

Connaissance des médias et nouveaux médias

Benoit Lafon

Master Information-communication, tronc commun
Institut de la Communication et des Médias, Université Grenoble-Alpes

Plan

Partie 1. Médias et médiatisation : définitions, repères, approches

I. Définir : Médias et médiatisation

1. Définitions : des médias aux nouveaux médias
2. Médias et médiatisation : les grandes approches

II. Problématiser : enjeux socio-culturels des médias

1. Politique et économie au cœur des médias
2. Faire société : les médias en action

III. Analyser : quelles méthodes pour appréhender les médias ?

1. Analyser les acteurs : la question des publics
2. Analyser les productions : approches socio-discursives

II. Problématiser : enjeux socio-culturels des médias

1. Politique et économie au cœur des médias
2. Faire société : les médias en action



1. Politique et économie au cœur des médias

- A. La construction nationale des médias : entre contraintes et libertés
- B. Presse et médias d'opinion (depuis 1750)
- C. Médias commerciaux de masse (depuis 1850)
- D. Médias audiovisuels de masse (depuis 1930-1950)
- E. Relations publiques et communication généralisées (fin 1970's)

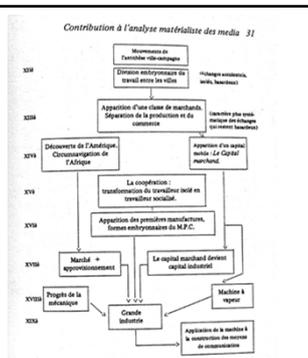
A. La construction nationale des médias : entre contraintes et libertés

Médias organisés par le pouvoir politique et Etatique.

Emergence corrélée des médias et des Etats modernes à partir des XVIe et XVIIe siècles.

Certains auteurs ont réfléchi à la constitution conjointe du système capitaliste, des Etats et des moyens de communication : cf. Yves de la Haye (Grenoble, année 1980).

la communication est un processus partie prenante de plusieurs processus, notamment processus de production et de circulation (de la Haye, 1984, 50). Les moyens de communication sont créés au fur et à mesure des nécessités du mode de production capitaliste, et constituent un facteur majeur des modes de production et des rapports sociaux



Les médias participent de l'émergence des sociétés modernes :
« La préparation des nouveaux marchés - toute l'histoire des industries culturelles en fait foi - ne peut guère se satisfaire des demandes pré-existantes ; celles-ci doivent être forgées, ce qui ne va pas sans la transformation des pratiques culturelles elles-mêmes : comportements, actes d'achats ou d'appropriations, mais aussi représentations » (de la Haye, 1984, p.128-129).

Nécessité de concevoir des échelles élargies pour penser les systèmes de médias développés par les Etats afin d'instituer les Etats eux-mêmes.

« ...réinscrire les imprimés périodiques dans le temps long des techniques de communication » pour « entrevoir l'ensemble des conditions qui ont rendu possible l'apparition des journaux en Europe. L'invention de l'imprimerie au milieu du XVIe siècle, le développement des routes et administrations postales à la fin du même siècle, l'essor des échanges commerciaux et intellectuels, la construction des États et la création d'une noblesse de cour : l'ensemble de ces processus, eux-mêmes interdépendants, a contribué à un accroissement singulier de la demande et de l'offre de « nouvelles ». »

Sources : Breton et Proulx [1993], Feyel [1999], cités par Hubé et al.

2 nécessités pour comprendre les ressorts profonds des médias :

- l'inscription des recherches dans la longue durée et l'attention prioritaire aux changements "structuraux" affectant les pratiques sociales et culturelles, l'espace public, les échanges d'information ou les usages des outils;
- le souci de ne pas isoler telle ou telle TIC, tel ou tel média, de l'ensemble du "système de communication" auquel ils participent, dans le but d'éviter de réitérer des approches fonctionnelles; »

Cf. Miège B., 2001, « Les TICs : un champ marqué par la complexité et un entrelacs d'enjeux », *colloque Bogues*, p. 14.

Les médias sont la résultante de tensions entre :

- Les Etats et forces publiques instituant
- Les stratégies industrielles
- Les pratiques sociales de consommation

On passe de médias intégrés à l'appareil d'Etat à des médias comme institutions indépendantes, mais soumises à un cadre légal national, progressivement établi : la « liberté de la presse »

1734 : une affaire prototypique, l'affaire Zenger

John Peter Zenger, éditeur du *New York Weekly Journal*, critique le gouverneur royal de New York William Cosby. Arrêté, accusé d'attaques « venimeuses, calomnieuses et séditieuses », il est acquitté le 5 août 1735 par douze jurés de New York, après 35 semaines de prison.

=> Cas emblématique de la naissance de la liberté de la presse aux USA



Essor progressif de la liberté de la presse :

- 1766 : la Suède est le premier pays au monde à instituer le droit de la presse ; l'interdiction de toute limitation du droit de publication fait partie de la Constitution du pays.
- 1791 : Le premier amendement de la Constitution américaine stipule que « le Congrès ne fera aucune loi restreignant la liberté de parole ou de la presse »
- En France, rôle-clé de la remise en cause de l'Ancien Régime par les Philosophes du XVIIIe s., notamment liés par le projet de *l'Encyclopédie* de Diderot et D'Alembert.

« À l'origine du passage du modèle mécanicien au modèle caractérisé par le transport électronique des informations et de l'action, ou la « révolution du contrôle », il y a précisément le fait que les techniques d'information et de communication mise en œuvre au cours du XIXe siècle se montrent insuffisantes pour administrer l'accélération des vitesses de circulation de la production et de la distribution. La nouvelle temporalité de l'univers ferroviaire a été le point de départ d'une nouvelle temporalité tout court. » [Mattelart, 1994: 69-70]



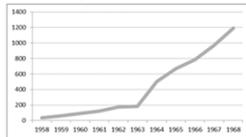
Au cours du XXe s. : le maillage du territoire par les ondes et la télévision : un projet politique de longue haleine (Lafon, 2012).

D'abord, l'Est : Lille, Strasbourg, Marseille, Lyon (années 1950).

Ensuite des investissements financiers importants, une volonté politique forte (années 1960).

- ▶ Le média comme outil d'aménagement du territoire
- ▶ Une question d'ingénieurs : émettre
- ▶ Un lent équipementier pour la diffusion : densifier

nombre total d'émetteurs et de réémetteurs de TV en France (source : d'après Bouzdon, 1990 : 311)



Date	Journal télévisé régional
15/11/1963	Nord Actualités (CAT de Lille, Télé Lille)
21/11/1963	Alsace Actualités (CAT de Strasbourg, Télé Strasbourg)
29/11/1963	Provence Actualités (CAT de Marseille, Télé Marseille Provence)
06/12/1963	Midi-Pyrénées Actualités (CAT de Toulouse, Télé Toulouse)
07/12/1963	Aquitaine Actualités (CAT de Bordeaux, Télé Bordeaux Aquitaine)
10/01/1964	Rhône-Alpes Actualités (CAT de Lyon, Télé Lyon)
03/02/1964	Bretagne Actualités (CAT de Rennes, Télé Bretagne Loire Océan)
22/02/1964	Nice Actualités (CAT de Nice, Télé Marseille Provence)
03/04/1964	Lorraine Actualités (CAT de Nancy, Télé Lorraine Champagne)
16/04/1964	Loire Océan Actualités (CAT de Nantes, Télé Bretagne Loire Océan)
17/04/1964	Auvergne Actualités (CAT de Clermont-Ferrand, Télé Lyon)
27/11/1964	Normandie Actualités (CAT de Rouen, Télé Paris Normandie Centre)
04/12/1964	Maine Anjou Touraine Actualités (CAT du Mans, Télé Bretagne Loire Océan)
25/02/1965	Champagne actualités (CAT de Reims, Télé Lorraine Champagne)
05/05/1965	Languedoc-Roussillon Actualités (CAT de Montpellier, Télé Toulouse)
28/05/1965	Limousin Actualités (CAT de Limoges, Télé Limoges Centre-Ouest)
21/06/1965	Centre Actualités (CAT d'Orléans, Télé Paris Normandie Centre)
29/10/1965	Franche-Comté Actualités (CAT de Besançon, Télé Bourgogne Franche-Comté)
15/11/1965	Bourgogne Actualités (CAT de Dijon, Télé Bourgogne Franche-Comté)
06/01/1966	Télé-Normandie Manche Orne Calvados (CAT de Caen, Télé Paris Normandie Centre)
03/01/1966	Querry Rouergue Actualités (CAT de Toulouse – Emetteur de Labastide du Haut Mont, Télé Toulouse)
13/01/1966	Poitou Charentes Actualités (CAT de Poitiers, Télé Paris Normandie Centre)
10/02/1967	Picardie Actualités (CAT d'Amiens, Télé Lille)



L'accès à l'audiovisuel : un enjeu toujours national,

cf. loi relative à la modernisation de la diffusion audiovisuelle et à la télévision du futur (5/03/2007).



Un cadrage national de la loi 2019 sur l'audiovisuel. Objectifs :

- Taxer les nouveaux SMAD (services de médias audiovisuels à la demande) venus des USA : Netflix, Amazon, Disney
- Soutenir la production audiovisuelle française : taxe de 16% du CA des SMAD
- Soutenir la TV par l'assouplissement Pub TV : géolocalisation, coupures pubs, levée de secteurs interdits.
- Rationaliser l'audiovisuel public : projet de création d'une holding regroupant France Télévisions, Radio France, l'Institut national de l'audiovisuel et France Médias Monde
- Renforcer la régulation : Fusion du CSA et de la Hadopi

https://www.liberation.fr/france/2019/09/03/la-nouvelle-loi-audiovisuelle-fait-les-affaires-de-tf1-et-m6_1749047

Un autre cadrage national : le droit français comme moyen de contrôler les pratiques sur les médias sociaux

<https://www.numerama.com/politique/514782-lutte-contre-la-haine-des-internautes-pourraient-etre-sanctionnes-provisoirement-dans-les-reseaux-sociaux.html>
749047



« Repérer l'identité » de ceux qui propagent la haine sur Internet, le casse-tête du gouvernement Macron

Le calendrier de la future loi contre la haine sur Internet se précise. Dans un discours prononcé mercredi 20 février devant le Conseil représentatif des institutions juives de France (CRIJ), le président de la République Emmanuel Macron a confirmé l'arrivée d'un texte au cours du mois de mai 2019. « Ce que ce texte portera donc... Lire la suite

Pour comprendre la construction des médias et les enjeux politiques, l'histoire des médias est nécessaire. 3 ouvrages synthétiques :



Sur la base des approches historiques, on peut avoir une lecture analytique de l'essor des médias en lien avec le politique. A la suite de De la Haye, B. Miège propose en 1995 (ouvrage I. Pailliant et Hermès 17-18) des modèles d'organisation de l'Espace Public autour de systèmes de médias :

« quatre modèles de communication se sont successivement formés et organisent l'EP contemporain. Certes, des liens se sont noués entre ces quatre modèles, et si les pratiques auxquelles ils donnent lieu ne sont pas fondamentalement contradictoires, ils présentent suffisamment de consistance pour pouvoir être distingués » (Miège, 1995, Hermès, p. 51).

Les 4 modèles :

- Presse d'opinion (vers 1750)
- Presse commerciale de masse (vers 1850)
- Médias audiovisuels de masse (vers 1930-1950)
- relations publiques généralisées (ou communication généralisée) : fin 1970's

Modèles présentés dans les parties suivantes.

■ Discours de Lamartine à la chambre des Députés (21 août 1835)

La presse, à de belles exceptions près, a mal mérité du pays ; elle n'a pas été digne de sa haute et sainte mission, de sa dictature intellectuelle et morale ! Je le confesse et j'en rougis ; le pays vaut mieux que son expression, l'esprit public est plus sain que ses organes. Qui la presse, depuis quatre ans, distille à chaque ligne la haine, la calomnie, l'outrage ; elle suscite l'insurrection et l'anarchie. Je l'ai sentie comme vous. Combien de fois n'en ai-je pas gémi ! Combien de fois n'ai-je pas partagé vos justes indignations ! Combien de fois n'aurais-je pas été tenté de la maudire moi-même, et de lui souhaiter un bâillon de fer, si je ne m'étais souvenu que bâillonner la presse, c'était bâillonner à la fois le mensonge et la vérité, c'était bâillonner l'esprit humain ! Oui, Messieurs, c'est un instrument, un outil de civilisation difficile à comprendre et à manier ; elle vous blesse souvent ; elle est souvent hostile ; inique, quelque fois atroce contre vous ! Rien ne la touche, rien ne l'apaise ; elle renie ses doctrines d'hier pour vous opposer celles d'aujourd'hui ; vous êtes son aliment, il faut qu'elle vous dévore pour vivre ; et cependant il faut la supporter. Les gouvernements libres, difficiles par elle, sont impossibles sans elle ! Il faut la vaincre en la mettant dans son tort, ou la tourner pour soi ; mais la nier, mais la briser, mais l'étouffer, c'est une entreprise insensée, qui retombe sur ceux qui la tentent. Cela mène en arrière, et les nations ne reculent pas pour longtemps.

Cazenave et Ulmann-Mauriat, 1994, 23

Au cours du XXe s., maintien d'une presse écrite se revendiquant d'opinion bien que massifiée et commerciale (presse d'info générale).

Maintien parallèle d'un véritable presse d'opinion, souvent d'opposition voire satirique (*Le Canard Enchaîné*, *Charlie Hebdo*...).

Essor de médias alternatifs, en particulier radio : radios pirates (Radio verte Fessenheim, Lorraine cœur d'acier...).



« si la production, la diffusion et le contrôle de l'information sont au cœur de tous les mouvements sociaux, ils constituent aussi un répertoire d'actions spécifiques. Nous désignerons par le syntagme « mobilisations informationnelles » ou par le néologisme « médiactivisme » les mobilisations sociales progressistes qui orientent leur action collective vers la critique des médias dominants et/ou la mise en œuvre de dispositifs alternatifs de production d'information. (...) Dans l'acception politiquement restrictive que nous en faisons, les mobilisations informationnelles épousent des formes très variées pouvant aller de la critique des médias, comme le font ces groupes de surveillance (watchdogs) qui scrutent le travail des journalistes, à la production par des organisations syndicales ou politiques de médias qui leur sont propres, en passant par toute une gamme de médias alternatifs autonomes, sans oublier les mouvements revendicatifs qui prennent forme au sein même du champ journalistique » (Cardon é Granjon, 2010, p. 7)



Médias d'opinion aujourd'hui :

- Toujours présents, principalement *via* les médias sociaux (Twitter en premier lieu) et le web;
- Encore présents dans les médias audios (podcasts) et sous forme de radios FM associatives, mais de manière marginale
- Quelques journaux encore édités
- Des sous genres de médias dominants (quelques espaces restreints à la TV ou à la radio publique, par ex.).

Une présence plus marquée dans les industries culturelles :

- cinéma documentaire et d'auteur fictionnel
- De nombreuses maisons d'éditions



Ouverture : <https://larevuedesmedias.ina.fr/les-medias-dopinion-un-developpement-durable>

C. Médias commerciaux de masse (depuis 1850)

des racines anciennes, par exemple avec la création de plusieurs publications au XVIIIe s. :
Mercure de France,
Journal des savants,
Etc.



Une presse au coût réduit :
-> action centrale de Emile de Girardin
(1802-1881) :

Journaliste et homme politique fondateur
de journaux bon marché, mais denses :
Journal des connaissances utiles, puis *La
Presse*, quotidien parisien (1836)



-> Multiplication des inserts publicitaires.

1832: fondation de l'agence de presse Havas (aujourd'hui
AFP) par Charles-Louis Havas (1753-1858).



<http://www.advertisingtimes.fr/2013/04/charles-louis-havas-et-le-groupe-havas.html>

1^{er} fév. 1863 : *Le Petit
Journal*, quotidien
populaire à un sou (5 cts),
faits divers et feuillets
centraux.

⇒ le journal devient
produit industriel
⇒ et outil d'éducation
populaire : progrès
scientifiques exaltés



Extrait vidéo :
Havas, Le
Petit Journal
= industrie de
la presse



La presse,
symptôme de
l'éducation des
classes populaires =
les « lisants » ou la
naissance des
publics



La presse magazine, symbole de la presse commerciale de masse :

- Essor progressif tout au long du XXe s., accélération des innovations techniques et du ciblage à partir des années 1960
- Magazines féminins, newsmagazines, presse à « centre d'intérêt » : sport, voyages, culture... Ex. : *Le Chasseur Français* (1885), *Vogue* (1920), *Paris Match* (1949), *Elle* (1945), *L'Express* (1953)...



Aujourd'hui : des formats « magazine » omniprésents, une presse commerciale de masse démultipliée



D. Médias audiovisuels de masse (depuis 1930-1950)

2 juin 1896 : Brevet sur la TSF, télégraphie sans fil, déposé par Guglielmo Marconi (1874-1937)



Années 1900-1910 = essor de la radio-télégraphie ou TSF.
Essor de la radio dans le contexte militaire, commercial (navires) et de la radio-amateur.

A partir des années 1920, essor du média radio :

- KDKA en 1920 aux USA (1^{re} station).
- station de la Tour Eiffel dès 1921 en France

Industrialisation de la radio, sur 2 modèles :

- Services publics forts en Europe (BBC en GB par exemple)
- Radio commerciale aux USA : grands réseaux avec syndication (CBS, NBC, ABC)



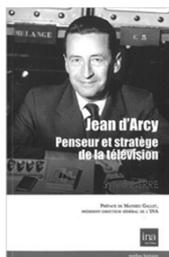
La radio, média déterminant des années 1930-1940 : massification, guerre des ondes et propagandes.

Récepteurs de radio en France, Grande-Bretagne et Allemagne (1927-1939)

	FRANCE	GRANDE-BRETAGNE	ALLEMAGNE
1927	850 000 (estimation)	2 000 000	2 000 000
1932	1 200 000 (estimation)	5 000 000	4 000 000
1937	4 100 000	8 000 000	8 400 000
1939	5 200 000	9 000 000	13 300 000

- Essor de l'TV dans l'après-guerre:
- 12 heures par semaine en 1947,
 - 34 heures en 1953,
 - 46 heures en 1956.

En 1949 naît le journal télévisé. Sous l'impulsion de Jean d'Arcy, directeur des programmes de la RTF de 1952 à 1959, sont créées les premières « grandes émissions » TV



1952 Oranmont (France)



Tableau . Parc des téléviseurs (en milliers), des postes en couleur (%) (ou marché apparent : production - exportation + importation)

1949 : 0,3	1970 : 11 636	(1,9 %)
1952 : 60	1975 : 15 920	(16,7 %)
1955 : 350	1980 : 19 920	(44,6 %)
1960 : 2 400	1985 : 23 935	(73,1 %)
1965 : 7 077	1990 : 30 765	(90,8 %)
1968 : 9 981 (0,3 %)	1995 : 34 720	(93,8 %)



La télévision des années 1950 à 1970 : la RTF et l'ORTF

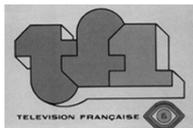
- RTF puis ORTF sont des établissements publics.
- le monopole de diffusion (initialement de production aussi) entre 1944 et 1982.
- Création de la chaîne 2 en 1964 et de la chaîne 3 fin 1972.
- Fin de l'ORTF en 1974



TV au cœur des préoccupations politiques : le Président Georges Pompidou déclare, le 22 septembre 1972, au cours d'une conférence de presse :



Logos des trois chaînes de télévision créées le 1^{er} janvier 1975



1981, alternance politique : loi sur la liberté de la communication audiovisuelle du 29/07/1982 : parallèle symbolique 1881

Fin du monopole, qui se traduit par l'ouverture de la bande FM en radio et la création de canal + en 1984.

Séparation de l'audiovisuel et du pouvoir politique par l'institution d'une instance de régulation (incarnée aux USA par la FCC) : Haute Autorité de la Communication audiovisuelle ou HACA (CSA aujourd'hui et depuis 1989)



Georges Fillioud, ministre de la communication en 1982

- Les radios privées sont d'abord légalisées sous forme associative en 1981.
- Puis la loi du 1er août 1984 renonce à leur imposer la forme associative et autorise l'appel aux ressources publicitaires
- Conséquence : émergence de puissants réseaux de type commercial.

Carbone 14



la radio active



HIT MUSIC ONLY !

Multiplication des chaînes dans les années 1980 :

novembre 1984, Canal Plus, chaîne cryptée sur le modèle de HBO (=Havas puis Vivendi) est lancée.

1985-1986 : créations des 5^e et 6^e chaînes

1987 : Privatisation de TF1 (=Bouygues).

Après les années 1990 et la reconstruction d'un pôle public pour la TV (France Télévision avec F2, F3, F5), développement de la TNT après 2005.



- Vagues de rachats se soldant par la présence accrue des grands groupes « historiques »
 - TF1 (Bouygues) : TF1, TMC, TFX, TF1 séries films, LCI...
 - C+ (Vivendi-Bolloré) : C+, C8, Cstar, Cnews...
 - M6-RTL (Bertelsmann) : M6, W9, 6Ter, Gulli, Paris Première...
 - France Télévisions pour le public : France 1^{re}, 2, 3, 4, 5, Ô, FranceInfo
- + groupes émergents : NRJ (NRJ 12, Chérie 25), NextradioTV (BFM, RMC Story, RMC Découverte) racheté par Altice
- *Idem* pour la radio : Présence des grands groupes de communication (RTL, Lagardère, NRJ, NextradioTV, Radio France)

E. Relations publiques et communication généralisées (fin 1970's)

On pourrait proposer plutôt un 4^e modèle impliquant une communication généralisée avec l'essor des relations publiques en lien avec l'informatisation de la société, qui connaîtrait un essor en 3 temps : essor de la communication fin 1970's, essor du web fin 1990 's et des médias sociaux années 2010's.
=> Médias informatisés (vers 1970-1990)

Modèle reposant sur l'informatique.

Développement en 1^{er} lieu de la micro informatique non connectée.

Par ex., lancement du PC d'IBM en 1981.
3 ans plus tard, Macintosh d'Apple.

Rôle clé de Microsoft dans les deux cas



Puis essor des réseaux numériques. Principales dates/événements :

ARPANET ?

ancêtre d'Internet, développé par l'armée américaine en 1969, pour relier les services entre eux et faire circuler rapidement l'information.

TCP/IP ?

protocoles utilisés pour le transfert des données sur Internet depuis 1983, mis au point par Vinton Cerf et Bob Kahn: TCP (Transmission Control Protocol) et IP (Internet Protocol).

Puis 1990 : Protocole HTTP (HyperText Transfer Protocol) et langage HTML : naissance du world wide web (www)

Et le minitel ?

Date importante dans l'histoire des TIC en France : le rapport Nora-Minc sur l'« informatisation de la société » remis à Valéry Giscard d'Estaing en 1978. 3 objectifs :

- Rattraper le retard de la France dans le développement de l'informatique après les plan calcul 1 (1966-1970) et calcul 2 (1971-1975)
- Réfléchir aux liens possibles entre le développement informatique et la société (ancêtre de la CNIL créé le 6 janvier 1978)
- contexte de crise : relance de l'industrie et résorber le chômage.

Le rapport propose de « miser » sur les nouvelles technologies pour sortir de la crise.

Terme « télématique » inventé : il repose sur l'interpénétration des ordinateurs et des télécommunications.

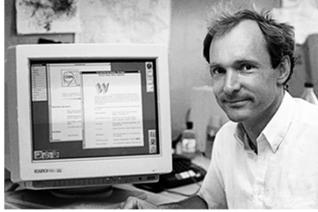


Le minitel va se développer dans les années 80, avec ce que l'on appelle la « e-communication », s'appuyant sur le plan câble => dérives déjà observées, marchandisation du réseau



Octobre 1994 :
fondation du W3C,

World Wide Web
Consortium, par Tim
Berners-Lee = organisme
veillant à la compatibilité
des standards du web, géré
conjointement par des
universités et centres de
recherche américains,
européens et japonais.



Trois lois empiriques

LOI
DE MOORE

A prix constant, fort progrès des capacités techniques
A qualité égale, forte baisse des prix
→ Rapide démocratisation de la technologie
→ Course à l'innovation et prix à la baisse
→ Vision de long terme de la rentabilité



Gordon E. Moore
(cofondateur de la
société Intel)

LOI
DE METCALFE

Croissance exponentielle de la valeur d'un réseau avec
le nombre d'utilisateurs qui l'utilisent
→ Course à la taille
→ Concentration des marchés



Robert Metcalfe :
ingénieur américain,
inventeur d'Ethernet et
fondateur de la société
3Com

LOI
DE REED

Valeur du réseau encore augmentée par la faculté des
utilisateurs à créer des sous-ensembles
→ Création de valeur par la multitude
→ Avènement des contenus créés par les utilisateurs



David Reed : docteur
en sciences de
l'informatique
(création de Visicalc,
le premier tableur
sur PC).

https://www.youtube.com/watch?time_continue=70&v=ancEnkFFMug



La loi de Metcalfe veut donc que la valeur d'un réseau soit proportionnelle au carré du nombre de noeuds qui y sont connectés, soit une progression plus spectaculaire que la loi de Moore. Pourtant, la loi de Reed va encore plus loin.

David Reed¹¹ propose de considérer ceci: les réseaux qui encouragent la construction de groupes communicants créent une valeur qui croît de façon exponentielle avec la taille du réseau et donc beaucoup plus rapidement qu'avec la loi de Metcalfe. Pour comprendre la différence introduite par la loi de Reed la notion clé est: réseaux formateurs de groupes (sociaux) ou RFG. Les RFG auraient bien plus de valeur que les simples réseaux de communication/connectivité façon Metcalfe (téléphone, fax) à cause de l'usage social qu'on en fait.

En reliant des millions de personnes utilisant des millions d'ordinateurs/Internet a apporté quelque chose d'indélicat: la possibilité pour les individus connectés au réseau de former des groupes (communautés virtuelles).

Cet usage social de l'Internet a justifié des estimations de « valeur » allant au-delà du principe de connectivité de Metcalfe. La loi de Reed est considérée comme étant le lien entre la façon de valoriser les réseaux informatiques et/ou de communication et le moyen de valoriser les réseaux sociaux.

Toutefois, Reed avance que la croissance de la valeur est exponentielle (dans le cas de réseau formateur de groupes sociaux)... Voilà qui devient vraiment vertigineux!

Évidemment, ces postulats qui dépassent toutes les bornes connues et admises sont contestés. La formule proposée par Metcalfe - et a fortiori l'exponentielle de Reed - surestiment probablement la valeur réelle des réseaux.

Attention : sur-évaluation de certaines plateformes de RSN avec l'application de la loi de Metcalfe

Facebook Values Itself Based on Metcalfe's Law, But the Market Is Using Zipf's



Anthony Wing Kosner, CONTRIBUTOR
Over 10 years of content and newswriting in print experience. FULL BIO

<http://www.forbes.com/sites/anthonykosner/2012/05/31/facebook-values-itself-based-on-metcalfes-law-but-the-market-is-using-zipfs/#4c50ae62593>

Sur-évaluation chronique des valeurs technologiques, notamment au tournant des années 2000 : éclatement de la bulle internet



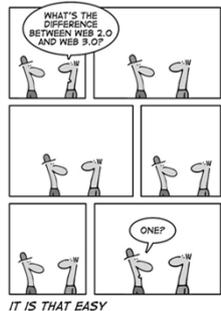
Réseaux sociaux, Web 2.0 = innovations centrales au cœur du modèle d'organisation de l'Espace Public autour des relations publiques généralisées.

Point commun : idéologie collaborative

Ce « web 2.0 » dit « collaboratif » émerge au début des années 2000, après le crash financier autour de l'Internet.

Notion floue, « marketing », popularisée par Tim O'Reilly, éditeur spécialisé, en août 2004.

Voir la partie 1 du cours sur la question de l'extension du domaine médiatique.



« Les expressions consacrées de Web « collaboratif » ou de médias « sociaux » sonnent comme un aveu inconscient de l'intensification de l'exploitation des usagers-consommateurs des industries culturelles. Ces expressions dissimulent mal les contradictions de ce « système étendu » des industries de la culture et de la communication, qui ne peut guère être envisagé comme une somme de filières économiques (isolées ou intégrées), mais qui repose précisément sur des dispositifs d'ingénierie sociale s'immisçant dans une variété inédite d'activités et d'expériences humaines. Ces plateformes exigent la « collaboration » des usagers-consommateurs et ce faisant, donnent pleinement à voir le rôle clé qu'ils occupent dans la production de la culture, et dans sa valorisation au bénéfice d'une minorité de propriétaires. »
(Jacob Matthews, <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2015-1-page-57.htm>)



Avec **Les GAFAM contre l'Internet**, Nikos Smyrniotis entend également lancer un appel à « une réappropriation sociale des technologies ». Lorsque l'on parle du futur d'Internet, tout réside en une question. « Est-ce que l'on reconnaît que ces acteurs ont une responsabilité sociale et politique, oui ou non ? Si oui, alors il faut mettre en œuvre des mécanismes de régulation ». Et nous devons repenser le rôle qu'occupent ces géants. « À l'origine, Internet, l'informatique connectée, étaient pensées comme des services publics. Aujourd'hui ce sont Google et Facebook qui remplissent ces fonctions, sans aucun contrôle démocratique. Je sais que l'idée de service public appliquée à la Silicon Valley peut paraître farfelue et provocatrice mais pas forcément plus que l'idée de Mitterrand en 1982 de nationaliser des banques et des entreprises jugées d'intérêt général ».

Bien entendu, nationaliser Google ou Facebook semble assez peu dans l'air du temps. Pour autant, doit-on abandonner cette idée de service public ? « En général l'idée fait peur parce qu'on imagine tout de suite un scénario à la soviétique. Mais le fait de les considérer comme des services publics n'empêche pas de continuer à innover. On peut aussi imaginer d'autres formes de services publics, comme des sociétés coopératives. L'initiative **BuyTwitter** allait dans ce sens, par exemple. De nombreux utilisateurs ont considéré que Twitter était un média d'intérêt public, mais que l'entreprise était aux pressions du marché et des actionnaires, au lieu de contenter ses utilisateurs. Ils ont donc lancé l'idée d'un Twitter **détenu par ses utilisateurs** ».

<http://nomdezeus.fr/economie/google-et-facebook-devraient-etre-consideres-comme-des-services-publics/>
