

Médiations, Espace Public et Systèmes d'Information: positionnements scientifiques respectifs.

Bernard Miège
GRESEC (EA N° 608)
Université Stendhal Grenoble 3

Conférence inaugurale du Colloque International de Tunis, organisé par l'ISD, l'IPSI et la SFSIC (17-19 avril 2008), le texte ci-après est une work in progress et se rattache à un programme de travail en cours (2008-2009). Certaines analyses et interprétations sont encore à l'état d'ébauches.

Médiations, Espace Public et Systèmes d'Information: positionnements scientifiques.....	1
Où des précisions d'ordre terminologique conduisent à avancer dans la voie de la conceptualisation.....	2
Où la mise en relation des concepts évoqués permet de progresser dans la formulation de quelques questions clé.....	8

On me fait l'honneur de me demander d'intervenir dans cette séance d'ouverture. C'est pour moi l'occasion de communiquer sur des questions sur lesquelles je travaille dans la période présente et qui, par delà les différences manifestes, concernent tout autant la situation de l'information – communication dans les pays du Maghreb et en Europe ; c'est également pour moi une opportunité de relier des notions ou des expressions qui, le plus souvent, sont mises en avant sans que leurs interrelations soient pensées. A y bien réfléchir on constate que Med.(pour les médiations), EP (pour Espace Public) et SInfo (pour Systèmes d'Information) sont bien sûr plus ou moins utilisés selon les auteurs et les courants de la pensée communicationnelle, selon aussi les spécialités et les domaines de compétences ; mais généralement ils sont convoqués ou invoqués avec plus ou moins d'insistance, mais positionnés en parallèle sans même qu'on envisage ce qu'ils ont à faire ou peuvent avoir à faire les uns avec les autres.

Dans les limites de cette intervention mon but sera donc de montrer que :

+ ces termes ou syntagmes mériteraient d'abord d'être conceptualisés ou mieux conceptualisés ; en tout cas c'est une nécessité ou une urgence qui n'échappe pas aux organisateurs du Colloque, et sans doute à une grande majorité des participants ; il y a peu d'années on n'aurait pas échappé à médias ou Tic ou société de l'information ; ces expressions sont moins prégnantes sur le devant de la scène mondiale car la question des contenus commence à préoccuper les acteurs majeurs, et pas seulement au niveau des

organisations de l'ONU ; il n'est donc pas sans intérêt de se demander pourquoi resurgissent sur le devant de la scène, tant politico- culturelle que scientifique, des termes et syntagmes connus depuis longtemps mais auxquels on avait finalement peu recours ;

+ l'on peut évidemment continuer à les traiter à part les uns des autres, chacun d'entre eux restant en quelque sorte affecté à une sphère d'intelligibilité construite à partir et autour d'eux, mais l'on gagne beaucoup à tenter de les connecter. Il est compréhensible que le souci – et la prudence méthodologique- de produire des théorisations partielles ait conduit les différents chercheurs à se positionner de fait vis-à-vis de l'un ou de l'autre de ces termes ou syntagmes ; mais pourquoi ne pas essayer de les mettre en correspondance en postulant la productivité de la démarche après vérification argumentative et/ou empirique ?

A la vérité je dois reconnaître que cette procédure m'a été inspirée par la relecture récente de la Thèse de Doctorat d'Etat soutenue en 1985 par Paul Beaud, intitulé *Médias, médiations, médiateurs dans la société industrielle*, un texte postérieur à son ouvrage majeur *La société de connivence- média, médiations et classes sociales*, et qui s'avère tracer des perspectives heuristiques, comme je le montre dans un article à paraître dans un numéro prochain de la revue Réseaux en hommage à ce collègue et ami décédé au début de 2007. En tout cas, dans cette Thèse, Paul Beaud articule médias, médiations et espace public, et cela se révèle tout à fait pertinent ; comme on peut l'imaginer, en sociologue de la communication et des médias, il ne s'intéresse pas aux systèmes d'information ; c'est une position qui aujourd'hui ne saurait se justifier, même si, non seulement du pont de vue institutionnel mais également cognitif, les sciences de la communication restent encore trop souvent distinguées et même séparées des sciences de la communication. En tout cas je vais m'efforcer de relier Med, EP et SInfo.

Où des précisions d'ordre terminologique conduisent à avancer dans la voie de la conceptualisation.

Les médiations : si selon une tradition sociologique qu'on peut rattacher à plusieurs courants théoriques, les médiations (sociales) peuvent être entendues comme ce qui, dans la vie sociale, assure la relation entre l'individu (ou le sujet) et le collectif (la sociabilité, le lien social), le terme jusqu'ici assez peu conceptualisé a acquis une dimension nouvelle au fur et à mesure que se précisait la pensée communicationnelle. Bernard Lamizet insiste sur le fait que, dans la « communication médiatée », la médiation est à la fois d'ordre symbolique et social : « La médiation se manifeste par l'émergence d'un langage, d'un système de représentations commun à toute une société, à toute une culture. Mais dans le même temps, l'émergence de ce système de représentation construit un système social, collectif, de pensée, de relation, de vie :

une sociabilité. »¹ Et il faut dorénavant y ajouter les stratégies de communication, en tant que médiations institutionnelles qui font « ...évoluer l'espace public »², qu'il désigne parfois comme un espace de communication³. On ajoutera que cette définition, si elle peut rassembler bien des chercheurs en sciences sociales, problématise en quelque sorte les interrogations qui sont constitutives de la recherche en communication. Les médiations sont donc institutantes, mais selon la triple perspective indiquée dont il s'agit d'articuler les éléments constitutifs.

Ai-je besoin d'ajouter que divers auteurs, psycho- sociologues ou linguistes (plus exactement psycho- linguistes et analystes des conversations), emploient médiation au pluriel, mais dans la plupart de ces cas, ne placent pas les médiations au centre de leurs analyses, celles-ci apparaissant surtout comme une modalité ou un concept opératoire.

Dans les terminologies professionnelles qui émergent à partir des années quatre-vingt-dix, on retrouve d'ailleurs des préoccupations voisines, marquées par ce questionnement ; il semble bien que ce soit dans le domaine culturel (et même socio- culturel) puis dans la diffusion artistique et ensuite dans les actions d'insertion sociale, de développement urbain qu'émergent des expressions où l'on peut mettre les médiations en facteur. Jean Caune, par exemple, analyse dans sa diversité le phénomène de médiation culturelle et le conceptualise : « ...examiné en fonction d'une expérience esthétique, (elle) se présente comme ce qui fonde le lien sensible entre des sujets membres d'une même collectivité ». ⁴ Et comment ne pas se référer ici aux conceptions de la médiation qui trouvent en Amérique latine un espace propice où se développer ? Jesus Martin-Barbero, tout particulièrement, s'est intéressé au rôle de la télévision ; citons-le : « C'est pourquoi la capacité d'interpellation de la télévision ne doit pas être confondue avec les mesures d'audience. Non pas parce que la quantité de temps dédiée à la télévision ne compte pas, mais parce que le poids politique ou culturel n'est pas mesurable par contact direct ou immédiat et qu'il ne peut être évalué qu'en fonction de *la médiation sociale qu'apportent ses images* (souligné par l'auteur, J.M.-B.). Or cette capacité de médiation provient moins du développement technologique du médium, ou de la modernisation de son format, que de ce qu'il exige et de ce que les gens espèrent de lui. Ce qui signifie qu'il est impossible de connaître les répercussions que peut avoir la télévision sur les gens si nous ne connaissons pas d'abord quelles sont les demandes sociales qu'ils font à la télévision, demandes qui s'alimentent et se projettent sur les dispositifs et modalités de

¹ LAMIZET, B., in LAMIZET et SILEM (sld), (1997), *Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication* », Paris : Ellipses, p.364

² LAMIZET, B., in LAMIZET et SILEM (sld), (1997), op. cité, p. 365.

³ LAMIZET, B., (1992), *Les lieux de la communication*, Liège : Mardaga Troisième Partie.

reconnaissance socio- culturelle offerts par la télévision. »⁵ (par exemple en Amérique latine sur la *telenovela*). On est loin ici d'une étude de réception mais le point de vue de la médiation nous renvoie aux pratiques sociales et d'une certaine façon rejoint des préoccupations de la sémio- pragmatique.

Parallèlement, s'est construite en continuité avec les propositions théoriques de la sociologie de la traduction, une (anthropo-)sociologie de la médiation, particulièrement dans le domaine musical, avec un ouvrage clé d'Antoine Hennion sur la passion musicale ; cet auteur entend prendre la médiation au sérieux : « C'est cela traiter de la médiation : ne plus théoriquement accumuler comme des signes ou admettre comme des choses les objets rencontrés, mais montrer en œuvre dans la pratique la plus constante des acteurs ce double travail pour mettre en cause leurs objets ...et les remettre en cause ; l'oscillation entre le modèle linéaire ...et le modèle circulaire... rend compte de la construction d'un monde composé, rempli d'objets mixtes, là où le duo sociologisme/ naturalisme juxtapose deux réalités étanches, l'une remplie d'humains et de signes creux, l'autre de choses pleines mais étrangères à l'homme. »⁶

Cette pluralité de définitions et de significations est explicable : elle accompagne en effet la montée d'actions nouvelles ou renouvelées, et elle en relation étroite avec la diversification des moyens de communication (en particulier les Tic) ; elle ne doit pas être séparée de la mise sur la marché, y compris sous une forme industrielle, d'activités antérieurement non ou peu marchandes. Il reste que la pensée communicationnelle doit s'en préoccuper, et si possible de façon coordonnée et non dispersée et éclatée comme c'est encore le cas.

L'espace public : La question de l'espace public ou plus précisément de la publicisation des opinions remonte à la philosophie allemande des Lumières, et particulièrement à Emmanuel Kant et à son *Conflit des Facultés*. Dans la seconde moitié du 20^{ème} siècle, deux auteurs surtout, et dans des sens différents, se sont efforcés d'en repréciser les modalités : Hannah Arendt dans sa *Condition de l'homme moderne* (Arendt, 1983) et plus fondamentalement Jürgen Habermas dans *L'espace public- archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise* (Habermas 1978), traduction française assez libre et bien malencontreuse du *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, publication en 1962 de la Thèse du philosophe politique allemand.

⁴ CAUNE, J., (1999), *Pour une éthique de la médiation- Le sens des pratiques culturelles*, Grenoble : PUG, collection Communication, médias et sociétés.

⁵ MARTIN-BARBERO J., « L'approche culturelle de la globalisation : une vision latino- américaine », in MATTELART A. et TREMBLAY G., (sld), (2003), *2001 : Bogues – Globalisme et pluralisme*, tome 4 *Communication, démocratie et globalisation*, Québec : Les Presses de l'Université Laval, p. 334.

⁶ HENNION, A. (1993), *La passion musicale – une sociologie de la médiation*, Paris : Métailié. p. 266. Voir aussi HENNION in Réseaux N° 60 (Dossier présenté par Paul BEAUD) pp. 11-38.

Pour Jürgen Habermas, le principe de publicité (die Publizität) a été opposé historiquement par les bourgeois cultivés, capables de raisonner, à la pratique du secret qui était celle de l'Etat monarchique ; ainsi ont-ils créé un véritable espace de médiation entre la société civile et l'Etat, lieu du pouvoir public. Dans cet espace – ou plus exactement cette sphère- qu'il a abordé selon une perspective plus généalogique qu'historiographique à l'aide des exemples de l'Angleterre des 17^{ème} et 18^{ème} siècles, de la France et des principautés allemandes du 18^{ème} siècle, l'auteur montre que l'usage des médias naissants (alors la presse d'opinion) et de lieux comme les salons et les cafés littéraires, est à l'origine de la formation d'une « opinion publique » qui circule alors dans des classes restreintes ; la critique rationnelle et l'argumentation sont à l'origine de cette « opinion publique » qui opère une sorte d'arbitrage entre opinions et intérêts particuliers, y compris dans des sociétés où règne l'absolutisme et où la censure est une pratique généralisée. Pour Habermas, le principe de publicité s'est renforcé dans les sociétés démocratiques, en tenant compte des éclipses historiques telles que les guerres ou les régimes autoritaires ; il s'est élargi plus ou moins à toutes les classes sociales, sous l'action de la presse de masse et surtout de la presse d'opinion ; mais il a été complètement subverti par l'avènement de l'Etat- providence intervenant via la télévision dans la formation des opinions, par le développement de la culture de masse et le recours aux sondages tant dans la vie politique que dans la vie économique, et il a été transformé en principe d'intégration sociale ; mais l'auteur est revenu vers 1990 sur cette vision par trop systémique, et de fait euphémique quant au rôle de la presse.

Prenant appui sur la thèse d'Habermas, je me suis efforcé de l'adapter aux conditions nouvelles, et particulièrement à la diversification de l'offre télévisuelle, à l'émergence des Tic, et à la mise en œuvre constatable à partir de la fin des années 1970 de stratégies de communication des entreprises privées et des collectivités publiques⁷. Et j'ai été ainsi conduit à proposer d'organiser la réflexion autour de *quatre modèles d'action communicationnelle* à partir desquels se développent les actions communicationnelles les plus marquantes. On considérera donc que l'impulsion est donnée successivement par :

- la presse d'opinion ;
- la presse commerciale de masse (émergeant dans la dernière partie du 19^{ème} siècle)
- les médias audiovisuels de masse, et particulièrement la télévision généraliste, dont l'influence a été grandissante à partir de la moitié du 20^{ème} siècle ;
- et enfin les relations publiques généralisées, qualificatif qui permet de prendre en

compte les stratégies de communication des grandes et moins grandes organisations et plus largement celles des syndicats, des églises, des associations, etc..

Il me faut ajouter que si ces différents modèles sont apparus successivement dans les sociétés européennes et nord- américaines, cela ne signifie pas que cette succession soit une nécessité, l'important est de considérer les stratégies d'acteurs sociaux auxquelles elles donnent lieu. De plus, les modèles d'action communicationnelle ne fonctionnent pas indépendamment les uns des autres, ils sont sous l'influence d'un média dominant qui ne supprime pas les précédents (actuellement c'est encore la télévision généraliste de masse ; et si la presse d'opinion est bien affaiblie et si la presse de masse a connu son apogée sous les régimes de représentation parlementaire, l'une comme l'autre n'ont pas achevé leur cycle de vie), et le média dominant est toujours en interaction avec les autres ; l'important est à chaque fois la relation qui se noue entre producteurs et récepteurs, et ce qui en résulte. Enfin, et cet aspect est décisif, on ne lira pas cette proposition d'un point de vue média- centré ou techno- centré ; les changements techniques entraînent de nouvelles conditions de possibilité (on envisagera ci-après ce qu'il advient avec le Net et les Tic), mais l'avènement d'un nouveau modèle de communication répond à des logiques sociales et aux stratégies aux quelles elles donnent lieu, elle n'est pas directement sous l'emprise de la technique.

Les systèmes d'information : à leur sujet les définitions ne font guère problème, elles sont étrangement voisines et participent de visions assez fonctionnelles, surtout du point de vue des sciences de gestion où on les tient pour un outil stratégique. Elles mettent l'accent sur le fait qu'un **système d'information** est plus ou moins constitué par l'ensemble des éléments (matériels, techniques, logiciels et humains) participant à la collecte, à la gestion, au stockage, au traitement, au transport et à la diffusion de l'information au sein d'une organisation ; Généralement les SInfo comprennent à la fois des ERP (*Enterprise Resource Planning* - en français : PGI pour progiciel de gestion intégré) et des systèmes spécifiques développés sur mesure. L'objectif, régulièrement réaffirmé, est d'en faire un élément du contrôle de la communication de l'ensemble de l'organisation, ou du domaine d'application (on parlera ainsi de SInfo géographiques, hospitaliers, sanitaires, etc.). Les SInfo, depuis longtemps, entendent s'appuyer sur une forte composante informatique et télécommunicante supposée en assurer la cohérence et l'efficacité, et ils s'inscrivent, c'est une tendance plus récente, dans la perspective d'une ingénierie des connaissances.

⁷ MIEGE, B., (1997), *La société conquise par la communication- La communication entre l'industrie et l'espace public*, Grenoble : PUG, chapitre 4.

Au-delà de cette approche définitionnelle, il nous semble que ce qui différencie les SInfo des Med et de l'EP, c'est à la fois :

- le cadre : les organisations et domaines d'activité professionnelle ;
- l'orientation résolument gestionnaire ;
- une conception de l'information restant proche des visions cybernétiques et shannoniennes ;
- une forte opérationnalisation de la communication (et donc la recherche de son instrumentalisation) ;
- et donc une composante techno- informatique affirmée.

Ces différents éléments expliquent vraisemblablement l' (encore) faible implication des SIC, et particulièrement des sciences de la communication, dans l'étude des SInfo ; il est vrai que cette critique ne peut être adressée aux sciences de l'information, mais on peut considérer que les apports de celles-ci ne sont pas encore à la hauteur des questions posées.

Pour autant que les tentatives de modélisation (ou d' « idéal- typification » si on peut oser ce néologisme) soient justifiées, tant les interactions et les imbrications entre phénomènes sont constantes, il est possible de dresser le tableau ci-après qui permet de mettre en parallèle les 3 domaines envisagés en mettant l'accent sur ce qui les caractérise en premier.

	Médiations	Espace Public	Systèmes d'information
<i>Sphère d'exercice</i>	Actions relevant du domaine public : * Santé * Art et action culturelle * Action sociale	Formation des opinions publiques politiques et désormais sociétales	Organisations de travail et activités professionnelles
<i>Éléments « activateurs »</i>	Actions communicationnelles (tks. relationnelles et informationnelles) Et potentiellement	Médias et désormais Tic	.Systèmes techniques fermés et spécifiques . Tic (systèmes ouverts)

	Tic		
<i>Destinataires</i>	Usagers - consommateurs	Citoyens	Employés / Clients
<i>Liens générés</i>	interactivité	Audiences > Publics	Fonctionnalité + normes d'action communicationnelle individualisantes

On voudra bien ne pas voir sans cette présentation autre chose qu'une tentative mettant l'accent sur les tendances principales : non seulement les trois modalités ne sont pas complètement séparables les unes des autres et une partie des actions qui en dépendent participent également d'une autre modalité, mais l'information – communication ne se réduit pas à elles : en dehors d'elles on n'oubliera pas, d'une part les stratégies communicationnelles des entreprises et agences publiques (participant des « relations publiques généralisées »), d'autre part les produits édités des industries culturelles et informationnelles.

Où la mise en relation des concepts évoqués permet de progresser dans la formulation de quelques questions clé.

Dès lors il est envisageable de signaler quelques questions clé, certaines émergentes, d'autres d'ores et déjà engagées, en insistant sur la nécessité de ne pas lire ces propositions d'un point de vue média- centré ou techno- centré ; les changements techniques entraînent de nouvelles conditions de possibilité (par exemple aujourd'hui le Net permet une circulation mondialisée des différents types d'information), mais l'avènement de nouvelles modalités de communication répond à des logiques sociales et aux stratégies dans lesquelles elles se concrétisent, il n'est pas directement et ipso facto sous l'emprise de la technique.

Un Espace Public plus sociétal

Deux mutations fondamentales de l'espace public sont observables et s'affirment : premièrement sa fragmentation ainsi que son élargissement dans des espaces publics partiels, deuxièmement la formation d'un espace public désormais plus sociétal que politique (ainsi la publicisation des opinions ne se limite plus à la sphère politique et intègre aujourd'hui des opinions relevant des modes de vie et des modes d'être ensemble, ce qui a amené les médias,

y compris les médias de masse à s'intéresser au traitement des problèmes d'ordre personnel, relevant de la privacy : questions de santé et d'organisation de la vie personnelle, sensibilisation à l'environnement et à l'écologie, etc.). La perpétuation de l'espace public, et même son élargissement, doivent donc être envisagés en prenant en compte ces deux mutations, et à condition d'observer la profonde différenciation et même l'asymétrie de participation entre catégories et classes sociales (l'appétence pour la discussion argumentée autour des questions de société est en effet inégalement distribuée, du moins lorsqu'elles émergent). Mais ces perspectives sont effectivement décelables seulement dans le temps long ; ce qui se donne à voir dans le temps court n'est en effet compréhensible qu'en référence à des mouvements de longue durée que la recherche en information- communication commence à reconnaître comme des logiques sociales.

Ces mutations ne rendent pas caduc l'EP Politique, mais celui-ci fonctionne dorénavant selon des modalités renouvelées, non seulement parce que la démocratie représentative (avec laquelle il s'est liée historiquement) est en crise, mais également parce que bien des questions qui lui sont adressées ont été antérieurement « traitées », souvent longuement, dans le cadre d'EP partiels. Il faut donc s'habituer à ne pas limiter les débats relevant de l'EP à ce à quoi on a été habitué dans les régimes démocratiques avec l'EP Politique ; bien des débats lui échappent qui ne trouveront pas nécessairement de débouchés ou de conclusions dans la sphère politique, et se développeront en dehors d'une « activation » par les médias écrits et audiovisuels.

Un élargissement des médiations via les Tic et les nouveaux médias.

De plusieurs côtés, l'attention a été attirée par divers auteurs sur les relations qui s'établissent et même tendent à se renforcer entre les Tic aujourd'hui arrivant à maturité (en Europe du moins) et :

- telle ou telle composante du vaste secteur de la santé ;
- l'aide sociale (et pour partie l'action humanitaire) ;
- la création et la diffusion artistiques, ainsi que l'action culturelle ;
- la lecture publique (et plus largement ce qui relève des bibliothèques) ;
- l'éducation et la formation à distance ;
- la promotion de la culture scientifique et technique ;
- la promotion touristique ;
- les développements de l'activité physique et sportive ;
- tel ou tel aspect de l'action environnementale et du développement durable ;

- etc.

Ces différents domaines (appelons-les ainsi provisoirement) présentent la caractéristique commune d'être (encore) l'objet de politiques publiques (y compris locales) et d'être de plus en plus sous l'emprise du marché et des stratégies industrielles, une situation d'entre-deux. Les Tic s'y développent de façon significative, mais plus seulement comme élément de visibilité et de promotion des organisations agissant dans les domaines considérés, surtout comme vecteur central de diffusion des informations et comme modalité de recherche de communications fréquentes et individualisées ; en d'autres termes, les médiations s'intensifient en se médiatisant. Cette fonction devient essentielle et, précision importante, ne donne pas lieu à la formation de médias (ou de nouveaux médias) stricto sensu car dans ces cas les opérateurs sont le plus souvent les acteurs à l'origine des actions entreprises (organisations industrielles, PME, agences publiques, etc.).

La médiatisation via les Tic est donc l'occasion de renforcer des médiations qui s'avèrent d'autant plus nécessaires que les structures intermédiaires sont de plus en plus défaillantes ou affaiblies, et que la marchandisation est en progression. Ce qui antérieurement était dévolu aux techniques relationnelles (et que l'on désignait souvent comme des actions d'animation) tend maintenant à être placé sous l'égide des techniques (nouvelles) d'information et de communication. Il convient d'ajouter que ces actions, en tout cas certaines d'entre elles, ne sont pas exemptes de velléités de débat public ; elles se conjuguent alors avec tel ou tel espace public partiel, comme signalé précédemment.

L'automatisation perpétuellement recherchée des Systèmes d'Information : syndrome velléitaire ou perspective panoptique ?

Il serait aisé de montrer que, sous des terminologies variables les systèmes d'information ont régulièrement accompagné, et ce depuis les ambitieuses perspectives de l'intelligence artificielle, l'avancée de l'« informatisation » (s'il est encore possible d'utiliser ce terme chargé d'ambiguïtés) avec pour terrains d'application principaux les entreprises et les organisations documentaires. Les difficultés et les échecs ont été continus au cours du dernier demi-siècle, et on s'est orienté vers l'étude des problèmes rencontrés à l'occasion de l'introduction des systèmes dans les organisations en faisant appel aux spécialistes des sciences sociales (sociologues des organisations et de l'innovation, gestionnaires, plus rarement spécialistes des SIC), non sans souci d'instrumentalisation et en tout cas beaucoup d'incompréhensions.

Le fait est que sont désormais disponibles de nombreuses études et recherches, portant le plus souvent sur des cas, en langue anglaise mais aussi en langue française. On dispose par exemple d'un ouvrage récent sur les usages des ERP, dû à un collectif placé sous la responsabilité de Dominique Vincq et Bernard Penz⁸: les ERP (entreprise resource planning) sont, font observer les auteurs, « ...des systèmes de planification générale des ressources, supposés réunir toutes les données de l'entreprise dans une base de données unique. Une fois paramétrés en fonction des particularités de l'organisation, ils sont supposés faciliter la circulation et l'agrégation des informations en éliminant les saisies multiples et en facilitant l'interfaçage entre bases de données propres à chacune des fonctions. Grâce à la compilation des données, ils offrent au management des tableaux de bord intégrés et actualisés qui doivent permettre de suivre l'activité « en temps réel » et de façon transversale. Par les savoir faire inscrits dans l'outil, issus d'une capitalisation des « meilleures pratiques » (best practices) observées dans les entreprises, ils devraient améliorer les façons de travailler et propulser les entreprises vers de meilleures performances. » (p. 16). On le comprend immédiatement ces dispositifs – en l'occurrence il s'agit ici de progiciels de gestion intégrés - ne sont pas séparables de toutes les mesures qui ont jalonné la rationalisation de l'organisation du travail, l'automatisation des processus de production et l'informatisation des bureaux et ateliers, jusqu'aux modernes Intranet.

L'une des observations importantes des auteurs de l'ouvrage précité consiste à signaler que l'ambition d'intégration des services et fonctions de l'entreprise, ou plus exactement ce qu'en ont fait les différents acteurs est d'autant moins connue que la plupart des études portent (une fois de plus ?) sur l'amont du processus (le choix de l'outil et les problèmes d'introduction) ; les acteurs, en outre, ont éprouvé les limites des outils et ont inventé de nouvelles manières de faire avec/ à partir d'eux. « L'intégration numérique est encore bien limitée. Certaines activités y échappent... La conception de l'organisation, plus étendue et plus fluide qu'on ne l'imaginait, elle-même devient mouvante. » (p. 265). Dès lors de nouveaux défis s'annoncent : le temps réel, le travail collaboratif, la fusion des opérations courantes et du back office, la connectivité rendant possible un au-delà de l'organisation et même une organisation en réseau ainsi qu'une fusion du travail et du hors travail, etc. On pourrait certes railler toutes ces promesses successives non tenues par la technique et pointer les dérobades et esquives d'une pensée technologique face à ce qu'il advient le plus souvent de ses propositions. Mais on s'en tiendra à ce constat qu'on ne saurait éviter : malgré quelques

⁸ Vincq, Dominique et Penz, Bernard, (sld), (2008), L'équipement de l'organisation industrielle – Les ERP à l'usage, Paris : Hermès / Lavoisier, collection Science informatique et SHS

travaux significatifs, la pensée info- communicationnelle a encore peu à dire sur les questions évoquées et elle reste encore en retrait par comparaison avec les travaux sociologiques (relevant de la sociologie de l'organisation et de la sociologie de l'innovation) et gestionnaires ; c'est d'autant plus gênant que les logiciels et progiciels ne se contentent plus de traiter et de diffuser de l'information, ils se veulent communicants, et utilisent à profusion les Tic disponibles.

En outre, si la vision panoptique est vraisemblablement hors de portée des SInfo tels qu'ils sont actuellement mis en œuvre, l'orientation individualisante des actions engagées à partir d'eux et les modes de communication généralement favorisés ne peuvent que favoriser le contrôle social des individus ; cette « logique sociale de la communication » rencontre ici de quoi se développer.

Bien des conclusions pourraient/ devraient être tirées de la mise en correspondance des Med, EP et SInfo, dont j'espère avoir montré la pertinence, pas seulement scientifique. Qu'il me soit permis de souligner à la fin de mon intervention que les interrelations entre elles nécessitent, imposent même, qu'elles avancent du même pas, parallèlement, aussi bien dans la sphère publique que privée (les entreprises participent de la sphère privée). Ainsi l'EP (et notamment sous sa forme politique) ne saurait ainsi être négligé, mis sous le boisseau ou de côté, au profit des systèmes d'information ou même des médiations organisées ; l'information – communication, d'une certaine façon, ne se partage pas ; et le contrôle de l'une ou l'autre de ses modalités a toutes chances de voir resurgir des pratiques et des actions sous une autre modalité ; historiquement c'est ce qui s'est produit lorsque la « république des lettres » a eu tendance à suppléer l'EP politique lorsque celui-ci était censuré.

Par ailleurs cette articulation souhaitable entre les diverses modalités de l'information – communication plaide, fondamentalement, pour des relations suivies et étroites entre sciences de la communication et sciences de l'information. Et là il y a encore beaucoup à faire tant en Europe (y compris en France malgré l'institutionnalisation des SIC) que dans les pays du Maghreb. Les progrès sont lents mais ce Colloque devrait apporter une contribution significative car il permet effectivement des échanges entre spécialistes de domaines encore trop différenciés.

