet comme nouvel espace d'expression démocratique sur l'espace public ? Si des craintes peuvent apparaître que l'un se substitue à l'autre, les avis misent plutôt dans les capacités du *web* à étendre l'espace public, par ses nouveaux modes d'expression¹⁹⁰.

Une part importante de la formation de l'espace public se fait autour de la nécessité d'organiser des lieux de communication (salon, réunion, manifestation). Avec Internet, cet espace de communication est toujours disponible tant que l'on y est connecté¹⁹¹. Si Internet se développe avec succès comme espace de communication, c'est parce qu'il met à disposition des outils très simples, qui autrement, demanderaient des médiations organisationnelles importantes¹⁹².

*C'est parfois lorsque l'accès à ces espaces est impossible que nous en réalisons la pleine réalité.*¹⁹³

La question de l'accessibilité à Internet dépend donc d'une connexion au réseau. Cette condition à cet espace d'expression pose des questions techniques, pour les zones géographiques qui ne sont pas (encore) connectées. On appelle « fracture numérique »¹⁹⁴ cette limite entre *connecté* et *non-connecté*. Cette fracture technique se transforme en ségrégation sociale pour ceux qui ne peuvent pas utiliser Internet pour défendre leurs idées, pour s'informer, ou pour commercer. Ceux-ci sont tenus écartés de la « révolution Internet ». Si ce déploiement à l'ensemble des territoires est lacunaire, c'est qu'il est éminemment politique d'installer les infrastructures nécessaires à la connexion¹⁹⁵. Internet est devenu un facteur de ségrégation spatiale supplémentaire, amplifiant l'inégalité aux endroits déjà en marge¹⁹⁶, et en améliorant la connectivité des lieux déjà favorisés. Si

¹⁸⁹ Beade, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 160.

¹⁹⁰ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 160.

¹⁹¹ Leterre, « L'Internet », 213.

¹⁹² Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 175.

¹⁹³ Beade, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 61.

¹⁹⁴ Trilha, « La fracture numérique : les inégalités d'accès », 53.

¹⁹⁵ Beade, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 217.

¹⁹⁶ *Ibid.*, 219.

l'espace Internet n'est pas le pendant du territoire, il est important pour y accéder de bien se situer géographiquement. Paradoxalement, multiplier la spatialité augmente l'inégalité spatiale¹⁹⁷.

*Se créa dans cette dynamique un nouvel espace, aux finalités démocratiques, se voulant public, c'est-à-dire ouvert à tous, qui tend à être un espace de rassemblement n'appartenant à personne. Qui dit démocratie dit égalité, et c'est dans cet élan qu'apparaissent peu à peu ces inégalités d'accès : une fracture numérique dans une société dite « de l'information » succédant à une société dite « industrielle ».*¹⁹⁸

La démocratisation du *web* comporte aussi des aspects économiques. Ils peuvent être motivés par les grandes entreprises de commerce en ligne, pour qui les internautes sont des consommateurs. L'accès qui s'étend c'est un marché qui augmente. Au-delà des consommations, l'expérience de l'utilisateur au travers de ces données numériques sont aussi potentiellement monétisables¹⁹⁹.

Mais une connexion généralisée amène aussi le risque d'*hyperconnexion*. Une utilisation des outils technologiques peut avoir des effets néfastes, comme la déconnexion de son environnement social proche et familial. Une omniprésence de l'accès au monde dans des pratiques excessive néglige le cadre de proximité²⁰⁰. Des prescriptions de « déconnexion » peuvent ainsi être proposées afin de questionner la place des technologies et les conséquences de pratiques excessives²⁰¹.

¹⁹⁷ Ibid., 220.

¹⁹⁸ Trilha, « La fracture numérique : les inégalités d'accès », 54.

¹⁹⁹ Amez-Droz, *Médias suisses à l'ère numérique*, 124.

²⁰⁰ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 188.

²⁰¹ Ibid., 215.

Vitesse atemporelle

La temporalité d'Internet ne peut se résumer à sa vitesse. Une vitesse se définit par un rapport entre une distance et un temps. Ceci de particulier qu'avec Internet, ces deux notions ne sont pas pertinentes. En effet, comme nous l'avons vu auparavant, une distance se rapporte à une longueur et donc à un territoire, dont Internet est détaché. Il s'agit plutôt d'un débit de quantité de données transmises pour un temps défini. L'unité de débit d'Internet est le *bit* par seconde (bit/sec.). Le *bit* est l'unité d'information, il est immatériel. Son transport n'est donc pas un déplacement (de matière) mais une transmission (d'information)²⁰². L'unité de temps est la seconde. La transmission étant quasi instantanée, la question est de savoir la quantité transmise plutôt que le temps de transmission.

En ce sens, Internet n'est pas une technologie de transport à la suite des révolutions qu'ont pue être l'utilisation du cheval, le chemin de fer ou le moteur, qui ont accéléré les déplacements, mais se positionne plutôt en tant qu'invention d'un nouveau type de réseau permettant des relations, telles de nouvelles voies romaines.

*Cette dynamique, commencée avec les premières routes et les premières villes, avec les voies de navigation et de chemin de fer, avec l'écriture et l'imprimerie, avec la radio, le téléphone et la télévision, connaît un renouveau important.*²⁰³

Dès lors qu'une interaction n'exige pas d'échange matériel, Internet se propose comme l'espace idéal. Il remet ainsi en cause l'économie historique basée sur le temps de déplacement de matière. Internet est donc un acteur majeur de l'économie mondialisée, en tant qu'espace instantané de synchronisation. Ce changement profond du monde tend moins à des transformations de l'économie qu'à l'apparition d'un nouvel espace de transaction²⁰⁴.

²⁰² Beauce, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 86.

²⁰³ Ibid., 242.

²⁰⁴ Ibid., 124-25.

Internet invente une nouvelle spatialité dont la temporalité est paradoxale. D'un côté, l'instantanéité d'Internet permet un flux continu d'informations qui les laisse ensuite tomber dans l'oubli, par le renouvellement frénétique de l'actualité. Le fil du temps est retranscrit méticuleusement, mais ces informations n'aspirent pas forcément à durer. Néanmoins, si leur temporalité est éphémère, elles laissent forcément des traces.

En effet, dans l'espace d'Internet, les informations ne prennent pas forme, elles ne se matérialisent pas, mais ne s'effacent pas pour autant. Même les plus superficielles se stockent naturellement dans les archives du flux d'informations. Les informations éphémères laissent donc des traces pérennes. Ainsi, les informations survivent à leur auteur ou leur destinataire. Internet stabilise ce qui a été écrit ou montré à un moment donné. L'information se transforme en archive, selon son importance, sa réception, à des rythmes différents²⁰⁵. Le rapport entre histoire, archive et éternité est donc lié à l'utilisation.

Michael Mandiberg, un artiste contemporain américain, a exposé dans son œuvre « Print Wikipédia » (2015) cette relation entre l'actualisation et la pérennité. Son projet est d'imprimer la totalité de l'encyclopédie en ligne Wikipédia (en anglais). Ce faisant, il cherche à montrer que la mise à jour continue de ce site par ses utilisateurs empêche la cristallisation du savoir à un moment donné, et rend ainsi difficilement exploitables ces sources pour des historiens ou des chercheurs. Les modifications faites sur Wikipédia archivées ne sont pas imprimées. Mandiberg pérennise ainsi l'éphémère dans son œuvre qui comporte au final 7'473 volumes, exposés à la *Denny Dimin Gallerie* à New York.

On comprend la temporalité paradoxale d'Internet, qui jongle avec l'éphémère et le pérenne. Mais en se situant dans des échelles temporelles différentes en même temps, Internet est-il pluri-temporel, ou peut-on le considérer hors de notion de temps : atemporel ? Dans les deux cas, la temporalité d'Internet ne correspond pas à celle du vivant.

²⁰⁵ Leterre, « L'Internet », 213.

Multi-temporel ou atemporel, Internet influence nos vies de par sa vitesse. Il poursuit ainsi la société de l'image amorcée par la télévision. Les informations se transmettent de plus en plus par l'image, notamment sur les réseaux sociaux à travers des vidéos courtes ou des *memes*²⁰⁶, purs produits de l'univers Internet. L'accélération de l'échange d'informations pousse à la brièveté de la forme comme à la simplicité du fond.

*L'image et la formule, substituent de plus en plus le slogan communicationnel à l'émission d'idées de fond. Le message politique ainsi appauvri, se dilue dans le spectaculaire*²⁰⁷



Figure 5 : un *meme*

²⁰⁶ Un *meme* est une simple image, sur laquelle s'ajoute une phrase transmettant un état d'esprit, en lien avec l'image. L'image et le texte sont basés sur l'univers culturel d'Internet. Le *meme* a pour but d'être partagé sur les réseaux sociaux. C'est une sorte de *haïku* produit par et pour la culture d'Internet.

²⁰⁷ Euzet, « Conclusion : Internet, numérique : quel horizon pour la démocratie ? », 215.

CARACTÉRISTIQUES DE L'ESPACE D'INTERNET

Les qualités des lieux réticulaires sont en cela étroitement dépendantes de celles d'Internet. Numérisation, automatisation, interaction, symétrie, neutralité, individualisation, permanence, décentralisation, synchronie et asynchronie sont autant de propriétés qui participent pleinement de la spatialité des lieux réticulaires, de la latitude des individus à les créer ou à les pratiquer.²⁰⁸

Gratuité

Une des caractéristiques d'Internet, c'est la gratuité de son contenu. Cela est fortement lié à ses conditions d'accessibilité, c'est-à-dire au raccordement au réseau et le prix de l'abonnement du distributeur. Dans son contenu, si certains sites proposent des services ou du contenu payant, la quasi-totalité d'Internet est gratuite. Le lien est devenu si fort entre cet espace et sa gratuité que ce mode de transaction est ancré dans les habitudes. La rémunération fait exception²⁰⁹. Ce présupposé de gratuité brouille la notion de la valeur du travail. Nous le verrons dans la partie de ce travail consacrée au journalisme. Comment imaginer payer pour de l'information ou un métier qui est concurrencé par cette gratuité ? Dans ces situations, il faut différencier le coût de la transmission et le coût de la production²¹⁰. L'accès à Internet est payant, et son contenu dès lors semble ne pas avoir de coût²¹¹. Cette question du coût dépasse le cadre d'Internet comme technique, et pose des questions sociétales, politiques, auxquelles Internet est difficilement soumis. Imaginons une bibliothèque dont l'accès serait payant par abonnement, où tous les livres seraient alors en usage gratuit, à l'exception de certains rayons ou ouvrages payants, mais dont des copies pourraient néanmoins s'y trouver gratuitement dans des rayons pirates, tout autant accessibles.

²⁰⁸ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 60.

²⁰⁹ *Ibid.*, 117.

²¹⁰ *Ibid.*, 145.

²¹¹ *Ibid.*, 117.

Dans cet Internet à caractère économique, la valeur de gratuité et de liberté d'expression prend une dimension inattendue de contestation. Particulièrement parce ce que ceux qui ont créé l'Internet (les universitaires) étaient convaincus par ces valeurs. Ce n'est qu'après l'extension de l'Internet que ces valeurs ont été contestées et mises en opposition avec la recherche de profit, d'ordre moral.²¹²

La gratuité s'est presque transformée en norme sur Internet. En contrepartie les données et les informations des comportements *web* des utilisateurs devient une source commerciale. Cette traçabilité a donc une valeur marchande, qui permet à certains sites gratuits de payer leur coûts, comme Facebook qui agrmente ses

« SI C'EST GRATUIT, C'EST VOUS LE PRODUIT »



Figure 6 : Illustration de Soulié

²¹² Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 154.

pages de publicités ciblées selon votre profil *web*, ou Google, qui enregistre vos recherches afin que des entreprises de marketing vous propose des offres ciblées qui correspondent à votre consommation. D'où l'importance stratégique du contrôle de l'espace Internet par les grands groupes dominants²¹³. De ce système de gratuité sur Internet est né un slogan des défenseurs de la vie privée : « *Quand c'est gratuit, c'est vous le produit !* »

*La publicité sur l'Internet est une des nombreuses formes de la propagande. Elle est d'ailleurs primordiale puisqu'il s'agit du revers de la médaille se cachant derrière la gratuité de l'Internet. Ses revenus sont donc de nature publicitaire, les annonceurs assument de cette manière les coûts de fonctionnement du système qui retombent ainsi sur les achats des internautes. La vente est d'ailleurs plus facile, puisque l'utilisateur convaincu par la publicité d'un produit peut l'acheter directement en ligne sans prendre un temps de réflexion. Ce phénomène renforce les achats impulsifs sans que le besoin de sortir de chez soi soit nécessaire.*²¹⁴

²¹³ Beaude, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 105-6.

²¹⁴ Saly-Rousset, « L'individualisation de la propagande », 92.

Centralisation

Le rapport à la centralité est bouleversé par le poids des interfaces sur Internet. Internet est tellement devenu existant par les écrans, qu'il se confond avec les interfaces, dont le principe est centralisateur, ainsi qu'un mélange d'échelles, de temporalités, etc.

Sans une régulation politique, ces logiques de concentration devraient se renforcer plus encore dans les années à venir, au point de rassembler l'essentiel des pratiques au sein d'une cinquantaine d'espaces privés, dont une dizaine seraient largement dominants et pas plus de trois omniprésents. Sans mesures décisives, la majeure partie d'Internet peut théoriquement être concentrées au sein d'un seul espace. L'acteur le plus évident à ce jour pour tenir ce rôle est indiscutablement Google.²¹⁵

Internet est un espace dont la structure n'est pas intelligible. Néanmoins, elle peut se définir au travers d'un paradoxe : la structure spatiale d'Internet est non-hiérarchisée, mais comporte des centres. Si le nombre de page Internet est infini, la fréquentation tend à se concentrer en grande majorité sur quelques-unes. Non pas en raison de manque d'accessibilité, mais plutôt parce que les grands acteurs mettent en œuvre une politique qui veut les rendre indispensables ou inévitables.

Si Internet avait un centre, se serait probablement Google. Si Internet n'avait pas de centre, Internet serait probablement Google. La spatialité d'Internet rend en effet la notion de centralité caduque. L'hypercentralité, c'est précisément une centralité qui déborde tellement sa périphérie qu'elle la recouvre presque totalement.²¹⁶

²¹⁵ Beaude, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 101.

²¹⁶ *Ibid.*, 102.

Déplacement

Internet est donc un espace en tant que tel. Comment se déplace-t-on dans cet espace ? Un déplacement se définit selon des unités de temps et de distance. Nous allons voir que les caractéristiques techniques du numérique permettent de s'affranchir de ses notions. En effet, le « moyen de transport » propre au *web* est le lien hypertexte.

Un lien hypertexte est un élément placé dans le contenu d'une page Web et qui permet, en cliquant dessus, d'accéder à un autre contenu sur le même site Web (lien interne) ou à un site Web différent (lien externe). On le nomme également hyperlien.²¹⁷

Le lien hypertexte caractérise la navigation dans l'espace Internet. Cela consiste à naviguer de lien en lien, de page à page Internet. Ce déplacement par le clic, de monde à monde, se fait instantanément. Dans ce cas, la seule temporalité de ce déplacement est la vitesse de débit fournie.

Le système des liens hypertextes implique même que la « visite » d'un site se fait souvent au hasard du classement d'un moteur de recherche, et l'on peut glaner telle information, sans se soucier de son contexte sur un même site, et même de savoir s'il y a un contexte.²¹⁸

Ce mouvement s'effectue donc en totale indépendance, de repère d'une structure, de hiérarchie. Le lien hypertexte est un lien direct, non réciproque. Un lien vers une page ne signifie pas qu'il y ait sur cette seconde page un lien vers la première²¹⁹. Chaque lien hypertexte relie exclusivement deux espaces, s'émancipant de toute structure de déplacement, de toute hiérarchie²²⁰. Ce type de déplacement sur le territoire est qualifié d'« effet tunnel », il relie deux lieux distants sans qu'il y ait de lieux intermédiaire. Sur Internet, le lien hypertexte est encore plus radical²²¹.

²¹⁷ Journaldunet.fr

²¹⁸ Leterre, « L'Internet », 206.

²¹⁹ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 60.

²²⁰ Ibid., 100.

²²¹ Ibid.

*Chacun est plutôt un passeur d'informations, ce que le système de liens hypertexte explicite aisément. Chaque site Web, chaque blog est moins un lieu producteur d'information qu'un passage, souvent pointé par un moteur de recherche pour des acteurs qui sont à la recherche d'une information précise et se soucient peu du contexte général dans lequel elle peut s'insérer.*²²²

²²² Leterre, « L'Internet », 206.

Ubiquité

Le lien hypertexte assouvit en quelques sortes le fantasme de l'ubiquité, fantasme qui, telle une asymptote, toutes les techniques ont cherché à s'en rapprocher, sans jamais l'atteindre. Internet s'inscrit dans cette quête humaine de l'ubiquité²²³, dans l'héritage des techniques de plus en plus rapides, de plus en plus loin. Cela paraît aujourd'hui possible²²⁴.

*C'est de ce principe que découle le PageRank de Google, qui exploite cette puissance des liens hypertextes qui sont autant de liens sociaux, dont la multiplicité est aussi la richesse. Chaque lien hypertexte est en cela l'expression d'une relation entre un lieu réticulaire et un autre, au même titre qu'une route l'est entre deux lieux territoriaux. (...) instantané. Un clic suffit pour changer d'espace. Cette proximité est en cela plus faible, car elle engage moins celui qui l'initie, mais elle est plus riche, car elle peut exprimer des relations d'une rare finesse. Le « génie » des créateurs de Google, Sergey Brin et Larry Page, fut précisément de valoriser ces liens comme autant d'appréciations.*²²⁵

Le déplacement est en quelques sorte remplacé par la transmission²²⁶. Le rapport entre distance et temps s'efface. Ce geste ubiquitaire²²⁷ participe à la caractérisation de la spatialité d'Internet : être dans plusieurs monde à la fois, s'y déplacer simultanément. La contrainte de déplacement en tant que tel disparaît alors. Cette simultanéité dans des espaces différents allie ubiquité et dédoublement, car nous allons le voir, à des espaces différents correspondent non seulement une coprésence, mais des identités propres à chacun de ses espaces au travers d'avatar.

²²³ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 31.

²²⁴ Ibid., 34.

²²⁵ Ibid., 59.

²²⁶ Ibid., 230.

²²⁷ Ubiquité : n.f., *Fait d'être présent partout à la fois ou en plusieurs lieux en même temps.*
www.larousse.fr

Avatar

Pour naviguer dans l'espace d'Internet, il est possible de se créer un *avatar*²²⁸, afin d'être plus à même de se déplacer dans un environnement virtuel. D'une certaine manière, cela permet d'être représenté dans un espace, de s'y représenter soi-même, afin d'interagir avec d'autres utilisateurs via l'avatar. Ainsi, l'espace d'Internet agit comme un monde parallèle, analogue, qui nécessite une incarnation via un avatar de l'utilisateur. Cet usage est dans la continuité de l'utilisation de pseudonyme par des auteurs ou artistes voulant dissocier leur identité d'une activité. L'avatar est une incarnation dans un espace virtuel²²⁹.

²²⁸ Avatar : n.m., *Personnage virtuel que l'utilisateur d'un ordinateur choisit pour le représenter graphiquement, dans un jeu électronique ou dans un lieu virtuel de rencontre.* www.larousse.fr

²²⁹ Le terme d'avatar trouve son origine dans l'hindouisme, où ils sont l'incarnation de dieux venus sur terre.

Collectif

Internet, tel un espace public, n'appartient à personne, et appartient à tous en même temps. Sa structure repose autour des actions de chacun. La construction de l'espace Internet se base sur la participation individuelle, faite de contributions et de traces, qui d'un côté servent à la structuration et l'organisation d'Internet, et d'un autre côté sont monétisées par les sites qui les utilisent à des fins commerciales. En effet, si les expériences des utilisateurs sont utiles à l'architecture d'Internet, c'est parce qu'elles proviennent d'individus particuliers, identifiés, profilés, dont les pratiques sont interprétées. Ces individus peuvent ensuite être ciblés par des publicités. La logique publicitaire est de se baser sur une analogie entre un individu et ses pratiques, afin de mieux utiliser ses propres données pour lui proposer des produits qui lui correspondent.²³⁰ Il y a corrélation entre structure de l'espace et commercialisation à travers l'exploitation des pratiques des utilisateurs. Peut-on alors dire qu'Internet se transforme en plateforme commerciale? Sans doute, mais les chiffres de consultations montrent que la principale raison qui attire les individus sur Internet n'est pas la consommation.

Prenons l'exemple du moteur de recherche Google. Son algorithme, qui définit selon une recherche spécifique quelle sont les pages les plus à même de répondre à cette recherche, est calculé selon les recherches et les clics d'utilisateurs précédent. C'est donc un algorithme collectif, qui utilise l'expérience des utilisateurs afin d'affiner la pertinence de ses propositions.

L'intelligence collective ou la sagesse des foules sont autant d'opportunités pour une humanité qui trouve enfin l'espace de son expression collective. Car la synchronisation de millions d'individus autorise des pratiques inédites, dont se dégage une cognition particulière, qui ne se limite pas à du collectif. De cette distribution spatiale des capacités individuelles émerge une capacité collective remarquable, dont il est encore difficile de prendre mesure.²³¹

²³⁰ Beaude, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 192.

²³¹ *Ibid.*, 149.

Cette participation individuelle à la construction de l'espace Internet bénéficie donc à tous. C'est en quelque sorte un travail collectif inconscient, une intelligence collective.

LIMITE SPHÈRE PRIVÉE - SPHÈRE PUBLIQUE

Avant d'analyser les éventuelles transformations liées au surgissement d'un nouvel espace public Internet, il serait souhaitable de poser une question liminaire : Internet est-il un espace public ?²³²

Internet est-il un espace public ?

Nous avons vu auparavant le lien entre technologie et espace, ou comment chaque nouvelle technologie de communication invente son espace propre, et dont l'utilisation découle de ses caractéristiques techniques. Ainsi, la limite entre domaine privé et domaine public n'a cessé de se diluer depuis les outils d'information de masse. Nous pouvons nous demander si la volonté de répandre l'accessibilité de ses moyens d'information n'est pas inséparable de cette porosité des domaines.

L'espace d'Internet offre la possibilité de l'ubiquité. Se déplacer dans plusieurs mondes simultanément, n'est-ce pas être constamment dans tous ces mondes à la fois ? Dans ce cas, l'identification à tel domaine privé ou public, la conscience de limite entre eux, est-elle toujours possible ?

Selon Hannah Arendt (*Condition de l'Homme moderne, 1958*), la différence entre le domaine public et le domaine privé se situe dans les rapports de pouvoir qui y ont lieu. Dans le domaine privé c'est par la force que les règles se font²³³. C'est une sphère intime où l'autorité s'impose. L'espace privé échappe aux réglementations. Elle est libre d'ingérence des règles communes²³⁴. C'est aussi le moyen pour le citoyen de se construire librement une individualité. Cette scène de la vie privée doit permettre à ses membres d'exprimer leurs faits et gestes ainsi que leurs opinions sans être jugés par la société²³⁵. Il s'agit ensuite pour le citoyen

²³² Dacheux et Rouquette, « Internet est-il un espace public ? », 165.

²³³ Leterre, « L'Internet », 207.

²³⁴ Zask, « L'Internet, une invitation à repenser la distinction entre public et privé », 146.

²³⁵ Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 146.

de se libérer de sa communauté pour rencontrer les autres dans un espace public commun²³⁶.

Dans le domaine public, c'est la force de persuasion qui l'emporte, car c'est un domaine de partage. Le débat et l'argumentation organisent les rôles et les espaces. Ils établissent des règles, des normes communes qui articulent les relations entre les citoyens. L'argumentation, autrement dit la politique, se soumet aux volontés et aux dispositions des citoyens d'établir les cadres de leur vie commune dans un espace commun. En ce sens, savoir si Internet est un espace public revient à savoir si ses règles sont établies par l'argumentation.

*Le domaine public, c'est le domaine du collectif organisé.*²³⁷

Selon Olivier Bernad, Internet ne peut être vraiment considéré comme un espace public dans ce cas²³⁸. Néanmoins, le fait qu'Internet, au travers des réseaux sociaux et des blogs notamment, donne un moyen d'expression (qu'il soit public ou non) pose la question des limites entre privé et public. Thierry Leterre considère que sphère privé et sphère publique « *s'auto-définissent dans leur exclusion* »²³⁹, et qu'ainsi Internet, technologie de publicisation de l'intime, participe à la redéfinition de cette limite. Leterre démontre de quelle manière Internet transforme cette séparation entre public et privé avec la « philosophie du buzz ». Sur Internet, la publicisation est très rapide et peut devenir en soi un critère de célébrité. Avec YouTube ou les réseaux sociaux (Instagram, Facebook), il est possible de devenir un personnage public en dévoilant des éléments de son intimité, de sa vie privée. Auparavant, l'accès au statut de célébrité passait par une reconnaissance dans la sphère publique. Avec Internet, l'inverse est possible. Les médias essayaient de connaître la vie privée des personnalités politiques, artistes, sportives, médiatiques, des *people*. Internet *peopelise* des individus ordinaires qui dévoilent leur vie privée. « *C'est une idéologie qui fait de chacun potentiellement le centre du monde* »²⁴⁰.

²³⁶ Ibid., 144.

²³⁷ Leterre, « L'Internet », 205.

²³⁸ Zask, « L'Internet, une invitation à repenser la distinction entre public et privé », 149.

²³⁹ Leterre, « L'Internet », 214.

²⁴⁰ Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 152-53.

En 1963, en effet, Jürgen Habermas retrace dans un brillant essai, l'Espace public : archéologie de la publicité, l'évolution des espaces publics dans les villes européennes, en mettant notamment l'accent sur le déclin progressif de la matérialité des espaces publics dans la sphère des échanges et de la communication au profit de l'avènement de l'espace médiatique.²⁴¹

²⁴¹ Ghorra-Gobin, « L'espace public », 91.

Porosité : Publicisation

*Les frontières de l'espace public sont toujours, dans une certaine mesure, poreuses et soumises à d'incessants changements.*²⁴²

Dans l'hypothèse d'une dilution des limites entre sphère privée et publique, le privé devient-t-il plus public, ou le public se privatise-t-il ? Peut-on voir une tendance de déplacement d'un côté ou de l'autre des limites ? Internet participe-t-il à un brouillage, un mélange des sphères ? ou à un déplacement de ses limites ?

Nous pouvons remarquer une évolution claire, celle d'une publicisation de la sphère privée par Internet²⁴³. Comme outil de communication, d'échange ou de discussion, qui sont – traditionnellement, du domaine public. L'ambiguïté se fait de par l'accès et l'utilisation très simple et rapide de cette technologie, qui la rend propice à la spontanéité et la continuité de son utilisation. C'est donc de par la pratique que le contenu privé se retrouve dans des canaux d'habitude publics. La question n'est donc pas la limite entre privé et public, mais la pertinence même d'une séparation²⁴⁴.

Le cadre juridique a aujourd'hui des difficultés à véritablement définir ses espaces selon ses règles. L'apparition des réseaux sociaux sont à l'origine de nouveaux usages de sociabilité sur Internet, auxquelles les lois doivent s'adapter. Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, incitent les utilisateurs à une exposition consciente et volontaire de sa personne. L'intime s'expose sur ces plateformes²⁴⁵, qui sont d'autant publiques que les partages de contenus entre elles est l'essence même d'Internet, qui exploite pleinement la multimodalité de son espace²⁴⁶. L'attrait de ces plateformes de communication réside justement dans cette combinaison d'activités, de services différents dans le même espace²⁴⁷. Preuve en sont les pages

²⁴² Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 168.

²⁴³ Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 145.

²⁴⁴ Zask, « L'Internet, une invitation à repenser la distinction entre public et privé », 145.

²⁴⁵ Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 148.

²⁴⁶ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 172.

²⁴⁷ Joseph, « L'espace public et le visible », 398.

d'accueil d'Internet, qui mélangent l'intimité de la vie privée et la gestion de la vie publique²⁴⁸.

Mais avant Internet, la télévision repoussait la frontière entre privé et public en publicisant les vies privées, avec les émissions de télé-réalités, dès les années 80 aux États-Unis²⁴⁹. La mise en scène du soi n'est pas nouvelle avec Internet. Avec l'effet de réseau et la rapidité des échanges, cette exposition du soi tend à la surenchère nihiliste selon Geert Lovink. « *Pour exister sur l'Internet, il est nécessaire d'être visible, de publier des contenus* »²⁵⁰.

Avec les technologies de communication numérique et les pratiques des utilisateurs, il est pertinent de se demander si la vie privée ne devient pas une notion obsolète, ou du moins illusoire²⁵¹. Face à la publicisation de la vie privée, deux notions peuvent pousser à considérer la privacité comme étant en danger : la transparence généralisée et la commercialisation des données²⁵².

²⁴⁸ Lovink, « Blogging, l'impact nihiliste », 17.

²⁴⁹ Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 149.

²⁵⁰ Ibid., 152.

²⁵¹ Beauda, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 205.

²⁵² Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 146.

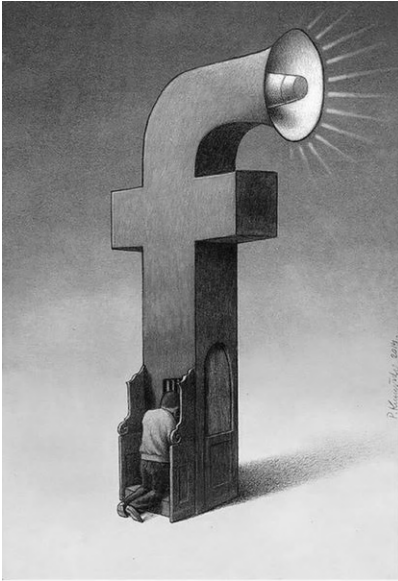


Figure 7 : Privacit  sur Internet

Conformisme

Dans un sens, Internet permet une médiatisation du privé, une publicisation de l'intime. Une mise en scène du quotidien de chacun qui répand la sphère privée dans le domaine public.

Inversement, la présence de flux continu d'informations publiques dans le domaine privé participe à une *conformisation* de chacun²⁵³, à une influence plus forte de l'opinion publique dans la construction de l'opinion privée, à une globalisation de la culture *Mainstream*²⁵⁴ par l'homogénéisation des contenus²⁵⁵. En effet, Internet comme espace commun, donne aux utilisateurs l'envie de se rattacher aux communautés par un partage des références collectives, que la culture populaire véhicule²⁵⁶. Boris Beaudé explique que l'uniformisation est intimement liée à l'individualisation, comme il l'a plusieurs fois été remarqué dans l'histoire (au XIXe, ou *Mai 68*)²⁵⁷. Comme le suggérait Gabriel Tarde²⁵⁸ à la fin du XIXe (« *Les lois de l'imitation : études sociologiques* », 1890), l'individu agit par imitation, par convenance avec les pratiques existantes²⁵⁹. Cette attitude sociologique peut être un danger pour la démocratie dans le sens où il s'agit dans ce cas d'influence et non de persuasion.

Le mode de fonctionnement d'Internet est une des causes de cette conformisation. La plupart des sites mettent en avant ce qui est populaire, ce qui a rassemblé le plus de clics. Les algorithmes uniformisent. L'algorithme des moteurs de recherche qui, selon les pratiques individuelles de l'utilisateur, gère le contenu proposé. Un site Internet peut donc influencer l'opinion de son utilisateur en sélectionnant, multipliant et répétant un type d'informations lui convenant, ou une source d'information préférée, etc. Cela s'accompagne d'une

²⁵³ Leterre, « L'Internet », 216.

²⁵⁴ *Mainstream* : Phénomène de la culture de masse, qui présente ce qui est d'actualité, à la mode, les habitudes de consommation.

²⁵⁵ Amez-Droz, *Médias suisses à l'ère numérique*, 17.

²⁵⁶ *Ibid.*, 125.

²⁵⁷ Leterre, « L'Internet », 216.

²⁵⁸ Gabriel Tarde, sociologue et psychologue français (1843-1904)

²⁵⁹ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 187-88.

banalisation de l'information en continue. Sans mise en perspective ou hiérarchie, l'information se dévalue²⁶⁰.

²⁶⁰ Amez-Droz, *Médias suisses à l'ère numérique*, 21.

Transparence

La publicisation de l'intime et l'utilisation des données de l'internaute concourent à un risque d'étalement non contrôlé de la vie de privée. Il n'existe pas encore de moyens qui assurent que des données ne seront pas exposés – preuves en sont les nombreux piratages exploitant des failles de sécurité de sites Internet de services (Banques multiples, Gmail en 2011, Sony en 2014, Renault en 2017, Facebook et le monde politique allemand en 2018) révélant ainsi les données de leurs membres. Au-delà de ces cyber-attaques, « *les utilisateurs accepteraient de renoncer en partie à leur vie privée pour bénéficier des médias sociaux* »²⁶¹, ce qui les pousse, par manque d'information ou de prise de conscience, à la transparence généralisée. Si elle est à peine assumée c'est qu'elle est non intentionnelle, Olivier Bernad parle « *d'assignation à transparence* ». Comme si l'inconscience des risques pris signifierait le consentement, ce qui constitue une menace aux libertés individuelles.

En 2009, le PDG de Google suggéra que « *si vous souhaitez que personne ne soit au courant de certaines choses que vous faites, peut-être que vous ne devriez tout simplement pas les faire* »²⁶². Cela démontre que si légalement la frontière entre public et privé existe encore, le risque des cyberattaques sur Internet peut la faire ponctuellement disparaître. Comme stratégie pour contrer cette transparence abusive, les internautes n'hésitent pas à produire de fausses données : faux profils, détails erronés, pseudonyme, etc. Ces pratiques démontrent que les internautes ne renoncent pas totalement à la notion de vie privée, et au traçage²⁶³.

« La valeur de la vie privée, c'est de nous permettre d'avoir une vie publique » selon Daniel Kaplan. L'individu a besoin de moments et d'espaces à lui, pour mieux se projeter dans la société, en particulier lorsqu'elle expose selon une intensité inédite. Il faut non seulement apprendre à se protéger, mais aussi à s'exposer, en maîtrisant les outils

²⁶¹ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 208.

²⁶² Ibid.

²⁶³ Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 147.

adaptés. Être l'un des principaux acteurs de ce que l'on divulgue au Monde, c'est, aussi, l'une des conditions de l'identité numérique.²⁶⁴



Figure 8 : Vie privée et Internet

²⁶⁴ Beade, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 205.

Sphère intermédiaire

De nombreux procès sont intentés contre des propos tenus sur Internet. Ces propos auraient-ils été tenus tels quels dans un espace public, « dans la rue » ? Probablement pas, cette tendance montre une difficulté de déterminer une limite claire entre ces deux domaines au quotidien.

Dans une interview télévisée, l'humoriste français Haroun dit « *Internet c'est quasiment la rue* »²⁶⁵. Cette expression, qui reprend une métaphore urbaine pour qualifier l'espace d'Internet, met en lumière la manière dont il considère la liberté d'expression sur Internet²⁶⁶. C'est à dire comme dans un espace public, mais pas tout à fait. Il ajoute qu'il y a « *presque les mêmes règles* ». Avec ce vocabulaire (« quasiment », « presque »), il laisse à penser que c'est tout comme. Alors si Internet n'est ni complètement privé, ni totalement public, existe-t-il une sphère intermédiaire ? La notion binaire de sphère privée et de sphère publique est-elle obsolète ? Hannah Arendt dans *Condition de l'Homme moderne* (1958) proposait une sphère entre deux, une *sphère sociale* « *intercalée entre privé et public* »²⁶⁷, dans laquelle la liberté individuelle serait accompagnée de tolérance, car destinée à une communauté précise, et pas forcément au public dans son ensemble²⁶⁸. Park qualifie cet espace social de « *voisinage* », une sorte de monde intermédiaire, que les moyens de communication remettent justement en cause de par leur capacité ubiquitaire, à passer d'un monde à l'autre, et qui « *tendent à détruire la permanence et l'intimité du voisinage* »²⁶⁹

*Pour Mark Zuckerberg, fondateur de Facebook, la vie en public serait « la nouvelle norme commune ». Il s'appuie sur l'expérience tirée de sa plateforme où les utilisateurs seraient toujours plus à l'aise avec un partage de plus en plus large.*²⁷⁰

²⁶⁵ Émission « Clique Dimanche », Canal+, 11 juin 2018

²⁶⁶ Saly-Rousset, « L'individualisation de la propagande », 90.

²⁶⁷ Leterre, « L'Internet », 215.

²⁶⁸ Zask, « L'Internet, une invitation à repenser la distinction entre public et privé », 145.

²⁶⁹ Park, « La ville. Propositions de recherche sur le comportement humain en milieu urbain », 92.

²⁷⁰ Bernard, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 146.

Dans tous les cas, nous comprenons que l'espace d'Internet n'est pas une transposition dans le virtuel de l'espace public, mais qu'il le multiplie, qu'il renforce son caractère pluriel²⁷¹.

*S'il est possible d'observer une destruction progressive de l'espace privé au sens classique du terme, cette dernière s'est par conséquent opérée au profit de l'apparition d'un nouvel espace public.*²⁷²

Dans ce nouvel « espace intermédiaire », la parole s'apparenterait plutôt à une discussion plutôt que de véritables discours, des conversations en « *prolongement numérique des traditions orales* » qui « *diffusent les rumeurs et les potins, les conversations de comptoir et de bistrot, des places et des couloirs* » selon Jay Rosen²⁷³. Sur Facebook par exemple, les règles juridiques sont floues. Une publication peut être jugée privée ou publique selon les réglages de confidentialité, que chacun peut changer²⁷⁴.

*Jürgen Habermas dans sa thèse de 1962 définit l'espace public comme une caisse de résonance apte à répercuter les problèmes qui ne trouvent de solution nulle part ailleurs. À côté de la sphère privée et publique, il identifiait une sphère intermédiaire, ni privée ni publique qu'il appelait « sphère sociale ». C'est cet espace qui pourrait être en train de se développer sur l'Internet avec la sacralisation de certaines valeurs comme notamment celles de la gratuité, la liberté d'expression absolue. L'avocat Éric Barbry expliquait ainsi récemment, lors d'une table ronde au Sénat, qu'« à la vérité, le mur Facebook n'est ni un espace public ni espace privé, mais sans doute une forme juridique inconnue à ce jour de vie privée partagée.*²⁷⁵

²⁷¹ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 176.

²⁷² Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 150.

²⁷³ Lovink, « Blogging, l'impact nihiliste », 21.

²⁷⁴ Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 149.

²⁷⁵ Ibid., 153.

Anonymat

Internet, est un espace réel, mais non territorial. Il existe un décalage entre le monde matériel dans lequel nous nous projetons en tant que personne physique et l'espace d'Internet. Les caractéristiques d'Internet permettent que l'identité physique ne soit pas engagée dans cet espace. En découle dans l'imaginaire qu'Internet est un espace d'anonymat, d'autant plus avec les artifices d'identification, qui schizophréniquement désincarnent l'identité civile de l'internaute. Des propositions de relier toute utilisation d'Internet à l'identité physique et civile de l'internaute ont été proposées. Mais sans suites, car techniquement complexes, et qui tendraient à confondre vie privée et vie professionnelle sous un même identifiant²⁷⁶.

*La transparence se trouve être en parfaite contradiction avec la vie privée et l'émergence de la démocratie, concomitante de celle de l'individu, considéré comme l'une des composantes fondamentales de l'existence en société.*²⁷⁷

Mais Internet est-il vraiment un espace anonyme ? Pas vraiment. L'anonymat est contraire à la « transparence généralisée » d'Internet. La vie privée n'y est pas garantie. Et comme le développe Boris Beaudé, si Internet se veut être un espace de liberté d'expression, l'anonymat s'impose alors. La liberté d'expression invoquée s'apparente à celui du droit de vote. En effet, Beaudé explique que si l'anonymat n'était pas garanti pendant les élections, les résultats seraient différents²⁷⁸. L'anonymat est ainsi un principe de la démocratie (la *Landsgemeinde* est-elle vraiment démocratique ?).

« L'anonymat sur l'Internet facilite la tromperie ; en même temps, l'absence des marqueurs sociaux traditionnels, qui caractérise

²⁷⁶ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 195.

²⁷⁷ *Ibid.*, 194.

²⁷⁸ *Ibid.*, 195-96.

l'interaction sur le net, peut permettre à des voix, qui n'auraient pas pu s'exprimer autrement, de se faire entendre. »²⁷⁹

Mais l'anonymat est aussi le risque de manipulation ou de falsification d'information, dans ce cas, la transparence garantit une vérification et une traçabilité²⁸⁰. On comprend donc que la transparence et l'anonymat sont, dans une démocratie, pareillement nécessaires, mais à des étapes différentes du processus. Délicat alors d'imaginer comment les gérer dans l'espace d'Internet, dont les caractéristiques techniques peuvent difficilement être attribuées à l'un sans l'autre.

²⁷⁹ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 178.

²⁸⁰ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 194.

« Sousveillance »

Internet est donc un espace dans lequel la vie privée n'est ni limitée ni garantie. Toutes les actions y sont conservées, et laissent des traces. Ces informations rapportées à son internaute produisent des masses de données personnelles, qui participent à l'économie numérique. La transparence généralisée liée à cette traçabilité, ajoutée à une augmentation des publicisations de la sphère intime rendent difficile le contrôle par l'internaute des données qu'il produit, donc de sa vie privée²⁸¹. Cela va au-delà des contenus que l'internaute partage volontairement, ses traces concernent également ses pratiques²⁸².

Il en découle une traçabilité intégrale²⁸³. L'économie numérique exploite ces données en les profilant, de manière à cibler la publicité²⁸⁴.

*À la mesure que les individus pratiquent de plus en plus Internet, une part croissante de leur activité est numérisée et connectée, ce qui ne fait qu'accroître le gains potentiel de l'accès aux données privées.*²⁸⁵

Internet produit ainsi de la valeur, que ceux qui les captent peuvent commercialiser. Facebook par exemple, produit des informations de valeur, en sachant les goûts musicaux, les orientations politiques, les préférences de consommation de ses utilisateurs. Facebook possède donc des informations qui ont beaucoup de valeur pour les entreprises commerciales, mais également pour ceux qui auraient pour but la surveillance de la population²⁸⁶. Magali Prangin écrivait en 2013 « Facebook : Dis-moi ce que tu « like », je te dirai qui tu es »²⁸⁷. Aldous Huxley²⁸⁸ déjà, dans son essai dystopique *Le meilleur des monde* (1932), dénonçait l'utilisation des technologies par un pouvoir mal intentionné, qui se

²⁸¹ Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 152.

²⁸² Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 204.

²⁸³ Ibid., 206.

²⁸⁴ Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 151.

²⁸⁵ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 197.

²⁸⁶ Saly-Rousset, « L'individualisation de la propagande », 92.

²⁸⁷ Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 152.

²⁸⁸ Aldous Huxley, écrivain et philosophe britannique (1894-1963)

servait des informations acquises pour manipuler la population ²⁸⁹. La commercialisation des données d'Internet fait passer l'internaute d'utilisateur à consommateur.

La manipulation par ordinateur est parfaite car cette forme de contrôle ne donne pas, une sensation d'oppression mais de joie puisque l'internaute pense avoir obtenu, la satisfaction matérielle qu'il désirait tant au départ et ce, comme par miracle. Dans l'ombre, des décideurs ont choisi où et quand il obtiendrait l'euphorie qu'il espérait tant.²⁹⁰

L'internaute est ainsi satisfait, mais surveillé. Il ne contrôle pas l'utilisation de ce qu'il croit être sa sphère privée²⁹¹.

Autre exemple, Google, qui comme Facebook, ne propose pas de contenu, mais uniquement une explicitation des interactions sociales, des relations humaines. La force de Google est d'avoir réussi à se placer au centre de l'espace Internet. Ainsi, il maîtrise une grande part de l'espace numérique, donc les pratiques qui y ont lieu. Google « *met en place l'un des plus puissants panoptiques* ²⁹² *contemporains* » ²⁹³. Comme moteur de recherche, il a su se rendre incontournable, notamment grâce à sa gratuité. En attirant une grande partie des utilisateurs d'Internet à travers ses multiples services (en tant que moteur de recherche, navigateur Chrome, YouTube, Google Map, etc), il s'impose comme une gigantesque infrastructure du *web*. La concentration du pouvoir sur les données de chacun par Google est inédite, tant elle concerne une part grandissante de nos vies²⁹⁴. Google s'impose comme un panoptique des pratiques numériques, qui sont aussi nos vies privées.

²⁸⁹ Saly-Rousset, « L'individualisation de la propagande », 92.

²⁹⁰ Ibid., 93.

²⁹¹ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 205.

²⁹² Panoptique : se dit d'un bâtiment dans lequel, depuis un point précis en son centre, l'on peut observer (surveiller) tout l'espace intérieur. Ce modèle a été théorisé par les frères Bentham au XVIIIe puis par Michel Foucault (« *Surveiller et punir* » en 1975), il est principalement utilisé dans l'architecture des prisons.

²⁹³ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 101.

²⁹⁴ Ibid., 111.

Dans un autre roman dystopique, *1984* (1949) de Georges Orwell²⁹⁵, l'auteur exprime sa crainte du développement d'une société de surveillance, où l'état s'immiscerait dans la vie personnelle. Si Internet n'existait pas encore à l'écriture de ce roman, Orwell notait déjà :

*« Je ne crois pas qu'une telle société va nécessairement arriver, mais je crains que quelque chose qui y ressemble puisse arriver »*²⁹⁶

Si les démocraties occidentales ne sont pas accusées d'utiliser Internet comme outil de surveillance autoritaire, la Chine a passé des étapes dans cette direction. L'état met en place un système de notations des comportements des habitants afin de leur attribuer une « note sociale », qui pourrait leur faciliter ou leur compliquer l'accès à des services. Le système se base autant sur des données officielles (banques, états, institutions) que sur les pratiques numériques (achats en ligne, réseaux sociaux, application de rencontre, etc.)²⁹⁷. La vie privée des Chinois est ainsi « *largement violée par le gouvernement chinois notamment sur l'Internet* »²⁹⁸.

*Cela ne va pas sans rappeler l'avertissement de Michel Foucault, qui décrit les sciences de l'Homme comme instruments du pouvoir disciplinaire et l'hétérotopie comme la spatialité correspondante.*²⁹⁹

Ceci de particulier que, Internet est un espace défini par ses utilisateurs. Les pratiques individuelles co-construisent le réseau d'ensemble. Le système chinois exploite cette caractéristique en comptant sur les dénonciations par les utilisateurs des comportements frauduleux et « non sociaux ».

²⁹⁵ George Orwell est un écrivain britannique (1903-1950)

²⁹⁶ Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 150.

²⁹⁷ Simon Leplâtre, « En Chine, des citoyens sous surveillance », *Le Monde*, 15 juin 2018.

²⁹⁸ Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 150.

²⁹⁹ Beade, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 205.

Cette surveillance spatialement distribuée³⁰⁰ aux autres utilisateurs, Steve Mann lui a donné le terme de « sousveillance », ou « surveillance inverse »³⁰¹, ou même « panoptique inversé », c'est-à-dire « *un dispositif par lequel chacun est en mesure de voir chaque autre et de partager son point de vue* »³⁰². Le peuple devient ainsi un moyen de surveillance, la sousveillance se développe comme un nouveau modèle de société³⁰³. « *L'Homme d'aujourd'hui est un Homme épié et qui épie* »³⁰⁴.

*Ce sont plusieurs sphères qui s'imbriquent, professionnelle et intime. Les individus essaient de défendre leur espace privé. Il y a un aspect effrayant à être ainsi sous le regard de tous, à savoir que nos conversations peuvent être écoutées, que nous sommes filmés, dans la rue ou dans le métro.*³⁰⁵

³⁰⁰ Ibid., 206.

³⁰¹ Ian Kerr et Steve Mann, « On the Identity Trail », 2006

³⁰² Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 207.

³⁰³ Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 154.

³⁰⁴ Ibid., 152.

³⁰⁵ Ibid., 150.



Figure 9 : Panoptique Internet

*L'air de la ville rend libre, dit-on. Il faut croire qu'Internet est tout à la fois un village et l'une des plus grandes mégaloïoles, où l'anonymat règne en maître, dans la transparence la plus totale.*³⁰⁶

³⁰⁶ Beauïe, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 208.

INTERNET ET INFORMATION

CHANGEMENT DE PARADIGME.

Société de l'information

Les nouvelles technologies de l'information et de communication viennent donc à la suite d'autres technologies comme l'écriture et l'imprimerie. Le point commun de cette continuité est la nécessité de transmission d'informations allant de pair avec la complexification du monde et l'explosion de ses informations à gérer. On parle aujourd'hui de société de l'information. Les *big data* signifient des masses d'informations intraitables par l'humain, qui nécessite des machines afin de les analyser et de les comprendre. Les outils numériques en sont autant la cause que la conséquence.

C'est le changement de paradigme qui doit être considéré comme la « révolution post-industrielle » du XXIe siècle, celle de l'information.³⁰⁷

Il en va de même pour l'information publique. Comment s'informer dans une masse et un flux continu d'informations ?

³⁰⁷ Amez-Droz, *Médias suisses à l'ère numérique*, 21.

Présomption de connaissance

Internet comme outil d'information offre donc accès à tout son contenu, jusqu'au plus spécifique, partout et en permanence. Ce partage de connaissance peut remettre en question certains savoir-faire, certaines compétences. De nombreux métiers sont menacés si chacun peut les remplacer par une utilisation d'Internet et un remplacement de leur utilité. Cet accès à la connaissance établit une situation de changement de paradigme, les spécialistes ne sont plus considérés comme « savants », y avoir recours n'apparaît plus comme une obligation dans de nombreux cas. D'un cas de nécessité de se soumettre à un spécialiste pour un sujet spécifique, la présomption de connaissance induite par l'accès à son savoir-faire spécifique agit comme un renversement de paradigme. Le spécialiste sera confronté à la connaissance exposée sur Internet.

La perte de valeur du bien informationnel caractérise ainsi l'ère numérique.³⁰⁸

L'exemple actuel des taxis est significatif. L'utilisation des technologies de géolocalisation et de GPS remettent en cause le savoir du chauffeur de taxi. En effet, n'importe quelle personne ayant son permis de conduire et utilisant un GPS peut transporter une personne d'un point A à un point B. Il en est de même avec l'hébergement, la médecine, et de nombreux autres domaines.

Parce qu'Internet nous fait gagner de l'espace-temps pour accomplir des actes parmi les plus importants, c'est l'ensemble de la société qui s'en trouve changé. Cela se traduit par une modification profonde de la coexistence, de la circulation de l'information et de la relation à l'altérité.³⁰⁹

En ce qui concerne l'information, qu'en est-il du journalisme ? le journaliste est un spécialiste du traitement de l'information et de sa communication. Ce métier possède une déontologie du journalisme et il nécessite un diplôme pour être pratiqué. Internet comme outil d'information met en péril la légitimité du savoir-

³⁰⁸ Ibid., 16.

³⁰⁹ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 40-41.

faire journalistique en proposant des alternatives. Nous allons voir comment cette alternative n'en est pas vraiment une, et que si le journalisme est bousculé, sa pratique évolue et s'adapte à Internet. Car si Internet suppose une concurrence au journalisme, il ne le rend que plus utile.

Le développement de l'Internet représente un intermédiaire nouveau dans l'espace public qui transforme à la fois les modalités de diffusion et d'appropriation de l'information de santé... Nous avons pu observer trois façons de concevoir les apprentissages et les actions découlant de l'accès à l'information de santé disponible sur l'Internet. Une première se rattache à l'intention de mieux faire ce qui est prescrit selon les experts, une seconde est liée à l'intention de faire de meilleurs choix en fonction de son propre jugement, et une troisième découle de l'intention de mieux s'entraider par des réseaux d'échange.³¹⁰

³¹⁰ Bernard Miège, *L'espace public contemporain approche info-communicationnelle* (Grenoble: Presses universitaires de Grenoble, 2010), 183.

Individualisation

Internet est un espace de réseaux, qui connecte le monde entier, mais qui utilise aussi chaque internaute pour se construire. Paradoxalement, la mondialisation par Internet se fait au travers de l'individualisation³¹¹. La démocratisation de l'accès à Internet permet à chacun de prendre son rôle dans le réseau mondialisé, notamment en termes d'expression. Un espace mondialisé dans lequel « *se faire sa place* » pousse à un culte de l'individualisation, où chacun cherche à se démarquer, à se distinguer de la masse, à se construire sa propre personnalité³¹². Internet comme outil de communication offre en effet la possibilité à tout un chacun de s'exprimer librement à destination de beaucoup d'autres. Chacun peut créer son site *web*. La logique du partage de l'information est celle du « *one-to-many* » (d'un à plusieurs)³¹³. Cette tendance à l'individualisation n'est pas nouvelle et ne date pas d'Internet, mais elle s'est en revanche accélérée. Pour Olivier Saly-Rousset, ce phénomène déboucherait aujourd'hui « *sur une forme d'accomplissement* »³¹⁴.

Cette possibilité pour tous de créer remet en cause de nombreux métiers et prérogatives. La création de blog d'information, par exemple, concurrence le journalisme. Le phénomène d'individualisation remet-il en cause le sens du *public*? Pour Thierry Leterre, il participe en tous cas à une « *explosion du public* », à un émiettement des relations des citoyens, notamment en termes d'informations. La sphère publique s'en voit impactée, car la contenance de l'information se diffuse « *au gré de fils d'informations* » et le débat public ne peut plus être contenu ni délimité³¹⁵.

Les blogs, la fonction de « commentaires » et de « réponses » de la part des internautes citoyens, individualisent la notion de public.

³¹¹ Saly-Rousset, « L'individualisation de la propagande », 88.

³¹² Ibid., 90.

³¹³ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 172.

³¹⁴ Saly-Rousset, « L'individualisation de la propagande », 88.

³¹⁵ Leterre, « L'Internet », 209.

*Il n'en reste pas moins que l'accès à la publication de son opinion demeure beaucoup moins rigidifié que dans un espace public.*³¹⁶

L'interaction avec les citoyens se fait-elle au détriment du débat ? Pas pour Peter Dahlgren, pour qui Internet se place en héritage des clubs et cafés du XVIIIe, dans lesquels la bourgeoisie discutait commerce et politique³¹⁷. Un espace d'expression en somme, où interaction et débat sont compatibles, où l'interactivité démocratise le débat public en redonnant à chacun la possibilité de s'exprimer.

*« Les blogs font ce que CNN, les journaux d'actualité et les radios du monde entier n'ont jamais su faire : intégrer les messages ouverts et interactifs du public. »*³¹⁸

La simplification des relations entre individus, mais également avec le public directement, permet à Internet de renouveler totalement les modèles « *de l'interaction, de la collaboration, de la coordination et de l'innovation* »³¹⁹, dont la légitimité de l'individu qui s'exprime n'a plus besoin d'être justifiée dans ce nouvel espace démocratique. Néanmoins, la conversation se fait souvent sous le sceau de l'anonymat. L'anonymat, notamment des bloggeurs, permet une facilitation de l'expression, tout en supprimant les marqueurs sociaux traditionnels³²⁰. Et Boris Beaudé imagine même que les blogs se situent dans une sphère intermédiaire, entre les médias et les individus, et « *pourraient indiquer aux médias les questions sur lesquelles les gens affirment vouloir réfléchir*³²¹ », tout en effectuant une sorte de contrôle, de contre-pouvoir envers les médias institutionnels³²².

L'essor des plateformes des réseaux sociaux a fait entrer l'Internet dans l'ère de la personnalisation et de la massification. Facebook, par

³¹⁶ Ibid., 213.

³¹⁷ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 182.

³¹⁸ Lovink, « Blogging, l'impact nihiliste », 20.

³¹⁹ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 148.

³²⁰ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 178.

³²¹ Lovink, « Blogging, l'impact nihiliste », 31.

³²² Ibid., 27.

*exemple, est un réseau social sur lequel les internautes sont également poussés à partager leurs opinions ou leurs goûts.*³²³

Internet fait progresser la démocratie en démystifiant l'expertise et la compétence dans certains domaines. L'internaute a la possibilité de devenir le fabricant de l'information. En diffusant de l'information, devenir ainsi un média³²⁴.

*Jello Biafra*³²⁵ : « Don't hate the media, become the media ! ».



Figure 10 : Album cover, Jello Biafra

³²³ Bernard, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 152.

³²⁴ Bougnoux, « La fonction des médias dans la démocratie », 7.

³²⁵ Jello Biafra : chanteur et politique américain.

Internet comme alternative

Cette disponibilité dans le temps et dans l'espace de l'information remet en question le rôle du journalisme et des médias. Car dans l'optique ou chaque utilisateur peut faire lui-même le travail de traitement de l'information, en faisant la recherche des sources, de son contexte, etc., qu'en est-il de l'utilité du journalisme ? Si Internet bouleverse les habitudes et les métiers du traitement de l'information, il se situe moins comme une concurrence que comme une de contre-pouvoir envers les grands médias traditionnels.

L'interactivité, la rapidité de réaction et de commentaire vis-à-vis des grands journaux permet non pas un discrédit du journalisme, mais une multiplication du débat public, un prolongement dans les divers nouveaux canaux de communication. Aussi, ce rapport plus direct au citoyen, cette démocratisation de l'information, lui permet de rentrer en dialogue avec la sphère public, médias ou citoyens, plus facilement et ainsi réduire les distances entre eux.

Blog

Les blogs se positionnent donc dans une logique de dialogue entre les grands médias traditionnels et les citoyens. Mais qui sont les bloggeurs ? Si certains préfèrent profiter de l'anonymat, de nombreux blogs sont tenus par des personnalités publiques, dont des journalistes. L'origine des blogs vient d'ailleurs de la volonté de certains journalistes professionnels de s'exprimer au travers d'autres canaux que les médias traditionnels, en parallèle de leur activité³²⁶. Le lien entre le *blogging* et le journalisme est donc originel, sans pour autant que cette filiation soit conservée ou naturelle³²⁷. Mais le blogueur est aussi un simple citoyen. Il est parfois nommé « journaliste citoyen », un terme qui démontre bien la concurrence qui s'installe au travers des blogs avec le métier de journaliste professionnel³²⁸. Ce terme de « journaliste citoyen » est souvent utilisé pour nommer les gens qui saisissent l'actualité et la partagent sur Internet, ce qui établit une corrélation réductrice entre journalisme et actualité³²⁹. Le mot de journalisme, en tant que formation puis métier, est en quelque sorte dévalorisé. Une autre expression définissant le blogueur est celle de « journaliste en pyjama »³³⁰. Ce terme veut corriger une pratique, le blogging, qui n'est pas (encore ?) considéré comme un véritable métier, et dont l'apparementement au journalisme peut paraître présomptueux.

³²⁶ Lovink, « Blogging, l'impact nihiliste », 19.

³²⁷ Tavernier, « L'indépendance de l'information », 10-11.

³²⁸ Vincent Berdoulay, Paulo Caesar Da Costa Gomes, et Jacques Lolive, « L'espace public ou l'incourtournable spatialité de la politique », in *L'espace public à l'épreuve. Régressions et émergences* (Presses de la MSHA, Bordeaux, 2004), 6.

³²⁹ Lovink, « Blogging, l'impact nihiliste », 19-20.

³³⁰ Ibid., 31.

*Dans la plupart des cas, les blogueurs n'ont simplement pas le temps, les compétences ou les moyens financiers pour mener de vraies recherches.*³³¹

Mais si la concurrence est bien réelle entre blog et presse traditionnelle, c'est aussi dû à la gratuité d'Internet. A l'exception de certains blogueurs devenus des personnalités médiatique³³², si *blogueur* n'est pas devenu un métier, c'est en partie car il est difficile de rendre cette pratique rentable. De l'autre côté, les médias traditionnels doivent s'adapter à cette concurrence de blogueurs « amateurs »³³³. Cette pression économique met à mal les institutions médiatiques qui doivent licencier et se réinventer³³⁴. Et dans cette configuration, Internet tient lieu d'expérimentation de la part de ces grands médias. Tant dans la forme que dans le contenu³³⁵.

*Mais l'apparition de nouvelles technologies offre aux citoyens la possibilité de concurrencer les journalistes dans la saisie et le traitement de l'information. Faut-il y voir un progrès de la démocratie ou bien craindre que blogs et chats manifestent plutôt le recul d'une information publique, générale, soumise à des règles déontologiques, au profit d'enfermements égotistes ou d'emballements grégaires ?*³³⁶

Si les blogs dépassent les modèles des médias traditionnels, la blogosphère reste néanmoins très liée à la médiasphère, les frontières entre les deux sont floues³³⁷. Avec les nouvelles technologies de communication, Internet offre une diversité d'outils qui permettent aux blogs de s'épanouir, ce qui pousse Geert Lovink à regretter une perte de références communes³³⁸, en précisant que si ces technologies diminuent l'impact des grands médias dominants, elles ne leur

³³¹ Ibid., 20.

³³² Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 152-53.

³³³ Lovink, « Blogging, l'impact nihiliste », 35.

³³⁴ Leterre, « L'Internet », 204.

³³⁵ Lovink, « Blogging, l'impact nihiliste », 20.

³³⁶ Bognoux, « La fonction des médias dans la démocratie », 3.

³³⁷ Lovink, « Blogging, l'impact nihiliste », 21.

³³⁸ Ibid., 35.

opposent pas pour autant d'alternatives idéologiques³³⁹. Les blogs d'information ne touchent finalement que peu de publics en dehors de ceux qui s'informent déjà via les médias traditionnels³⁴⁰. C'est ce qu'écrit Peter Dahlgren en 2000. Dix-huit ans après, les technologies d'informations ont beaucoup évolué et avec elles la manière de s'informer par Internet. Si la conclusion de Dahlgren doit être remise en cause, l'accès par d'autres publics que les traditionnels à de nouveaux canaux d'informations n'est pas évident.

*Les titres de presse qui conservent des lecteurs réguliers, au point de rester le média dominant dans des zones bien délimitées, agrègent des lecteurs autour d'une variété et d'une diversité d'articles plus qu'ils ne les réunissent autour de contenus fédérateurs.*³⁴¹

Paradoxalement, les blogs sont à l'image de ce qu'est Internet, comme miroir du monde, tant la réponse que le problème. Internet est un espace de projection des évolutions de la société. En quelques sortes, les blogs sont des tentatives de recréer des liens entre individus, de manière à pallier une individualisation décomposition du lien social. Selon Lovink toujours, cette « *création massive de liens hyper-individuels* » se fait en dépit d'actions collectives. « *Tel est le paradoxe des réseaux : il œuvre simultanément à la construction et à la destruction du social* »³⁴². Et Julia Cagé de déplorer la désintégration d'un certain lien social non pas comme perte en soi, mais comme menace pour la démocratie. Car en formant des groupes, des communautés, ou des « *cocons d'informations* », les citoyens risquent de choisir les informations auxquelles ils choisissent d'être confrontés³⁴³. Cela romprait le lien démocratique intime aux idées de l'autre, au débat, et exposerait ces « *échos-systèmes* » à la désinformation, à la manipulation, à la propagande. La démocratisation de l'espace d'expression qu'est Internet expose le fait que l'individualisation de l'information pose des questions sociétales autant que démocratiques. Si l'individu poursuit sa « *quête de soi* », la question de la direction de son évolution peut soulever certaines inquiétudes.

³³⁹ Ibid., 27.

³⁴⁰ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 174-75.

³⁴¹ Miège, *L'espace public contemporain approche info-communicationnelle*, 189.

³⁴² Lovink, « Blogging, l'impact nihiliste », 32.

³⁴³ Cagé, « Médias et Démocratie », 125.

Vers quoi évolue-t-il? Sous quelles conditions? En étant vulnérable aux manipulations, ou à de mauvaises influences³⁴⁴, n'est-ce pas un danger pour la démocratie?

*Nous opérons dans un monde post-déconstructiviste dans lequel les blogs offrent un flot ininterrompu de confessions, un univers de micro-opinions qui tentent d'interpréter des événements qui outrepassent les catégories bien connues du XXe siècle. L'élan nihiliste émerge comme une réponse à l'élévation du niveau de complexité affectant les relations entre différents sujets.*³⁴⁵

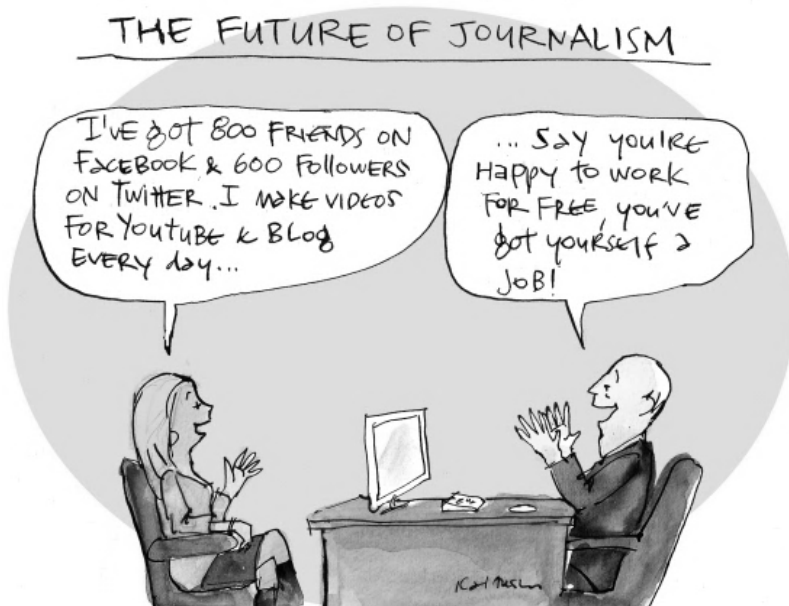


Figure 11 : Blogging & Journalisme

³⁴⁴ Saly-Rousset, « L'individualisation de la propagande », 88.

³⁴⁵ Lovink, « Blogging, l'impact nihiliste », 26.

Chambre d'écho

Lors des dernières élections américaines, une conséquence de l'information par Internet a été mise en avant de façon négative. Ce phénomène d'information à la carte a plusieurs termes : *chambre d'échos*, *biais de confirmation*, *bulle de filtre*. Il révèle de quelle manière l'information au travers d'Internet comme média d'information peut influencer directement l'opinion publique, sans forcément le vouloir.

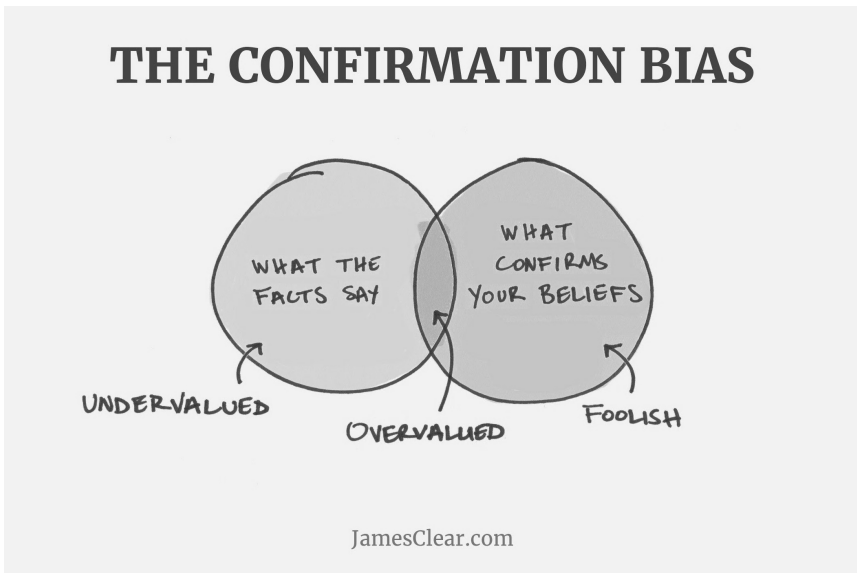


Figure 12 : Biais de confirmation

Ce phénomène met en évidence le fait que les habitudes d'information par un utilisateur, au travers d'abonnements à des sites *web* ou réseaux sociaux, ne permet pas de diversifier le traitement d'informations ou de multiplier les possibilités de débat. Au contraire, ils lui proposent des contenus auxquels il adhère déjà, ou des discussions avec des gens dont les opinions politiques sont similaires. C'est un des effets pervers de l'information par Internet, où de nombreux sites fonctionnent avec les *cookies* et « *recommande pour vous* » selon vos préférences et votre historique d'utilisateur. Le citoyen a beau s'informer, il n'est pas remis en question par la diversité des arguments. Les algorithmes basés

sur des logiques commerciales tendent à proposer des équivalences aux recherches précédentes. L'internaute est protégé sans le savoir par des filtres qui lui renvoie sa propre image, le « *privant peu à peu d'une altérité dont il perd l'expérience et la conscience* »³⁴⁶. Le danger est une perte de possibilité de débat. « *Sans cela, les individus ne seraient plus en mesure de considérer la pertinence d'autre problématiques que celles qui les impliquent directement* »³⁴⁷.

*À la suite de cela, Eli Pariser fait remarquer que pour qu'une démocratie existe pleinement, le citoyen doit voir le problème du point de vue de l'autre. De ce fait, une certaine forme d'empathie est nécessaire. Le problème dans le cas présent c'est que l'utilisateur de l'Internet se retrouve enfermé dans sa propre bulle. Pour que la démocratie soit effective, il est nécessaire qu'elle repose sur des faits partagés par l'ensemble de la communauté. Le problème est qu'actuellement l'Internet a contribué à créer des univers numériques parallèles séparés les uns des autres.*³⁴⁸



Figure 13 : Information à la demande

Il ne faut pas confondre Internet comme média et les médias de presse. Ils sont semblables car ils proposent des informations, mais Internet prônant une neutralité « *agit ainsi en se débarrassant de tous les détails idéologiques freinant le traitement de l'information tel que véhiculé par la presse classique* »³⁴⁹. Le flux d'informations continu à la recherche d'actualité permanente risque de ne proposer que des informations brutes, non contextualisées, non hiérarchisées, non mises en perspective.

³⁴⁶ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 187-88.

³⁴⁷ Ibid.

³⁴⁸ Saly-Rousset, « L'individualisation de la propagande », 96.

³⁴⁹ Ibid., 95.

Les SMS, les listes de diffusion, les blogs et les chats sont excellents pour s'exprimer, pour mobiliser, pour « sensibiliser » voire dénoncer (...) mais ils favorisent aussi le repli égotiste, le mimétisme, l'emballement sentimental, la contagion virale ou la chasse en meute...³⁵⁰

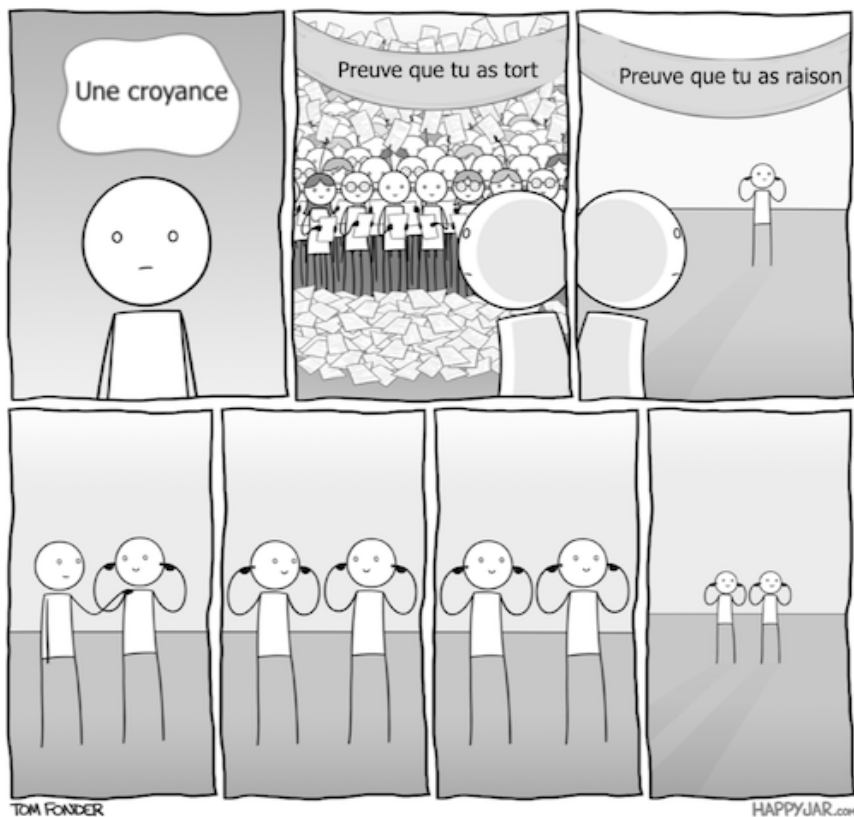


Figure 14 : Chambre d'écho

³⁵⁰ Bougnoux, « La fonction des médias dans la démocratie », 7.



Figure 15 : Du café au cybercafé

Médias alternatifs

Dans ce contexte d'alternatives aux médias traditionnels, des critiques les accusent de relations avec les pouvoirs, les milieux économiques et intellectuels, remettant en cause leur légitimité d'informer objectivement. Ces condamnations dénoncent une servitude des lignes éditoriales envers leur propriétaire, et à travers eux les grandes puissances. Le terme péjoratif de *merdias* (*merde + médias*) est utilisé pour les qualifier.

Dans le langage employé par les médias, cette attitude se traduit par une méfiance grandissante envers les productions des grands réseaux commerciaux d'information comme envers l'influence induite par les politiciens et leurs conseillers. Remettre l'information en cause n'est plus un acte subversif de citoyens engagés, mais l'attitude a priori, avant même que la télévision ou l'ordinateur ait été allumé.³⁵¹

De cette méfiance envers les médias institutionnels émergent des médias alternatifs, qui veulent trancher avec les informations diffusées en masse. Les médias alternatifs ont toujours historiquement accompagné les progrès des techniques de communication. Pas forcément vindicatifs envers la sphère médiatique, ils veulent surtout diversifier le débat public en se positionnant en marge. Leur statut n'est pas toujours clair, mais ils peuvent être composés de professionnels comme de « journalistes citoyens ».

Avec Internet, il ne faut pas confondre le blogging, cette forme d'expression alternative, avec les médias alternatifs, qui revendiquent le statut d'organisme ou de formation. Ces médias alternatifs participent à l'espace publics, et dialoguent avec les médias traditionnels. Ils peuvent être des sources d'informations comme des critiques.

Les médias des mouvements alternatifs, liés aux expériences et aux interprétations de la vie quotidienne de leurs membres, sont de plus en plus capables d'imposer leurs versions de la réalité politique aux médias

³⁵¹ Lovink, « Blogging, l'impact nihiliste », 29.

*dominants. Ceci permet à la fois de diffuser et de légitimer un spectre plus large de points de vue et d'informations.*³⁵²



Figure 16 : Selfie

³⁵² Dahlgren, « L'espace public et les médias », 254.

Réseaux sociaux, Forum

Ces sites ou applications doivent leur succès à la forte connexité (liens hypertextes) qu'ils mettent en œuvre, en ne reprenant pas la contrainte de proximité du territoire³⁵³. Cette quête de la connexité (*l'ami de vos amis est forcément votre ami*) permet un maximum d'interactions pour l'utilisateur³⁵⁴, mais également à relier les masses de données personnelles afin de les monétiser grâce aux annonceurs (*votre ami a consommé ceci*).

*L'essor des plateformes des réseaux sociaux a fait entrer l'Internet dans l'ère de la personnalisation et de la massification. Facebook, par exemple, est un réseau social sur lequel les internautes sont également poussés à partager leurs opinions ou leurs goûts.*³⁵⁵

Les réseaux sociaux sont le lieu de la « mise en scène du soi ». Ils poussent la publicisation de l'intime, du banal. Snapchat poussant même le futile au point de ne proposer à ses utilisateurs uniquement des publications éphémères, qui ne sont visibles qu'un certain temps. Pour les utilisateurs en tous cas, pas pour l'entreprise³⁵⁶. Comme pour Twitter, il faut attendre qu'un piratage révèle que l'entreprise conservait toutes les traces d'utilisation, afin de s'en servir ou non. Ce qui ne manquera pas d'offusquer les utilisateurs sur cette infraction à leur vie privée.

*L'intérêt de Twitter ne repose pas tant sur l'envoi d'un message d'une personne à une autre, mais de la diffusion publique, sans a priori, à toutes personnes susceptibles d'être intéressé par le propos et à la possibilité d'automatiser le traitement de cette information.*³⁵⁷

³⁵³ Beauce, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 47.

³⁵⁴ Marc Baffert et Maxime Tessier, « La presse, le "média oublié" du développement numérique ? », *Cahiers français*, n° 338 (2007): 30.

³⁵⁵ Bernad, « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé », 152.

³⁵⁶ Amez-Droz, *Médias suisses à l'ère numérique*, 71.

³⁵⁷ Beauce, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 159.

INTERNET ET JOURNALISME

DE L'IMPORTANCE DU JOURNALISME

Contexte et hiérarchie

La concurrence des nouvelles pratiques qui ont lieu sur Internet en termes de traitement et de diffusion de l'information n'a pas pour autant supprimé le métier de journalisme, dont la valeur et l'utilité sont revendiquées pour le bon déroulement de la démocratie et la stimulation de la sphère publique. Sur quoi reposent ces valeurs ? Quelles sont les pratiques journalistiques qui rendent ce métier indispensable à la société ? Dans son texte *La ville* (1925), Robert Ezra Park³⁵⁸ expose ses interrogations sur le journalisme :

-Quelles sont les méthodes et les motivations du journaliste ? sont-elles celles de l'artiste ? de l'historien ? ou simplement celles d'un marchand ?

-Dans quelle mesure le journal exerce-t-il un contrôle sur l'opinion publique ? Dans quelle mesure est-il contrôlé par elle ?

-Qu'est-ce qu'un "bobard" et pourquoi ?

-Qu'est-ce que le journalisme « jaune » et pourquoi est-il jaune ?³⁵⁹

-Quelle est la différence entre une publicité et une nouvelle ?³⁶⁰

Ces questions du début du XXe se révèlent toujours d'actualité un siècle plus tard, et y répondre permet d'établir les raisons de la place du journaliste dans la société. D'abord, l'investigation prend du temps, et rencontre des obstacles. Le travail consiste à exposer *l'état des choses*, afin d'en comprendre les enjeux selon les situations. La compréhension d'un sujet n'est pas simplement d'en connaître les

³⁵⁸ Robert Ezra Park : sociologue et journaliste américain (1864-1944)

³⁵⁹ Le « journalisme jaune » est un terme péjoratif pour définir la presse utilisant des techniques tape-à-l'œil pour améliorer ses ventes. La couleur jaune vient du papier utilisé à l'origine.

³⁶⁰ Park, « La ville. Propositions de recherche sur le comportement humain en milieu urbain », 124.

acteurs, mais bien les intérêts qui commandent leurs relations³⁶¹. Le journaliste a parfois l'occasion d'exprimer une opinion personnelle, à la lumière des arguments exposés auparavant. Mais les rédactions des médias d'informations assument généralement l'orientation de leur ligne éditoriale, qui ne serait qu'un complément aux faits présentés. Cet « *état des choses, sur lequel il sera alors possible d'avoir un point de vue* » permet de susciter chez les citoyens la formation de l'opinion publique³⁶². Le journalisme cherche ainsi à rendre intelligible les problématiques qui comportent un certain degré de complexité, ou du moins de multiples points de vue différents. « *Si l'information est une construction, c'est parce qu'elle consiste à mettre en forme et en sens les faits sociaux qui accèdent au statut d'événement* »³⁶³.

*Quelle est donc la relation des blogs au journalisme d'investigation indépendant ? Au premier coup d'œil, on verra des pratiques contradictoires, non superposables à tout le moins. Alors que les journalistes enquêtent pendant des mois, voire des années pour dévoiler une histoire, les blogueurs s'apparentent plutôt à une armée de fourmis qui édifient cette grande fourmière qu'on appelle « opinion publique. »*³⁶⁴

Là où les blogs se positionnent plus comme un « *flot ininterrompu de confessions, un univers de micro-opinions qui tentent d'interpréter des événements qui outrepassent les catégories bien connues du XXe siècle. L'élan nihiliste émerge comme une réponse à l'élévation du niveau de complexité affectant les relations entre différents sujets.* »³⁶⁵. Le nihilisme dont parle Lovink est la perte des valeurs consistant à prendre le temps d'appréhender une problématique. Avec Internet et le numérique qui accélèrent encore la vitesse de l'échange, et ainsi la perception d'un message, l'image est devenue le moyen privilégié de communication. Mais cette rapidité est contraire à une bonne compréhension du monde. Ce nihilisme reproché par Lovink est aussi de refuser

³⁶¹ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 161.

³⁶² Miège, *L'espace public contemporain approche info-communicationnelle*, 25.

³⁶³ Tavernier, « L'indépendance de l'information », 45.

³⁶⁴ Lovink, « Blogging, l'impact nihiliste », 21.

³⁶⁵ *Ibid.*, 26.

les pratiques communes, dont celles de se fier aux médias institutionnels si critiqués pour leurs orientations. Selon Bernard Miège, ces rituels ou événements communs, participent à la possibilité du débat public : « *les “feuilles quotidiennes” sont donc créatrices d’une opinion publique, mais elles sont en même temps créatrices d’un lien social en ce sens qu’elles établissent une communication entre les citoyens, malgré la diversité éventuelle des opinions défendues* »³⁶⁶.

Mais les médias et leur journalisme risquent de sacrifier leur mission d’information publique sur l’autel de la rentabilité. Car la gratuité d’Internet est d’une concurrence dure pour les médias traditionnels. Comment convaincre de payer pour de l’information ? Pour capter du public, la presse n’est-elle pas condamnée à être accrocheuse, notamment par ses titres ? Cela influence-t-il sa ligne éditoriale ? Dahlgren fait correspondre la volonté de certains médias de populariser leur contenu, afin d’atteindre un public plus large pour compenser les pertes liées à la concurrence d’Internet. Cette popularisation, explique-t-il, sélectionne des informations racoleuses et dont les enjeux ne sont pas trop complexes pour être saisis.

*Tandis que la popularisation apporte dans de nombreux cas des développements positifs, en conduisant plus de gens vers l’espace public, la plupart des observateurs notent que cette popularisation dégénère dans la trivialisation et le sensationnalisme. Les idéaux du journalisme sont de plus en plus subordonnés aux impératifs du marché. Par exemple, les frontières entre le journalisme et la culture populaire deviennent plus que jamais poreuses.*³⁶⁷

Le journalisme risque donc de faire primer le sensationnel pour des raisons de rentabilité. Rendant l’information produit d’un marché de consommation³⁶⁸. Daniel Bounoux, écrit cyniquement que les médias n’échappent ainsi pas à une

³⁶⁶ Miège, *L’espace public contemporain approche info-communicationnelle*, 25.

³⁶⁷ Dahlgren, « L’espace public et l’internet. Structure, espace et communication », 164.

³⁶⁸ Saly-Rousset, « L’individualisation de la propagande », 98.

certaine idée de l'économie libérale : « La presse étant d'abord un marché, on rappellera qu'on n'y récolte jamais que l'information qu'on mérite »³⁶⁹.

Le journalisme participe donc à la démocratie parce qu'il rend accessible les tenants et aboutissants de problématiques rentrant dans le débat public, et permet ainsi aux citoyens de s'en faire un avis³⁷⁰. On peut déterminer son exercice par deux notions : sa capacité à contextualiser et à hiérarchiser.

En rendant apparent les contextes des informations traitées, les journalistes « *servent à faire sortir les individus de leurs préoccupations particulières et à les persuader qu'ils doivent unir leurs efforts pour s'intégrer à des préoccupations communes* »³⁷¹. Miège suggère ici qu'ils rendent accessibles et intelligibles les raisons pour lesquelles une information se trouve dans l'espace public, c'est-à-dire pourquoi il est justifié que l'opinion publique s'intéresse à un sujet et se l'approprie. Cette contextualisation se fait notamment par son langage propre, son vocabulaire, etc.³⁷². « *L'information ne saurait être indépendante, ni du contexte, ni des structures dans lesquels elle est construite et perçue comme légitime* »³⁷³. La vitesse contemporaine de la diffusion de l'information met à mal cette contextualisation préliminaire, à favorise les citoyens de professions plus « *intellectuelles* », habituées à cette distanciation »³⁷⁴.

L'exercice du journalisme permet aussi une hiérarchisation des sujets. Non pas pour imposer au public un ordre d'importance des informations, ce qui tiendrait plus de l'idéologie que d'un étalage de *l'état des choses*, mais pour exposer les relations et les parentés entre les sujets abordés. Il est nécessaire dans le débat public de situer les informations dans une arborescence, qu'elle soit géographique, politique, scientifique, chronologique, etc. Cela permet de

³⁶⁹ Bougnoux, « La fonction des médias dans la démocratie », 4.

³⁷⁰ Dahlgren, « L'espace public et les médias », 256.

³⁷¹ Miège, *L'espace public contemporain approche info-communicationnelle*, 25.

³⁷² Tavernier, « L'indépendance de l'information », 8.

³⁷³ Ibid.

³⁷⁴ Miège, *L'espace public contemporain approche info-communicationnelle*, 178.

relativiser la masse d'informations diffusées de manière ininterrompue par le vaste réseau de communication mondial³⁷⁵.

L'intérêt du « *bon journalisme* »³⁷⁶ est donc d'exposer au mieux les informations nécessaires à la compréhension des enjeux par les citoyens, dans l'optique du débat démocratique³⁷⁷, ou bien pour que la politique, à travers leur opinion, s'approprie « *l'information dans l'intérêt public* »³⁷⁸.

La démocratie rend visibles, au lieu de les refouler, les chocs inhérents à ces mondes antagonistes, et la presse écrite et audiovisuelle achemine jusqu'à nous cette perception et ces rappels des mondes des autres. Le journaliste a justement pour tâche d'assembler, et de présenter aussi objectivement que possible, selon l'éthique d'une « mentalité élargie », les messages de ces autres mondes ; il tient compte du collectif, et il propose une information « traitée » ou recoupée. C'est ce souci du bien commun, ou d'une information un tant soit peu publique ou générale.³⁷⁹

³⁷⁵ Saly-Rousset, « L'individualisation de la propagande », 88.

³⁷⁶ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 162.

³⁷⁷ Dahlgren, « L'espace public et les médias », 256.

³⁷⁸ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 162.

³⁷⁹ Bougnoux, « La fonction des médias dans la démocratie », 7.


Se connecter S'abonner

Consulter le journal

ACTUALITÉS ÉCONOMIE VIDÉOS OPINIONS CULTURE M LE MAG SERVICES

LES DÉCODEURS

La charte des « Décodeurs »

Les « Décodeurs » du « Monde », ce sont des vérifications factuelles, des explications et du contexte autour de l'actualité du moment, au rythme des réseaux. Nous suivons dix règles.

Publié le 10 mars 2014 à 09h24 - Mis à jour le 10 mars 2014 à 12h37

**VOS QUESTIONS
NOS RÉPONSES**
LES DÉCODEURS

**Posez vos questions aux
Décodeurs**

- 1. Nous donnons du contexte et des faits**
 - 2. Nous vérifions informations et déclarations publiques**
 - 3. Rien n'est trop complexe pour être expliqué simplement**
 - 4. Le texte n'est qu'une option pour raconter l'information**
 - 5. Les données sont des informations, les informations sont des données**
 - 6. Nos sources sont accessibles en un clic**
 - 7. L'unité ce n'est pas l'article, c'est l'information**
 - 8. L'information ne vaut que si elle est partagée**
 - 9. Une information est un élément de la conversation sur les réseaux sociaux**
 - 10. Nous sommes au service de nos lecteurs**
- Nous cherchons à répondre aux questions, aux polémiques, à mesure qu'elles se forment sur les réseaux sociaux. Nous sommes à l'écoute de nos lecteurs et de leurs besoins d'explications face à l'actualité.

Figures 17 : La page des Décodeurs sur lemonde.fr

Fake News

Avec la rapidité de la transmission d'informations par Internet, « *le problème du repérage et de l'identification des sources, par exemple, devient très difficile à résoudre dans l'espace virtuel* »³⁸⁰, et ainsi d'en juger la valeur ou la véracité. Et vu la capacité que peut avoir une information à se répandre et à atteindre un public de masse dans un temps minime, il est aisé de propager de la désinformation ou de la falsification. Il peut s'agir alors de manipulation ou de propagande³⁸¹. Sur Internet, le principe de prudence devrait primer sur le principe de confiance³⁸². Comme « *Fake News* », les informations s'apparentent plutôt aux ragots ou aux rumeurs³⁸³, mais ceux-ci prennent dans l'espace d'Internet une ampleur plus importante.

De nombreuses rédactions de médias ont mis en place un système de contrôle et de vérification de l'information qui circule, autant dans les autres médias institutionnels que sur les réseaux sociaux, et dans les discours des politiques. Cette démarche cherche d'abord à vérifier les sources d'informations diffusés et qui prennent place dans l'espace public, mais aussi de montrer que le traitement de l'information est un travail et justifiant le journalisme comme nécessaire pour le bon déroulement du débat public. Et ce pour répondre aux méfiances et aux critiques envers les médias traditionnels, la propagation de fausses informations par les médias dont Internet crédibilise les contenus des institutions

Prenons l'exemple du journal français *Le Monde*. Depuis 2014, ce journal quotidien contient une rubrique « *Les décodeurs* » qui a pour ambition de « *vérifier les informations données sur des thématiques variées, dans les médias et sur les sites Internet* » selon une « *charte déontologique* ». Cette rubrique agit selon plusieurs méthodes : la vérification des contenus et des sources

³⁸⁰ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 177.

³⁸¹ Park, « La ville. Propositions de recherche sur le comportement humain en milieu urbain », 106.

³⁸² Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 189.

³⁸³ Park, « La ville. Propositions de recherche sur le comportement humain en milieu urbain », 123.

d'informations, la possibilité pour les internautes de poser leurs questions directement aux journalistes « *Décodeurs* » dans des *lives*, ainsi que la création d'un « *Décodex* », un moteur de recherche présenté comme un « *outil de vérification de l'information* » qui détermine si un site d'information est « *crédible* », « *non-répertorié* », ou « *propagateur de désinformations* »³⁸⁴. Ce dernier outil est controversé, perçu par d'autres journaux et journalistes comme une sorte de censure, ou comme prétention de la part des « *Décodeurs* » de s'auto-proclamer arbitre de la bonne information.



Figure 18 : La page des Décodeurs sur lemonde.fr

³⁸⁴ www.lemonde.fr

INTERNATIONAL POLITIQUE SOCIÉTÉ ÉCO CULTURE IDÉES PLANÈTE SPORT SCIENCES PIXELS M CAMPUS J11 LE MAG ÉDITION ABONNÉS

LES DÉCODEURS

VENONS-EN AUX FAITS

LES DÉCODEURS VERIFICATION Datavisualisation En un graphique

DÉCODEX

Entrez l'adresse (URL) d'une page Web ci-dessous ou le nom d'un site pour savoir si la source de l'information (c'est-à-dire celui ou celle qui la diffuse) est plutôt fiable ou non.

Breitbart

Un site Internet américain de droite extrême qui relaie régulièrement des informations fausses. Son ancien directeur, Steve Bannon, est désormais conseiller de Donald Trump.

sa page Facebook sa page Twitter sa chaîne Youtube

Notre avis :

 Soyez prudents et croisez avec d'autres sources. Si possible, remontez à l'origine de l'information.

Le Monde

Se connecter S'abonner

ACTUALITÉS - ÉCONOMIE - VIDÉOS - OPINIONS - CULTURE - M LE MAG - SERVICES - Q

LES DÉCODEURS

« Gilets jaunes » : le vrai et le faux du 17 novembre sur les réseaux sociaux

VERIFICATION. Fausses informations, photos détournées, vidéos authentiques : le point sur les messages les plus relayés sur les réseaux après la mobilisation de samedi.

Par Les Décodeurs · Publié le 20 novembre 2018 à 16h38 · Mis à jour le 21 novembre 2018 à 17h00

Figure 19 : La page des Décodeurs sur lemonde.fr

Internet comme prolongement

Face à ces changements technologiques des pratiques d'information et journalistique, comment les rédactions des médias d'informations traditionnels réagissent-ils ? De quelles manières le métier se réinvente et le rôle du journalisme s'adapte-t-il à son nouveau contexte ? Nous allons voir que les journaux utilisent non seulement Internet pour affiner leur travail de recherche et de journalisme, mais qu'ils l'utilisent aussi pour prolonger les médiatisations au travers de sites *web*, de *live*, de blog, etc.

Aussi, le journalisme se positionne non pas comme un adversaire de l'information par Internet, mais comme complément, comme « garde-fou », comme vérificateur du contenu. Le journalisme se rend indispensable en démontrant toute son importance dans le travail du traitement de l'information, d'autant plus dans ce flux continu et massif. Si le journalisme propose de s'ériger en garant des méfaits d'Internet et des risques de désinformation, les médias traditionnels profitent également des possibilités que leur offre Internet.

*Combien de journalistes mesurent aujourd'hui l'intérêt public d'un nouveau sujet de société en surfant sur les principaux sites et réseaux sociaux ?*³⁸⁵

Aujourd'hui, tous les médias traditionnels possèdent un site Internet extrêmement complet. Cette présence sur Internet n'est pas qu'une copie de leur contenu originel, mais un véritable enrichissement. À nouveau, l'espace *web* n'est pas une analogie de l'espace physique mais bien un prolongement. L'objectif de cette diversification de médium est multiple. D'abord, Internet étant devenu un outil si incontournable dans la communication, qu'il paraît aujourd'hui difficile d'imaginer une institution ou un établissement ouvert au marché qui n'ait pas un site Internet, ne serait-ce que pour pouvoir exprimer son existence et transmettre ses coordonnées de contact.

³⁸⁵ Dacheux et Rouquette, « Internet est-il un espace public ? », 171.



Figure 20 : la page Internet du journal 24Heures

Le net apparaît aujourd'hui, dans sa phase actuelle de développement, comme une extension des mass-médias. Les versions en ligne des télévisions, des stations d'émission, des agences de presse et des quotidiens représentent une part considérable de l'activité du net, tandis que de nombreux mass-médias classiques disposent maintenant d'une présence en ligne. Ces sites constituent des extensions de la logique originelle des mass-médias, (...).³⁸⁶

Internet offre également aux médias traditionnels d'étendre leur visibilité. En profitant du réseau d'Internet, un média peut se créer des liens vers d'autres médias, diverses sources d'informations, des liens vers son propre contenu ou vers des affinités de contenu, et ceci est extrêmement simple et fluide à l'aide de lien hypertexte. La page *web* d'un journal traditionnel est en fait composée de nombreux liens. Par exemple, le site du quotidien vaudois « 24 Heures » contient des liens vers la page Facebook du journal, vers son compte sur le réseau social Twitter, vers sa page YouTube, vers des évènements (« Fête des vigneronns »), ainsi que vers différents types de contenus : vidéo, photo, articles d'actualité live ou article du journal papier. Sur la page d'accueil du Tages Anzeiger (quotidien, Zürich) nous pouvons voir un lien vers l'achat d'un abonnement au journal papier, ainsi qu'une rubrique « Blog ».

³⁸⁶ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 169.



Figure 21 : la page Internet du journal Tages Anzeiger

Dès 2006, de grands réseaux d'information américains, tels l'Agence Associated Press et CNN, utilisent leur plateforme Internet pour créer des espaces interactifs permettant aux usagers de compléter des News. Par l'apport de contenus vidéo ou photo. Plutôt que de laisser les internautes animer leurs propres blogs ou sites, cette ouverture liée à l'interactivité du Web 2.0 intègre l'utilisateur dans le média appelé à devenir une référence. Les quotidiens ont pris conscience de l'importance de l'interactivité pour intégrer leurs lecteurs dans sur leur site. La Tribune de Genève a été pionnière, en Suisse romande, avec tdg.ch en valorisant les meilleures contributions de ses internautes, en recherchant la complémentarité entre les contenus journalistiques et les contenus générés par les lecteurs-internautes.³⁸⁷

Cette multiplication des liens active l'effet de réseau qui a plusieurs objectifs. D'abord celui d'élargir son espace d'influence et donc son référencement par les moteurs de recherche, ainsi que celui d'attirer l'internaute vers son contenu, d'abord gratuit sur son site *web*, puis vers un abonnement *web* payant, jusqu'à l'abonnement payant à la version papier. Mais au-delà d'attirer de nouveaux abonnés, une omniprésence sur les réseaux d'Internet permet d'établir un statut d'institution incontournable à un média.

³⁸⁷ Amez-Droz, *Médias suisses à l'ère numérique*, 123.

*Le marketing du bouche-à-oreille des réseaux sociaux et l'interaction spécifique au Web 2.0 contribuent à renforcer la réputation des plateformes médiatiques et leur référencement par les moteurs de recherche.*³⁸⁸

En dénombrant les moyens d'interaction avec son contenu et ses dérivés, un journal permet à l'internaute ou au lecteur de se sentir acteur, commentateur, critique de l'actualité. Cette proximité permet de combler le fossé établi par les critiques dénonçant l'écart entre grands médias et population, écart moindre par Internet, car plus individuel, toujours selon les mêmes critiques.

*Le processus de fabrication de l'information à l'ère numérique remet en question la primauté exclusive des journalistes et soulève des interrogations quant à l'interpénétration des contenus informationnels et publicitaires. Le succès des moteurs de recherche, qui utilisent les premiers pour capter l'attention des internautes et les rediriger, grâce aux algorithmes, vers les seconds, constitue tout à la fois une formule économique efficace et une distorsion de la règle déontologique séparant l'information de la publicité.*³⁸⁹

Comme pour l'espace, Internet fait bouger les limites entre types de médias différents : les émissions de radio sont filmées pour être diffusées sur YouTube, les émissions TV intègrent les interactions des téléspectateurs à l'aide des réseaux sociaux, les journaux produisent des éditos vidéo sur leurs applications, etc. Cette diversification met en évidence à quel point Internet a bouleversé la manière dont fonctionnent les médias traditionnels, sans toutefois les reléguer au rang d'accessoires

Les blogs et les sites de réseaux sociaux viennent appuyer ce qu'ils demeurent de la presse d'opinion ; les chaînes de télévision généralistes

³⁸⁸ Ibid., 70.

³⁸⁹ Ibid., 126.

usent abondamment des technologies d'information et de communication en prolongement des talk-show ou des magazines d'informations.³⁹⁰

Un aspect supplémentaire permet aux journaux d'utiliser Internet pour se créer du contenu. Prenons l'exemple du Monde Festival, créé en 2013, qui consiste à réunir « *des figures majeures du monde intellectuel, économique, culturel, politique, scientifique et de l'innovation* » dans l'objectif de « *partager leur vision du monde dans une dynamique d'échange avec le public* ». Ce festival, organisé par le journal, a lieu dans des endroits différents et simultanément à Paris : *L'Opéra Bastille, le Palais Garnier, le Théâtre des Bouffes du Nord, et le cinéma Gaumont Opéra³⁹¹.*

L'Internet peut même être utilisé pour produire « des événements médiatiques » publics par des voies qui nous rappellent les mass-médias plus anciens.³⁹²

Cet événement a de nombreux avantages pour le journal. Au-delà d'afficher son statut d'institution inévitable, il investit l'espace de la ville de manière ponctuelle et répétée. Prolongé sur Internet, cet événement permet non seulement d'assumer son statut, mais aussi de se créer une grande quantité de contenu propre, sous forme de conférences filmées, de retranscriptions dans les réseaux sociaux, partagé sur Twitter, Facebook, YouTube, etc, ainsi que des directs radio et télévisuels. En produisant du contenu, Le Monde se positionne au centre de l'actualité non seulement du point de vue journalistique traitant de l'information, mais aussi en termes de production d'information, imposant sa propre temporalité et sa propre spatialité.

Cette volonté de rendre les contenus malléables et adaptés aux divers supports de diffusion disponibles sur le marché est aujourd'hui devenue

³⁹⁰ Miège, *L'espace public contemporain approche info-communicationnelle*, 127.

³⁹¹ www.lemonde.fr/festival/

³⁹² Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 172.

*le fondement incontournable des stratégies d'action de tous les grands groupes de médias des pays industrialisés.*³⁹³

Le Monde Festival apparaît comme un bon exemple de la manière dont une institution journalistique peut utiliser les caractéristiques spatiales d'Internet afin d'investir l'espace public, exploitant pleinement le potentiel d'Internet, non comme concurrent, mais comme outil de ruissellement.

L'effet de réseau permet aux grands médias de se positionner au centre du flux d'information, de se situer en tant que pôle, de se rendre incontournable. Paradoxalement, dans l'espace et le temps d'Internet qui change très vite, les anciens médias traditionnels apparaissent comme des organismes stables, ce qui renforcent leur statut d'institution, et augmente leur crédibilité. Car dans le monde de l'information sur le *web*, l'actualité est très éphémère, avoir un ancrage dans un temps plus long, dans une histoire peut rassurer. La presse se positionne ainsi comme repère.

*Le spectre s'est élargi, mais c'est une erreur de croire que l'on assiste à une disparition ou une dilution des lieux « historiques » ou même que ceux-ci ne conservent pas une influence forte ; c'est ainsi par exemple que la presse généraliste, et même la presse d'opinion, en déclin incontestable, gardent une autorité persuasive bien supérieure à leur importance économique, une autorité qui commence d'ailleurs à se prolonger dans les médias numériques.*³⁹⁴

Ainsi donc, si Internet ébranle la pratique du journalisme et les grands médias, ceux-ci ont la possibilité d'exploiter le temps et l'espace d'Internet afin de multiplier leur zone d'influence et d'affirmer leur statut et leur nécessité dans la sphère publique.

Si les nouvelles technologies influencent nos modes de vie dans le temps et dans l'espace, les médias traditionnels répondent à ces évolutions en adaptant leur

³⁹³ Amez-Droz, *Médias suisses à l'ère numérique*, 124.

³⁹⁴ Miège, *L'espace public contemporain approche info-communicationnelle*, 140.

communication et leurs pratiques. Toutefois, ils tendent à préserver ce qui les positionne en tant qu'institution d'utilité public, c'est-à-dire dans un temps plus long, et dans une spatialité plus ancrée et plus contextualisée.

L'émergence de nouveaux médias (...) tend à disqualifier les médias en place ou à les confiner dans des rôles secondaires. Or, non seulement les activités générées par les anciens médias ont tendance à se reproduire dans les nouveaux médias même lorsque ceux-ci font appel à la participation active et à la créativité des usagers consommateurs, mais les pratiques en relation avec les médias en place ou générés par eux ont la vie dure, insérées qu'elles sont dans des réseaux de pratique qui ont mis du temps à se forger.³⁹⁵

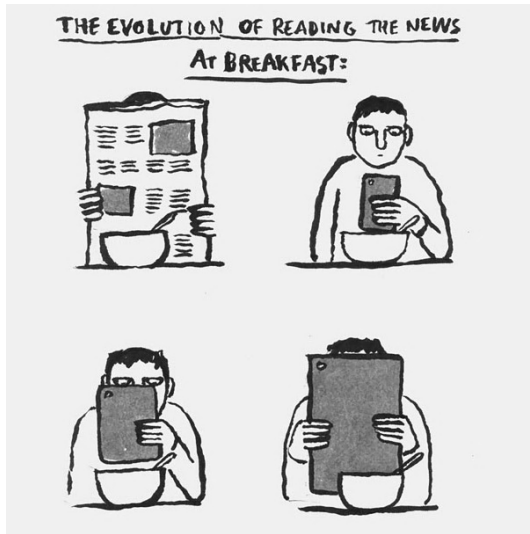


Figure 22 : S'informer

³⁹⁵ Ibid., 124.

TÉLÉCHARGEZ L'APPLI
D'ICI AU 31.12.2018
ET TESTEZ L'ABONNEMENT
1 MOIS GRATUITEMENT

Accès illimité à tous les contenus



Dossier
exclusif

Pour stimuler vos réflexions.

L'ABONNEMENT MOBILE «24 HEURES»
POUR SEULEMENT CHF 9.-/MOIS.



Figure 23 : Publicité pour l'application du journal 24Heures : « Accès illimité à tous les contenus »

III

ARCHITECTURE DE MÉDIA

EXEMPLE DE PRESSE : LE TEMPS

Espaces de rédaction

Le Temps est un journal quotidien fondé en 1998. À ses débuts, les bureaux des rédactions se situaient dans les bâtiments des gares CFF de Genève, Lausanne, Berne, etc. Après des rachats et restructurations, la rédaction principale se situe aujourd'hui à Lausanne. Ce lien originel entre journal d'information et infrastructure de transport témoigne de la volonté du journal de tenir informé le public par un journalisme cohérent avec la rapidité de la « circulation de l'information ». Cette situation métaphorique entre train et information est à souligner. Avec Internet, l'accélération se poursuit, avec le « flux » d'informations.

Les nouvelles technologies numériques ont changé non seulement le métier de journalisme mais toute la chaîne de production. Un journal nécessitait une salle de presse, une imprimerie et tous les équipements utiles à sortir le papier quotidiennement dans la rue et jusqu'au habitants. L'essor des ordinateurs, d'Internet et du télétravail qui s'ensuit a totalement modifié l'aspect de certains métiers qui n'ont plus besoin de configuration spatiale particulière. Une salle de rédaction ressemble à celle d'un bureau d'architecture ou de comptable. L'*open space* n'est pas récent, mais il s'adapte également à une nouvelle manière de travailler par Internet. Ce qui est à remarquer dans la disposition de la rédaction du Temps, c'est que les regroupements se font dans les bureaux par rubriques : international, économie, culture, etc., ainsi que par média : podcast, vidéo, *web manager*, etc. Mais qu'au fur et à mesure du développement *web* du journal, ces rubriques se sont, pour des raisons pratiques de proximité, mélangées avec les unes aux autres, mêlant spécialistes de rubrique et spécialistes *web*. Même dans un *open space*, on peut apercevoir la tendance de réseaux imbriqués, et que la pratique du journalisme évolue en prenant en compte les questions de fonctionnement du numérique.

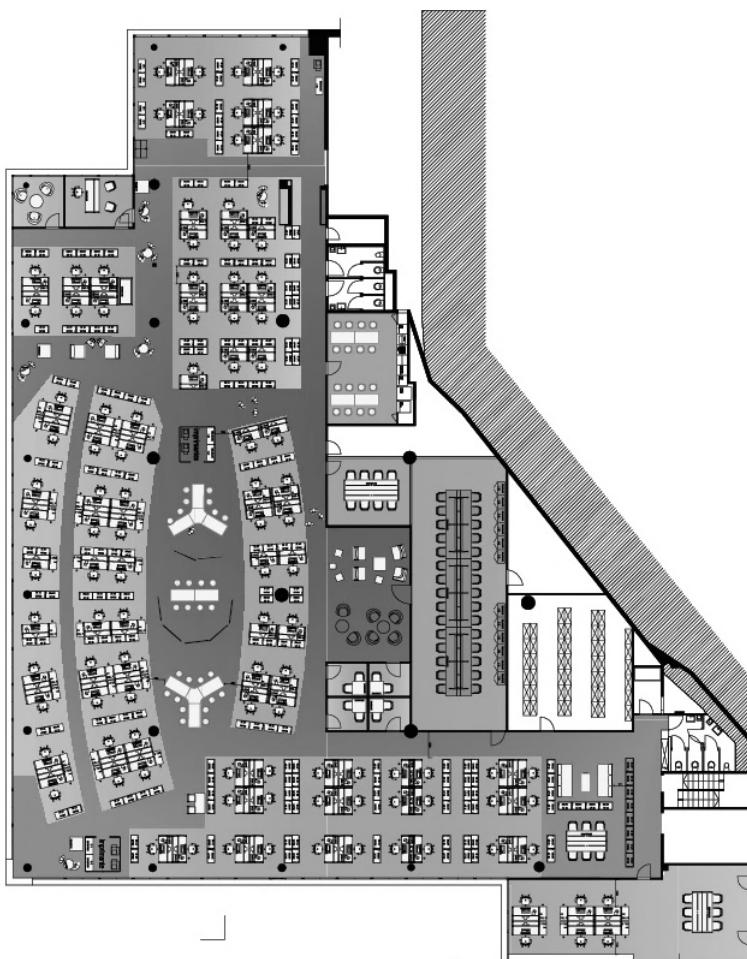


Figure 24 : Plan de l'organisation spatiale du Temps

Espace de diffusion

Dans une émission à la RTS³⁹⁶, Gaël Hurlimann³⁹⁷, explique que si Internet comme média n'a pas modifié le fond du contenu du journal, il participe néanmoins pleinement à la pratique journalistique. En effet, les journalistes doivent parfaitement connaître les fonctionnements d'Internet afin d'optimiser la diffusion de l'information sur le site *web* du Temps. Par exemple, des outils statistiques permettent de savoir en moyenne la durée de présence d'un internaute sur une page du site, et permet aussi de savoir s'il déroule la page jusqu'à la fin de l'article, ou la moitié, etc. Il explique ainsi que si les articles sont extrêmement rarement lus jusqu'au bout. Et que la moyenne de présence sur la page est de quelques secondes seulement, peu de clics se transforment en véritable lecture de l'article. Ces informations sont extrêmement utiles à la rédaction pour plusieurs raisons. La première est commerciale. Les annonceurs (qui mettent les publicités sur la page) paient généralement au clic, c'est-à-dire au nombre d'internautes qui arrivent sur la page. D'où le problème du journalisme : faire des clics, ou proposer des articles pour informer. Dans le cas du Temps, les revenus publicitaires du site sont infimes dans leur financement, mais cela pose une vraie question éthique. Certains rares annonceurs s'y prêtent mieux en payant au temps passé sur la page.

Une autre raison pour laquelle ces statistiques sont intéressantes c'est pour optimiser la diffusion du contenu. En effet, un journal comme Le Temps a intérêt que l'internaute reste sur la page lire l'article, et choisit ensuite d'en lire d'autres, jusqu'à opter pour un abonnement payant numérique ou papier. Et afin de faire lire l'internaute, ils utilisent des techniques (qui ne sont certes pas nouvelles) : intertitres énonciateurs le long de l'article, vidéos explicatives, liens vers d'autres articles du journal sur le même sujet, etc. Hurlimann explique aussi que le temps de l'internaute est très rapide, et que les articles proposés sur le site ont réduit de 15 à 20 % le temps de lecture. Il dit aussi que durant la journée, des titres différents pour le même article sont essayés, pour voir si certains titres amènent plus d'internautes à le lire. De même, les rubriques ne sont pas proposées aux mêmes horaires : politique et international le matin, société et culture l'après-midi, etc.

³⁹⁶ Radiotélévision Suisse, émission Médialogue, « Le Temps est-il encore un journal ? », (27.10.2018)

³⁹⁷ Gaël Hurlimann, rédacteur en chef de la version numérique du journal Le Temps

Avec ces techniques pour capter au mieux les lecteurs-internautes, Le Temps montre que le journalisme peut s'adapter au temps et à l'espace d'Internet sans toutefois mettre en péril la qualité de l'information. Au contraire, le but étant d'atteindre et de fidéliser le plus de monde possible. En fonctionnement de cette manière, en exploitant au mieux le potentiel d'Internet, Le Temps est devenu une référence en diffusion d'information numérique. Et que ce fonctionnement amène le journal à se positionner comme véritable institution médiatique.

The image shows a screenshot of the 'LE TEMPS Boutique' website. At the top, the logo 'LE TEMPS Boutique' is displayed in a large, serif font. To the right of the logo are icons for search, user profile, and a shopping cart. Below the logo is a dark navigation bar with white text listing categories: 'Abonnements', 'Art', 'Photo', 'Voyages', 'Livres', 'Evénements', 'Privilegés', and 'Relation Clients'. Underneath this bar, there are three sub-categories: 'Digital', 'Digital & Week-end', and 'Premium'. The main content area is titled 'Abonnements' in a bold, sans-serif font. It features three subscription options, each with a title, an icon, a price, and a description. The 'Digital' option shows icons of a laptop, tablet, and smartphone, with a price of 'Dès CHF 9.- par mois' and the description 'Accès digital sur toutes les plateformes numériques'. The 'Digital & Week-end' option shows icons of a laptop, tablet, smartphone, and a newspaper labeled 'LE TEMPS Week-end', with a price of 'Dès CHF 39.- par mois' and the description 'Accès digital sur toutes les plateformes numériques et livraison du journal le samedi'. The 'Premium' option shows icons of a laptop, tablet, smartphone, and a newspaper labeled 'LE TEMPS', with a price of 'Dès CHF 43.- par mois' and the description 'Livraison du journal du lundi au samedi et accès digital sur toutes les plateformes numériques'.

Figure 25 : Page de la boutique du Temps



Figure 26 : Les anciens bureaux du Temps à la gare de Genève

CRITIQUE

Internet et la ville

Internet est un espace de réseaux. Sa structure n'a pas de hiérarchie, c'est une de ses particularités. C'est un espace de communication, de partage d'informations, de flux, de contact. Internet est né d'une complexification du monde, nécessitant un nouvel espace a-territorial, lieu de mémoire et de communication. Internet de par ses caractéristiques (gratuité, anonymat) s'apparente à l'espace public et en multiplie les possibilités. Mais le public d'Internet n'est pas constitué du même public que celui des espaces publics. Ni les communications, qui sont des liens sur Internet³⁹⁸.

Cet espace dans lequel les internautes, à égalité, peuvent partager des informations, et ainsi cultiver leur identité citoyenne, permet d'élargir l'espace public, bien qu'il ne semble pas transformer les institutions politiques³⁹⁹. Il a néanmoins bousculé la démocratie, en proposant de nouvelles manières d'échanger des idées, et cela dynamise l'activité de la sphère publique⁴⁰⁰.

Nous l'avons vu, ce réseau relie indifféremment le public et le privé, ce qui porte à confusion dans les pratiques numériques, menant graduellement le privé au public⁴⁰¹. La question de savoir si Internet est un espace public n'est pas forcément pertinente, car il n'est pas fait de limites, et agit selon des caractéristiques qui ne répondent pas de notions culturelles.

³⁹⁸ Leterre, « L'Internet », 206-7.

³⁹⁹ Dahlgren, « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », 183.

⁴⁰⁰ Trilha, « La fracture numérique : les inégalités d'accès », 55.

⁴⁰¹ Dahlgren, « L'espace public et les médias », 246.

*À l'évidence, si l'Internet n'est pas un nouvel espace public, il constitue une zone franche et en marge d'une sphère publique traditionnelle qui lui donne encore, et probablement pour longtemps, une partie de son sens.*⁴⁰²

L'espace public est en même temps la garantie d'une liberté d'expression et de mouvement. Il est en quelque sorte l'horizon des possibles, mais il agit aussi en tant que filtre envers chacun, au nom du commun. Ce filtre est décomposé par les réseaux qui agissent en médiateurs, et donc en filtre également. Le filtre des espaces publics est dévalorisé par les filtres des relations de réseaux d'Internet⁴⁰³.

Si Internet est une plateforme de liberté d'expression, il reste complémentaire aux espaces publics, nécessaires à une expression politique⁴⁰⁴. Une complémentarité néanmoins restreinte, qui laisse place à un décalage entre les attentes grandissantes de l'utilisation du réseau Internet et les conséquences dans l'organisation de la société.

Et si finalement la ville était la concrétisation formelle de la spatialité d'Internet ? Ils ont tous les deux comme point commun de maximiser les interactions, de les intensifier, d'accroître la mobilité. La ville s'est construite comme le théâtre des jeux de pouvoir, comme lieu d'exposition de l'articulation de la société. Internet vient bousculer cette articulation en tant que nouveau lieu d'exposition. Les espaces publics en ce sens se voient perdre certains rôles d'énonciation de la structure et de l'organisation de la société par Internet. Habermas en 1963 parlait déjà d'une baisse de la responsabilité des espaces publics en faveur des technologies de communication, « *mettant notamment l'accent sur le déclin progressif de la matérialité des espaces publics dans la sphère des échanges et de la communication au profit de l'avènement de l'espace médiatique* »⁴⁰⁵.

⁴⁰² Leterre, « L'Internet », 217.

⁴⁰³ Ibid., 214.

⁴⁰⁴ Trilha, « La fracture numérique : les inégalités d'accès », 61.

⁴⁰⁵ Ghorra-Gobin, « L'espace public », 91.

Cette interaction avec le monde se fait-elle au détriment de l'interactivité spatiale construite ? L'utilisation politique récente des espaces publics démontrent que non. Mais sous d'autres formes, selon d'autres logiques, dans lesquelles Internet joue un rôle déterminant d'organisateur, de mise en relation, de support, etc.

*La communication est donc, dans le domaine des réseaux informatiques, un préalable à l'échange alors que dans l'espace public, elle en est le résultat.*⁴⁰⁶

Internet modifie l'espace urbain, mais plus par ses modifications des modes de production et de consommation que par la forme. Les applications de *Smart City* se développe. Ce principe utilise les technologies digitales pour optimiser les réseaux et mieux comprendre les utilisations de la ville afin d'améliorer les flux et la gestion énergétique, entre autres. Mais politiquement, les espaces publics restent un lieu incontournable des revendications, par des occupations, des manifestations, ainsi que des campagnes électorales qui se font par la récolte de signatures dans la rue ou par les affichages électoraux, encore très présents entre les publicités. Les affiches placardées dans les rues se retrouvent également sur les murs d'actualité des réseaux sociaux. Cette similitude appuie le sentiment d'Internet comme nouvel espace public.

Internet a redynamisé la démocratie, mais n'a pas tant changé le fonctionnement politique. En effet, les institutions n'ont pas encore donné de véritable rôle à Internet. Le vote électronique rencontre des obstacles pour s'imposer – et à raison vu les grandes difficultés pour sécuriser Internet. Les récoltes de signatures en ligne aussi tardent à se mettre en œuvre. Cela aurait de fortes conséquences tant il est difficile d'en récolter dans la rue et tant Internet permet d'atteindre un public massivement. Si les institutions tardent à passer à une institutionnalisation d'Internet c'est que l'engagement politique est encore assimilé à un fort engagement personnel et physique dans l'espace public. L'anonymat et le manque de sécurité qui sont indissociables du fonctionnement d'Internet rendent sceptiques les acteurs politiques sur son utilisation pleine et démocratique.

⁴⁰⁶ Leterre, « L'Internet », 214.



Figure 27 : Affiches électorales

*L'action politique est un engagement physique dans l'espace public, c'est-à-dire, le plus souvent, dans les lieux publics.*⁴⁰⁷

L'impact d'Internet dans l'espace public existe néanmoins, mais il est plus la conséquence de changements économiques que de véritables insertions spatiales. En effet, si les centres-villes changent, c'est qu'ils souffrent d'abord d'une certaine vision de la planification urbaine et d'un mode de consommation qui s'est penché vers les magasins généralistes de périphérie (un urbanisme autour de l'automobile), mais également de la révolution de production et de consommation liée à Internet. L'achat en ligne de masse, la mondialisation de la production, ainsi que la mise en crise de nombreux métiers comme l'hôtellerie (Airbnb), les taxis (Uber), les librairies (Amazon), la restauration (Deliveroo), etc. Ces applications de services « low-costs » effectuent un changement d'économie de la société qui peut s'apparenter à celui de la révolution industrielle. Les secteurs mis ainsi en crise tente de résister. Et la politique a du

⁴⁰⁷ Dacheux et Rouquette, « Internet est-il un espace public ? », 168.

mal à réagir, car le temps institutionnel peut paraître lent face à ces bouleversements extrêmement rapides. Ces changements du modèle économique se transforment en problématiques sociales de par leur vitesse. Comment les secteurs en place peuvent-ils s'adapter face à des entreprises qui ne sont que des interfaces entre une offre de service et une demande de service ? Internet est un facilitateur d'interaction, transformant des habitudes de consommation et ouvrant de nouvelles voix pour le commerce.

Finalement, l'impact d'Internet pour les villes est à l'image de son espace : intense, et si rapide que non contrôlé. Barcelone est un exemple de cet impact. C'est une ville qui historiquement a toujours attiré le tourisme. La facilitation d'accès aux services comme le logement et le transport aérien par Internet a multiplié les offres et les demandes. La concurrence est devenue difficile pour l'hôtellerie. La facilitation de l'accès à ce service par Airbnb a poussé de nombreux habitants à utiliser leur logement pour ce commerce. Le centre de la ville a multiplié les locations, transformant certains quartiers de la ville en véritables lieux d'hébergements touristiques. Et ceci sans qu'un véritable contrôle puisse être fait car Airbnb met en lien directement de privés à privés. Et les habitants de ses quartiers s'en plaignent, car l'activité s'en trouve également changée.



Figure 28 : Messages anti-Airbnb



Figure 29 : Siège de Radio France, Paris

Architecture de médias

Internet étant considéré comme un média, il ne peut être introduit dans l'espace public en dehors de ce statut. Les médias sont une manière de communiquer, mais pas la seule dans l'espace public. Ils seraient souvent, selon Habermas, trop connotés culturellement et politiquement⁴⁰⁸. Pour cela, Internet ne peut être confiné qu'à ce rôle, car il échappe aux contrôles idéologiques et à une appropriation par une culture.

Les médias traditionnels exposaient le bâtiment de leur siège comme symbole de leur puissance dans l'espace public. De nombreuses rédactions ont aujourd'hui déménagé dans des locaux en périphérie, repoussées par la crise provoquée par Internet. Mais également parce que l'exposition d'un média se fait aujourd'hui plus par sa présence sur le *web* que par une façade imposante. Le panneau d'entrée de la rédaction principale du Temps à Lausanne se fait discret. L'institution ne ressent pas le besoin de s'exposer dans la rue. La marque Le Temps s'impose de par son omniprésence sur les réseaux d'informations, via leur nombreuse plateformes (vidéos, réseaux sociaux, podcast, quotidien papier, hebdomadaire, événements, etc.)

Alors si Internet est plus qu'un média, comment peut-il sa place dans la société, notamment dans l'organisation urbaine ?

Les transformations qui affectent la communication moderne sont trop profondes pour qu'on se limite au pronostic de l'apparition des « nouveaux médias ». En réalité c'est la logique des médias qui se trouve remise en cause, à partir d'une déconnection entre communication de masse que les réseaux peuvent assurer, et communication médiatique qui n'était au fond que la manière dont la communication généralisée s'est développée dans une première étape. Il faut y insister : les médias ne sont qu'une manière, une manière qui a longtemps paru unique mais qui ne l'est plus, de généraliser les actes de communication. Cette généralisation elle-même, me semble-t-il, est ce qu'on appelle l'espace

⁴⁰⁸ Dahlgren, « L'espace public et les médias », 251-52.

*public. En cela, les réseaux informatiques tournent le dos aux formes sociales traditionnelles de cet espace.*⁴⁰⁹

Si l'espace public ne répond pas à l'évolution numérique, c'est qu'il concerne tous les acteurs publics, et que son organisation prend du temps, car vise le pérenne. Sa planification requiert des volontés politiques, et pour cela, une compréhension des enjeux et une vision pour l'avenir. Si l'espace public n'évolue pas, c'est que la révolution numérique n'est pas encore bien comprise pas les acteurs. Il faudrait donc que la révolution numérique soit entièrement considérée comme véritable bouleversement spatial pour être intégrée dans les espaces publics.

*On n'a pas besoin d'espace public, non parce que l'espace public serait une « mauvaise » chose, mais simplement parce que les besoins en termes de communication qui étaient assumés et étendus par le biais de la diffusion de l'information à un « public » (lui-même idéalement critique si l'on suit Habermas) le sont plus aisément et plus largement par les réseaux.*⁴¹⁰

⁴⁰⁹ Leterre, « L'Internet », 217.

⁴¹⁰ Ibid., 214.

MÉDIAS URBAINS

Après plus de deux décennies de déploiement d'Internet dans le Monde, ce qui interpelle probablement le plus, c'est la discrétion de son emprise sur le territoire. Malgré son omniprésence, Internet ne se voit pas. Il y a bien des écrans disséminés un peu partout, de nombreuses antennes, quelques hangars isolés, mais notre environnement a formellement peu changé.⁴¹¹

Paysage d'interfaces

La principale présence – visible d'Internet dans notre environnement se fait par des écrans. Ses infrastructures sont extrêmement discrètes en rapport à son importance. Cette invisibilité territoriale participe au manque de considération de son ampleur, tant spatiale que sociale⁴¹². Les pratiques portent en elle plus d'Internet que notre environnement. « *C'est la façon de communiquer, de s'informer, de consommer, de s'organiser ou de produire qui est affectée. Cela change peu l'agencement matériel de notre environnement, mais cela change ce que nous sommes, ce que nous faisons et ce que nous devenons* »⁴¹³.

Ainsi, les interfaces apparaissent comme l'une des composantes les plus évidentes de cette prise sur la ville numérique. Pourtant, trop souvent, les réflexes des acteurs de l'aménagement urbain témoignent d'une incompréhension profonde de ce qui est en jeu, car ces derniers héritent de pratiques qui s'inscrivent pleinement dans l'agencement morphologique de la ville, de ses voies, de ses places, de ses fonctions. Le mobilier urbain est en cela apparu comme l'une des interfaces privilégiées. L'abribus est devenu l'icône de cette ville interactive.⁴¹⁴

⁴¹¹ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 210.

⁴¹² Ibid.

⁴¹³ Ibid., 233-34.

⁴¹⁴ Ibid., 234.

La digitalisation de la ville est l'habit urbain d'Internet. Comme une couche numérique, les écrans recouvrent les façades et les vitrines. Ceci n'est pas nouveau, ils ne font que remplacer les panneaux publicitaires ou les enseignes. Mais cette profusion d'écrans rend-elle vraiment compte des possibilités du panel d'utilisation du numérique ? Ils agissent en tant qu'interface. Ils sont la forme médiatique d'Internet, non pas de son espace.

Aménager la ville numérique, c'est aussi s'assurer de ne pas la rendre illisible par la profusion de ses images.⁴¹⁵

Time Square est un lieu exemplaire de ce changement technologique. Les écrans – dont le plus grand du monde, inondent l'espace public et les façades de publicités qui, même la nuit, émettent une telle lumière que le ciel se pare d'une clarté à faire croire que le soleil y est encore. L'aménagement de l'espace public de Time Square consiste en un carrefour urbain enveloppé d'interfaces, dont certains sont interactifs et permettent aux passants, filmés par des *webcams*, d'être propulsés acteurs de ce décor. Des passants ou des annonceurs, qui regarde qui dans ce théâtre digital ?

⁴¹⁵ Ibid., 237.



Figure 30 : Time Square et ses écrans

CONCLUSION

UNE ARCHITECTURE POUR LA DÉMOCRATIE

Internet est un espace en ce sens, le plus fort, le plus puissant, celui qui conditionne notre expérience du Monde, notre capacité à agir. C'est en relation avec ce qui nous entoure que nous existons, que nous nous projetons et que nous vivons. Internet est en cela l'un des plus puissants espaces qui organisent le monde contemporain. Il rend plus difficile la lecture de l'espace, car il crée des relations invisibles entre des réalités parfois très éloignées les unes des autres.⁴¹⁶

⁴¹⁶ Ibid., 67.

Renouer espace et sphère publique

*Les espaces publics urbains qui a priori symbolisent l'essence même de la ville et du vivre ensemble se présentent en ce début du 21ème siècle comme un objet en quête de politique.*⁴¹⁷

Les espaces publics sont le théâtre des représentations des pouvoirs. Ils « reflètent sur le plan symbolique la relation entre les pouvoirs publics locaux et les usagers »⁴¹⁸. Ces relations sont faites de codes, qui sont des repères pour la société. Les espaces publics permettent l'établissement de normes sociales. Si Internet ne change pas le cadre des espaces publics, il modifie néanmoins les relations sociales de par les formes de communication. « Des constats qui obligent à réinterroger le fondement même des rapports entre espace médiatique, espace public et espace politique »⁴¹⁹. Car ce cadre de représentations participe à l'imaginaire collectif, auquel se rapporte les citoyens, et au travers desquels la société se construit, se définit un commun.

Internet ne change pas la forme de la société, mais elle en modifie les rapports, autant entre les citoyens eux-mêmes qu'entre les habitants et les codes culturels. Les caractéristiques de l'espace Internet fait apparaître un nouveau public, qui lui correspond. Individuel mais collectif, publicisant le privé mais anonyme, non territorial mais tracé, etc. L'internaute subit un flux d'informations, mais orienté et choisi selon ses préférences et sa sphère sociale.

Internet amplifie les sources d'informations, tout en favorisant les groupes de publics. On parle de communauté à propos d'internaute se réunissant autour d'un sujet. On appelle même « community manager » le métier qui a comme

⁴¹⁷ Ghorra-Gobin, « L'espace public », 87.

⁴¹⁸ Ibid., 95.

⁴¹⁹ Dacheux et Rouquette, « Internet est-il un espace public ? », 171.

tâche de gérer les internautes ou le public abonné à une marque ou une société. Il abreuve de contenu la « communauté » sur les réseaux sociaux, site, blog, forum, discussion, etc. Internet a élargi l'espace public et l'accès à l'information, mais a simultanément permis l'émergence d'un nouveau type de communautarisme, de formation de groupe. Le terme de « communauté » est utilisé ici non pas au sens religieux, idéologique, politique ou culturel, mais dans le sens où les codes de l'espace Internet suppléent les codes de l'espace public. Cette baisse de capacité à rassembler de la société fait perdre du lien social. La démocratisation d'Internet n'est pas forcément une assurance pour la démocratie. Internet propose un gigantesque espace de discussion et de débat, mais sans une diversité d'opinions

Très éloignée de l'échange non médiatisé, vital à la démocratie, qu'appelle de ses vœux Jürgen Habermas, la numérisation de la communication tend au contraire à faire naître une sorte d'Agora virtuelle, une plateforme discursive coupée de tout lien avec le réel social.⁴²⁰

L'espace public comme lieu privilégié de rencontre est mis à mal par Internet. En tant que plateforme de communication et d'organisation, Internet annihile la sérénité de l'espace public, qui devient un intermédiaire aux lieux d'entre-soi. L'ambition de l'espace public de l'avenir doit être de réconcilier la sphère publique avec son espace public. Car Internet peut changer la manière de faire du commerce, la manière de communiquer, le savoir-faire de professions, mais « *Internet n'enlève rien au besoin que nous avons d'être quelque part et de partager des espaces territoriaux en commun, de toucher et de se toucher, de se protéger, de se soigner, de vibrer, de sentir et de goûter* »⁴²¹.

On peut imaginer des villes dont la morphologie est ainsi faite que l'on passe quotidiennement de chez soi un autre "chez soi" en entendant dans

⁴²⁰ Euzet, « Conclusion : Internet, numérique : quel horizon pour la démocratie ? », 215.

⁴²¹ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 233-34.

*les deux cas soit des espaces privés, soit des espaces ségrégués dont les accès sont contrôlés.*⁴²²

⁴²² Joseph, « L'espace public et le visible », 397.

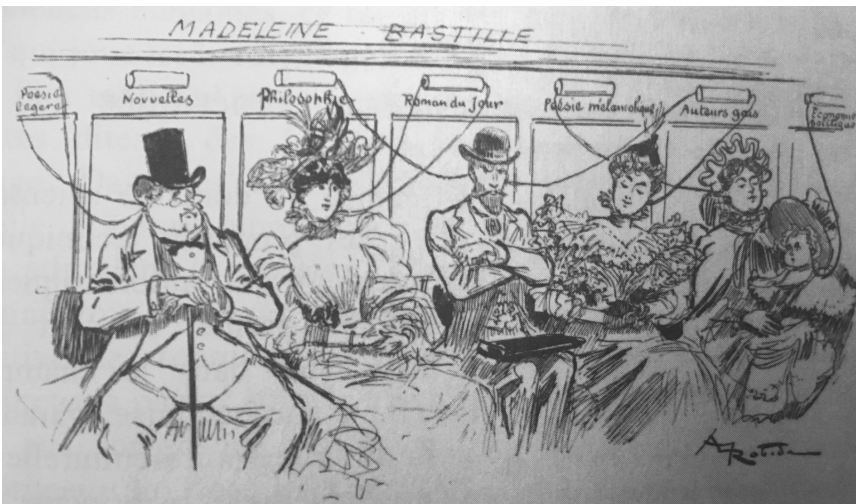


Figure 31 : illustration extraite de « Contes pour bibliophiles » d'Octave Uzanne, 1895

Quel espace public post-humaniste ?

Internet n'est donc pas uniquement une nouvelle technologie de plus, c'est une véritable révolution pour l'humain et pour son environnement. L'évolution technique soutient une évolution de société. Cette mutation est à l'image d'Internet, extrêmement rapide mais peu explicite. Les conséquences sur l'Homme sont essentielles, dans le sens où elles changent les fondements intrinsèques des rapports humains, ainsi que ses facultés cognitives. En ce sens, cette révolution est irrémédiable, « *car sans retour en arrière possible pour les sociétés humaines. A n'en point douter un seul instant, l'avènement de l'outil Internet provoquera inexorablement le basculement vers une post-humanité* »⁴²³.

Les substances de ces nouvelles technologies tiennent de l'immatériel, il n'est alors pas surprenant que leurs effets touchent en l'humain ce qui se lie moins directement à son corps, contrairement à ce qu'a pu avoir comme conséquences la révolution industrielle. Internet affecte des domaines comme l'imaginaire, les relations, l'identité, les représentations, le temps, etc., et ainsi la société. Les changements morphologiques sont plus lents, que ce soit pour le corps humain ou pour le corps de la ville⁴²⁴. Nul doute que l'évolution est un processus actif, lent certes, mais en cours.

Les institutions sont faites et pensées pour ralentir toute velléité de changement, ceci afin de garantir une certaine stabilité dans une société continuellement en mouvement, de se placer en gardiennes face à des caprices qui se pourraient posthumes pour leurs propres initiateurs. Pas étonnant alors que ces institutions évitent cette question qui les feraient basculer. Mais les habitudes permettent tout de même d'apercevoir des changements :

Le droit, instrument de régulation sociale, mute lui-même tout autant, passant de la pyramide au réseau, de la norme finie à l'archipel diffus de la norme. Les gouvernants se mêlent aux gouvernés, les gouvernés se

⁴²³ Euzet, « Conclusion : Internet, numérique : quel horizon pour la démocratie ? », 208.

⁴²⁴ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 233-34.

mèlent de gouvernance, diluant ainsi les frontières entre les premiers et les seconds, effaçant les contours entre espace public et espaces privés. L'individu même, comme personne finie, se dissipe progressivement, en renonçant à établir des limites claires entre vie publique et vie privée, entre intimité et publicité.

La post-humanité sera donc, vraisemblablement, celle de l'individu, non pas effacé, mais réticulaire, déterritorialisé et nourrissant son esprit de plus en plus indépendamment de son corps.⁴²⁵

L'enjeu pur tout acteur à la construction de cette société se situe là : identifier ces changements et proposer les meilleures réponses selon ses compétences. L'architecte est de ceux-là, il participe selon des imaginaires et des cultures dont il n'est pas forcément conscient, à l'élaboration du cadre environnemental, du décor de la société. L'histoire est un mouvement qui agit selon des forces, quelles sont celles qui guideront l'élaboration des espaces publics contemporains ? Comment réinterpréter l'analyse d'Habermas à la lumière des « *nouvelles données intellectuelles et politiques* »⁴²⁶ . Comment une architecture du numérique peut-elle exprimer la nouvelle composition sociétale ?

Or, Internet n'abolit pas l'espace. Il crée au contraire de l'espace entre les Hommes, un espace singulier de synchronisation d'une puissance considérable, qui réagence notre environnement selon des modalités particulières. Il est donc impératif d'en penser l'architecture, la conception, l'organisation et d'identifier les pratiques qui s'y déploient, leurs logiques et les lieux de prédilection qui émergent de ce renouveau.⁴²⁷

⁴²⁵ Euzet, « Conclusion : Internet, numérique : quel horizon pour la démocratie ? », 217.

⁴²⁶ Dahlgren, « L'espace public et les médias », 244.

⁴²⁷ Beaudé, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 244.

OUVERTURE

*C'est à une nouvelle conception de la vie de permettre l'œuvre de l'architecte, qui servira ici encore de « condensateur social » (...).*⁴²⁸

Le programme comme outil d'architecture pour Internet

Internet est donc un espace majeur de la société, mais comment peut-on le concevoir en tant qu'espace dans l'équation urbaine ? Comment peut-on, au nom du fait qu'il participe à l'espace public, non seulement le penser, mais aussi l'organiser comme on organise les différents corps de la société ? Car s'il se développe puissamment, son insertion dans la société se limite aujourd'hui à sa technique, ou en tant que média. Sa relation spatiale à l'humain se fait principalement au travers d'écrans, alors qu'il influe en profondeur nos modes de vie et nos relations. L'écran est l'interface privilégié entre l'individu et le monde⁴²⁹. Le téléphone mobile est aujourd'hui un acteur spatial considérable de nos comportements.

L'environnement se transforme en interface, par laquelle s'exprime l'interspatialité, qui se transforme de plus en plus en cospatialité⁴³⁰. C'est à dire que d'espace de réseau imbriqué, Internet occupe l'espace comme une surcouche digitale. Le rapport aux sens et au corps se détermine vers la surface interactive.

*Ce point souligne une deuxième limite de la cospatialité : l'engagement du corps. Les espaces relèvent de médiations particulières, qui engagent plus ou moins le corps.*⁴³¹

L'architecture est un acte fondateur. Elle s'inscrit dans un lieu et un temps qui l'engage pour une période de temps se veut intergénérationnel. L'enjeu d'aujourd'hui pour l'architecture c'est d'assumer cet engagement temporel, une

⁴²⁸ Lefebvre, La révolution urbaine, 1970, Gallimard

⁴²⁹ Beaud, *Internet, changer l'espace, changer la société*, 236.

⁴³⁰ Ibid., 216.

⁴³¹ Ibid., 218.

permanence⁴³², qui consiste à exprimer le cadre du déroulement des actions humaines. L'espace public est une scénographie de la société⁴³³. Il revient donc à l'architecture de s'inscrire comme repère dans un décors en monde en mouvement. Et vu la vitesse à laquelle les nouvelles technologies bouleversent tant l'Homme que la société, il n'est pas surprenant d'imaginer la crainte de l'architecture de s'ériger en symbole de trace, à défaut de stabilité.

*L'avènement de la société du réseau soulève enfin une question plus fondamentale encore, plus délicate à appréhender aussi. La fluidité du net est en effet par nature une forme non finie, dans laquelle se diluent le temps et l'espace, et qui tend à transformer au plus profond tous les objets, peut-être jusqu'à la disparition même de toute forme finie.*⁴³⁴

L'architecte doit concevoir de manière à répondre aux besoins nés de l'émergence de la révolution Internet. Il doit assumer la responsabilité d'énonciateur sociétal. Pour se faire, les outils de l'architecte sont le **rapport au contexte**, et le **programme architectural**. Dans le cas de ce travail sur la spatialité d'Internet, il a été soulevé que les nouvelles technologies bouleversent les rapports sociaux, notamment par une fragmentation de la société. Quel peut être le rôle de l'architecte, dans un contexte où la ville est significative de ces rapports sociaux ? Ce travail a permis de définir certains rôles que l'architecture peut se donner. D'abord celui de faire prendre conscience du bouleversement spatial qu'Internet provoque dans nos sociétés, puis celui de concevoir un programme qui agirait comme condensateur social.

C'est le changement social et dans la « vie quotidienne » qui permettra au mode de production de l'espace et à l'espace lui-même de se transformer. L'architecte, dans ce processus, n'aura qu'un rôle

⁴³² Joseph, « L'espace public et le visible », 399.

⁴³³ Ibid., 397.

⁴³⁴ Euzet, « Conclusion : Internet, numérique : quel horizon pour la démocratie ? », 217.

*d'accompagnateur. Mais une transformation sociale ne peut toutefois aller de pair qu'avec une transformation spatiale.*⁴³⁵

Le choix de programme est évidemment multiple, mais certaines pistes peuvent être énoncées aux vues des problématiques de ce travail.

Pour répondre à Internet comme outil médiatique, un programme architectural conçu pour donner à chacun l'occasion de s'exprimer à tous, mais sans véritablement pouvoir se comprendre. Ce lieu d'expression commun serait le théâtre de la communication comme de la surveillance. Une sorte de mélange entre la tour de Babel et le panoptique.

Une piste de programme architectural émerge de l'impact politique d'Internet. Christophe Euzet écrit que l'avènement d'Internet peut s'apparenter à l'apparition de l'Agora dans la civilisation hellénistique⁴³⁶. La nécessité de débat entre citoyen s'était concrétisée par une architecture innovante et caractéristique. Le nom est resté comme le lieu de rassemblement social. Le nom de la version romaine du forum est d'ailleurs repris métaphoriquement pour désigner ces lieux de discussion sur Internet. Internet a aujourd'hui dynamisé la démocratie en plusieurs points. Les nouvelles *civic tech* ne nécessitent-elles pas un espace physique, afin de permettre une formalisation de cet engagement politique ? Une sorte d'architecture pour une plateforme démocratique.

*La volonté de susciter des lieux-forum où puisse se développer et s'exercer la volonté politique des gouvernés vis-à-vis des dirigeants a toujours marqué l'évolution historique de la conception démocratique.*⁴³⁷

EP7 est le nom d'un nouveau lieu culturel à Paris. Son surnom de « guinguette numérique » lui est donné car sa façade principale est munie de 11 écrans digitaux. Si cet équipement d'écrans comme éléments d'architecture ne nous

⁴³⁵ Grégory Busquet, « L'espace politique chez Henri Lefebvre : l'idéologie et l'utopie », *Justice spatiale - Spatial justice* 5 (décembre 2012): 5.

⁴³⁶ Euzet, « Conclusion : Internet, numérique : quel horizon pour la démocratie ? », 208.

⁴³⁷ Dahlgren, « L'espace public et les médias », 243.

intéresse pas dans ce travail, le terme de « guinguette numérique » par contre est inspirant. Une guinguette est un lieu urbain, pavillon ou aménagement de jardin à destiné populaire, lieu de restauration ou d'activités multiples. La perspective d'un lieu de rencontre populaire qui incorporerait le numérique dans son organisation spatiale pourrait devenir un programme architectural à développer dans le cadre d'un projet.



Figure 32 : EP7, « guinguette numérique »

Aussi, pour faire un lien entre le thème du journalisme développé dans ce travail, l'idée d'un kiosque démocratique digital est également une piste de projet possible. Cela mettrait en avant le rôle du journalisme, de la presse et du débat public, ceci dans un espace articulé par l'utilisation des nouvelles technologies numériques.



Figure 33 : La vitrine du Turun Sanomat à Turku, Finlande, par Avar Aalto, 1928.

Mes remerciements à mon encadrement pour le suivi judicieux, à Sandrine Perroud (Mediacom), à Nicolas Dufour (Le Temps), à Mathilde Panes (Bibliothèque de l'EPFL), et à mon camarade Etienne.

ICONOGRAPHIE

Figure 1 : Le projet d'Apple Store à Kungsträdgården

Source : <https://www.99.se/artikel/>

Figure 2 : Occupy Wall Street

Source : <http://time.com/4484279/occupy-wall-street-5-years/>

Figure 3 : Schéma de l'espace public

Figure 4 : Schéma de l'espace public avec Internet

Figure 5 : un meme

Source : <https://medium.com/@spadaforaesc/>

Figure 6 : Illustration de Soulié

Figure 7 : Privacité sur Internet

Source : <http://www.lecrayon.net/Activites-pedagogiques/>

Figure 8 : Vie privée et Internet

Source : <http://www.stripsjournal.com/tag/>

Figure 9 : Panoptique Internet

Source : <http://www.randomwalksinlowcountries.com>

Figure 10 : Album cover, Jello Biafra

Figure 11 : Blogging & Journalisme

Source : <https://audiencesandmedia.wordpress.com/2014/04/19/the-future-of-journalism/>

Figure 12 : Biais de confirmation

Source : <http://www.lecrayon.net/Activites-pedagogiques/>

Figure 13 : Information à la demande

Figure 14 : Chambre d'écho

Source : <https://www.penser-critique.be/le-biais-de-confirmation-illustre/>

Figure 15 : Du café au cybercafé

Source : <http://www.iconovox.com/dessinateurs/deligne.html>

Figure 16 : Selfie

Source : <https://www.huffingtonpost.fr/2015/06/18/>

Figures 17 : La page des Décodeurs sur lemonde.fr

Figure 18 : La page des Décodeurs sur lemonde.fr

Figure 19 : La page des Décodeurs sur lemonde.fr

Figure 20 : la page Internet du journal 24Heures

Figure 21 : la page Internet du journal Tages Anzeiger

Figure 22 : S'informer

Source : <http://www.lecrayon.net/Activites-pedagogiques/>

Figure 23 : Publicité pour l'application du journal 24Heures : « Accès illimité à tous les contenus »

Figure 24 : Plan de l'organisation spatiale du Temps

Nicolas Dufour, Le Temps

Figure 25 : Page de la boutique du Temps

Figure 26 : Les anciens bureaux du Temps à la gare de Genève

Figure 27 : Affiches électorales

Source : <https://www.lematin.ch/suisse/votation-asile-affichage>

Figure 28 : Messages anti-Airbnb

Source : <http://www.lesfrancaisdebarcelone.com/barcelone-vient-a-bout-dairbnb/>

Figure 29 : Siège de Radio France, Paris

Source : <https://www.ojim.fr/radio-france-fiche/>

Figure 30 : Time Square et ses écrans

Source : <http://lefouduvoyage.fr/2017/09/19/>

Figure 31 : illustration extraite de « Contes pour bibliophiles » d'Octave Uzanne, 1895

Figure 32 : EP7, « guinguette numérique »

Figure 33 : La vitrine du Turum Sanomat à Turku, Finlande, par Avar Aalto, 1928.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

Amez-Droz, Philippe. *Médias suisses à l'ère numérique*. Première édition. Collection « Le savoir suisse ». Presses polytechniques et universitaires romandes, 2015.

Beaude, Boris. *Internet, changer l'espace, changer la société : les logiques contemporaines de synchronisation*. Collection « Société de la connaissance ». Éditions Fyp, 2012.

Miège, Bernard. *L'espace public contemporain approche info-communicationnelle*. Presses universitaires de Grenoble, 2010.

Picon, Antoine. *Culture numérique et architecture*. Birkhäuser, 2010.

Rosa, Hartmut. *Aliénation et accélération : vers une théorie critique de la modernité tardive*. Paris: La Découverte, 2012.

Vallotton, François, *Les batailles du livre : l'édition romande, de son âge d'or à l'ère numérique*. Collection « Le savoir suisse ». Presses Polytechniques et Universitaires Romandes, 2014.

Article de journal

Leplâtre, Simon. « En Chine, des citoyens sous surveillance ». *Le Monde*, 15 juin 2018.

Articles de revues

Baffert, Marc, et Maxime Tessier. « La presse, le “média oublié” du développement numérique ? » *Cahiers français*, n^o 338 (2007) : p. 30.

Bougnoux, Daniel. « La fonction des médias dans la démocratie ». *Cahiers français*, n^o 338 (2007) : p. 3.

Busquet, Grégory. « L'espace politique chez Henri Lefebvre : l'idéologie et l'utopie ». *Justice spatiale - Spatial justice* 5 (décembre 2012).

Dahlgren, Peter. « L'espace public et les médias : une ère nouvelle ? » *Hermès*, n^o 13-14 (1994) : p. 243.

Dahlgren, Peter. « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication ». *Réseaux* 18, n^o 100 (2000) : p. 157-86.

De Mul, Jos. « De Homo erectus à Homo sapiens : le Cyber espace pour les Darwinistes ». *Cahiers Sens public* n^o 7-8, n^o 3 (2008) : p. 127-44.

Ghorra-Gobin, Cynthia. « L'espace public : entre privatisation et patrimonialisation ». *Esprit* Novembre, n^o 11 (7 novembre 2012) : p. 88-98.

Joseph, Isaac. « L'espace public et le visible ». *Architecture & Comportement* 9, n^o 3 (1993) : p. 5.

Lachapelle, Guy. « Médias et démocratie : Le grand Malentendu par Anne-Marie Gingras: Critique de presse ». *Canadian Journal of Communication* 26 (2001) : p. 169-70.

Leterre, Thierry. « L'Internet : espace public et enjeux de connaissance ». *Cahiers Sens public* n^o 7-8, n^o 3 (2008) : p. 203-17.

Lovink, Geert. « Blogging, l'impact nihiliste ». *Cahiers Sens public* n° 7-8, n° 3 (2008) : p. 17-37.

Maigret, Eric. « L'Internet : concurrence ou complémentarité avec les autres médias ? » *Cahiers français*, n° 338 (mai 2007) : p. 26.

Orillard, Clément. « Repenser l'espace public à travers l'histoire. Deuxième journée d'étude du cycle « L'Espace public au Moyen Âge », 31 mai 2005 ». *Labyrinthe*, Institut universitaire de France, n° 22 (1 novembre 2005) : p. 141-45.

Park, Robert Ezra. « La ville. Propositions de recherche sur le comportement humain en milieu urbain ». In *The City*. University of Chicago Press, 1925.

Santi, Pascale. « L'édition des journaux et le numérique : de nouvelles méthodes, de nouveaux outils ». *Cahiers français*, n° 338 (2007) : p. 31.

Tavernier, Aurélie. « L'indépendance de l'information : quelles réalités ? Quelles évolutions ? » *Cahiers français*, n° 338 (mai 2007) : p. 8.

Trom, Danny. « Habermas, L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise ». *Politix. Revue des sciences sociales du politique* 2, n° 5 (1989) : p. 95-96.

Zask, Joëlle. « L'Internet, une invitation à repenser la distinction entre public et privé ». *Cahiers Sens public* n° 7-8, n° 3 (2008) : p. 145-58.

Chapitre de livre

Berdoulay, Vincent, Paulo Caesar Da Costa Gomes, et Jacques Lolive. « L'espace public ou l'incontournable spatialité de la politique ». In *L'espace public à l'épreuve. Régressions et émergences*, 9-27. Presses de la MSHA, Bordeaux, 2004.

Bernad, Olivier. « La recomposition de l'espace public et de l'espace privé ». In *L'Internet et la démocratie numérique*, Presses universitaires de Perpignan., 2016.

Cagé, Julia. « Médias et Démocratie ». In *L'économie au secours du politique ?*. La Découverte., 180. Regards croisés 18. Paris, 2016.

Dacheux, Eric, et Sébastien Rouquette. « Internet est-il un espace public ? » In *Communication et débat public : les réseaux numériques au service de la démocratie*, L'Harmattan, 2013.

Euzet, Christophe. « Conclusion : Internet, numérique : quel horizon pour la démocratie ? » In *L'Internet et la démocratie numérique*, Presses universitaires de Perpignan., 2016.

Forey, Elsa. « L'Internet et la démocratie numérique - Introduction ». In *L'Internet et la démocratie numérique*, Presses universitaires de Perpignan., 2016.

Saly-Rousset, Olivier. « L'individualisation de la propagande ». In *L'Internet et la démocratie numérique*, Presses universitaires de Perpignan., 2016.

Trilha, Charlotte. « La fracture numérique : les inégalités d'accès ». In *L'Internet et la démocratie numérique*, Presses universitaires de Perpignan., 2016.

Valéry, Paul. « La conquête de l'ubiquité ». In *Œuvres, tome II, Pièces sur l'art*, Gallimard. Pléiade, 1928.

Article de magazine

Bouaniche, Arnaud. « L'Homme comme "homo faber". Sur Henri Bergson, "L'évolution créatrice" (1907) ». *Le Point Références. Vivre avec les machines*, 2018.

Bouaniche, Arnaud. « Objet technique et expérience esthétique. Sur Gilbert Simondon, "Du mode d'existence des objets techniques" (1958) ». *Le Point Références. Vivre avec les machines*, 2018.

Meulemans, David. « L'objet, forme et extension de la main. Sur Ernst Kapp, "Principes d'une philosophie de la technique" (1877) ». *Le Point Références. Vivre avec les machines*, 2018.

Meulemans, David, et Sophie Pujas. « La technologie, police de la pensée. Sur George Orwell, "1984" (1950) ». *Le Point Références. Vivre avec les machines*, 2018.

Mréjen, Aurore. « Le nécessaire débat politique. Sur Hannah Arendt, "Condition de l'homme moderne" (1958) ». *Le Point Références. Vivre avec les machines*, 2018.

Rognon, Frédéric. « La sacralisation d'une nouvelle idole. Sur Jacques Ellul, "La technique ou l'enjeu du siècle" (1954) ». *Le Point Références. Vivre avec les machines*, 2018.

Page Internet

Cosimano, Raphaël. « Comment Facebook vous enferme dans un écho-système ». Challenges. Consulté le 31 décembre 2018. https://www.challenges.fr/high-tech/internet/comment-facebook-nous-enferme-dans-un-echo-systeme_460960.