

De la vidéosphère à l'hypersphère

Louise Merzeau

► **To cite this version:**

Louise Merzeau. De la vidéosphère à l'hypersphère : Une nouvelle feuille de route. Médium : Transmettre pour Innover, Ed. Babylone, 2007, pp.3-15. halshs-00491049

HAL Id: halshs-00491049

<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00491049>

Submitted on 10 Jun 2010

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

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

Louise MERZEAU

Une nouvelle feuille de route : de la vidéosphère à l'hypersphère

La société contre ses médias

Quels que soient les effets de réception, l'insertion routinière des grands médias dans le quotidien constitue un fait socioculturel désormais enraciné. Mais dans le même temps, se multiplient les discours et les pratiques critiques à l'encontre de ces mêmes médias. Ce mouvement est évidemment lié à l'émergence des nouvelles technologies, qui ouvrent la possibilité de supports alternatifs sans commune mesure avec ce que permettaient les déclinaisons locales, associatives ou communautaires des médias traditionnels. La critique n'est toutefois pas le seul fait d'internautes protestataires et elle s'exerce bien au-delà des nouveaux dispositifs d'information. C'est en fait l'ensemble de la société qui semble se dresser contre ses médias, moins pour les rejeter que pour *dédoubler* ses pratiques de consommation par des pratiques de contestation.

Ces critiques sont formulées depuis des positions diverses : les professionnels des médias eux-mêmes ; les publics s'exposant (ou pas) aux médias ; les acteurs intéressés à se promouvoir par les médias (entreprises, institutions, partis, associations, artistes...) ; et les observateurs, intellectuels et scientifiques, qui produisent un discours sur les médias.

Les motifs, les stratégies et les effets de ces critiques sont également multiples. Des jeunes des cités se disent hostiles aux journalistes pour être producteurs de leur visibilité et provoquer eux-mêmes des événements filmables. Des spectateurs ou des lecteurs détournent les services de médiation destinés à recueillir leurs doléances, pour se faire commentateurs, experts ou sources d'informations contradictoires. Des publications, des émissions et des manifestations déconstruisent le fonctionnement des médias, les logistiques de la communication et les formes du débat public...

Ce sont finalement des enjeux très variés tels que les relations entre les journalistes et leur sources, l'économie des médias, la valeur des symboles qu'ils véhiculent, ou leur fonction sociale qui sont questionnés dans ces discours critiques et les justifications qu'ils suscitent en retour.

La portée médiologique de cette contestation peut être interprétée de deux manières opposées. D'un côté, la critique des médias recouvre une aspiration rampante et probablement très ancienne à *une communication libérée de toute médiation*, où l'on pourrait accéder directement au réel, aux autres et à soi-même. C'est l'idéologie de la transparence et du court-circuit, credo d'une société communicante toujours prompte à jeter l'anathème sur tout ce qui fait délais, différence ou détour. Refus des intermédiaires, des protocoles et des coupures – scéniques ou sémiotiques – qui s'autorise d'une longue tradition épistémologique de disqualification des vecteurs matériels et institutionnels de la pensée. Et qui s'appuie aujourd'hui sur les industries du loisir et de l'information, qui ont tout intérêt à faire croire à l'utilisateur qu'il est acteur, créateur ou décideur, quand il n'est que consommateur. L'apologie du *faites-tout-vous-même* servant ici à dissimuler une *automatisation* croissante des tâches, qui réduit bien plus souvent qu'elle ne libère les choix de l'utilisateur.

D'un autre côté, l'appropriation plus ou moins subversive des dispositifs peut témoigner au contraire d'un réinvestissement technique et symbolique, par les utilisateurs, du pivot de la médiation. La critique des médias manifeste une aptitude nouvelle à *faire jouer les médias les uns contre les autres*. En passant de plus en plus rapidement du blog au JT, du site

institutionnel à la chaîne satellite, et du mail à la réunion publique, les citoyens apprennent à *cadrer et décadrer* les messages.

Même largement pré-formatés par les industries de l'information, les nouveaux usages des outils de communication supposent d'autre part une démystification du « zéro technique ». Entrer dans la machine, résoudre des problèmes de fonctionnement, faire des choix tactiques, partager son expérience avec d'autres praticiens, répondre à des questions, réguler des conflits : c'est en expérimentant ces diverses contraintes que l'utilisateur augmente sa propre *autonomie*. Les procédures d'écriture, de traitement, de stockage et de diffusion font donc l'objet d'une réappropriation, y compris dans leur dimension organisationnelle. News groups, forums, sites personnels, chats, blogs... Nouveaux formats, nouveaux timings, nouveaux relais : bon nombre de ces contournements médiatiques sont des laboratoires où se cherche un *renouvellement de la médiation*. Dans ces espaces, on questionne les agencements matériels, la distribution des prises de parole, la fonction de modération, la validation de l'information, la traçabilité des flux, bref la dimension *politique* des outils. Les nombreux débats suscités par l'e-militantisme ou les systèmes wiki le montrent : l'attention se déplace de plus en plus souvent des contenus vers la *fabrique* du savoir et de l'opinion.

La médiologie ne peut manquer d'enregistrer cette double tendance, de critique et d'appropriation, où les médias se pensent entre eux. D'abord parce que, d'une manière générale, elle s'est donnée pour tâche de décrypter les logistiques de l'esprit. Ensuite parce que, jusque dans ses paradoxes, cette posture a elle-même quelque chose de médiologique. Enfin et surtout parce que la médiologie doit s'interroger sur son propre positionnement par rapport à cette évolution, en se demandant quel rôle elle peut ou doit y jouer.

De la vidéosphère à l'hypersphère

Depuis le début, la médiologie a beaucoup travaillé à repérer les dérives propres à la vidéosphère : effondrement symbolique, confusion de la chose et de la trace, *peopolisation* de la politique, culte du direct télévisuel, disqualification des protocoles collectifs... Les titres des *Cahiers de médiologie* en témoignent : de « La Querelle du spectacle » à « Communiquer / transmettre », en passant par « Anciennes nations, nouveaux réseaux » et « La Confusion des monuments », nos études ont souvent cherché à dénoncer les impostures ou les dangers de la désintermédiation. Faut-il aujourd'hui continuer à se focaliser sur « ce malaise de la transmission » ? Ne court-on pas ainsi le risque de manquer l'enjeu des mutations en cours, voire de faire le jeu de ce qu'on voulait combattre ?

Vue d'ailleurs, la médiologie est souvent perçue comme trop préoccupée par la seule préservation d'une culture – nationale et générationnelle – par principe hostile à la délocalisation des flux mondiaux comme à toute forme d'expression moderne de la démocratie. C'est notamment la critique que nous font nos interlocuteurs anglo-saxons, qui explique en grande partie la très faible pénétration de la médiologie aux États-Unis, où les chercheurs en communication sont plutôt acquis aux projections futuristes et aux nouvelles technologies¹.

Mais c'est aussi la critique formulée au nom d'une « médiologie désoccidentalisée », qui serait capable d'inverser l'opposition *communiquer / transmettre* pour la projeter dans un monde arabe obsédé par ses origines et son identité². En quoi, se demande Sadok Hammami, une pensée préoccupée par la rupture de la filiation peut-elle être utile à une société où

¹ Cf. Stéphane Spoiden, « Les rendez-vous manqués : de la médiologie en Amérique », in Régis Debray et la *médiologie*, CRIN 47, Amsterdam, New York, 2007

² Sadok Hammami, « L'Enfer de la transmission », *Médium* n°11, avril-mai-juin 2007, pp. 62-72.

l'urgence est au contraire de se libérer de la pesanteur de l'histoire et de s'engager dans l'espace-monde ? Objection forte, qui révèle la part d'aveuglement de tout point de vue, et la nécessité de reconnaître que les priorités changent lorsqu'on change de culture et de milieu. Mais ce n'est sans doute pas qu'une question de *point de vue* (de part et d'autre de l'Atlantique ou de la Méditerranée). Plus fondamentalement, la médiologie doit se demander si son message est toujours en prise avec l'état du monde, et si l'urgence aujourd'hui n'est pas de décrypter et d'accompagner le passage de la vidéosphère à l'hypersphère. Si nous admettons que la numérisation et la mise en réseau de la totalité des traces constitue un tournant médiologique majeur, qu'on ne saurait amalgamer avec les changements survenus aux XIX^e et XX^e siècles, il faut en effet s'intéresser de plus près aux écarts que l'hypersphère introduit.

En tout premier lieu, il convient de réévaluer la place du médium télévisuel et de son régime de vérité dans l'industrie du consensus. Si la télévision constitue toujours une médiation centrale, par laquelle transitent tous les systèmes de production du sens, elle n'est plus nécessairement ni la source, ni la destination de tous les circuits de l'opinion. Même si elle propose encore des grilles de programme indexées sur le temps domestique et médiatique, elle n'a plus le monopole de l'*agenda-setting*. Exposée elle-même à de nombreuses interférences, elle doit s'arranger avec d'autres espaces-temps, qui la poussent à se départir de la seule logique d'horodiffusion. De plus en plus serveur et de moins en moins émetteur, elle exerce encore une influence très forte, mais *autrement*, selon d'autres rythmes et par d'autres interfaces.

À cette restructuration du flux télévisuel, correspond une mutation du statut de la preuve. Héritière de la photographie, la télévision avait repris à son compte l'idée d'une saisie directe du monde, où la contiguïté de l'indice valait attestation. De plus en plus segmentée, ciblée et recyclée, la vérité médiatique s'appuie de moins en moins sur cette coïncidence énonciative avec le présent de l'actualité. Ce qui compte davantage aujourd'hui, c'est la plasticité des énoncés, infiniment disponibles, recyclables et rentables.

On l'aura compris : penser l'hypersphère suppose que l'on renonce aux oppositions binaires. Entre la statuaire et le clip, entre le théâtre et la télévision, entre l'État-Nation et le sondage, entre le livre et le *talk show*, il est temps d'admettre qu'il existe aujourd'hui beaucoup d'autres termes. La crise de la graphosphère ne suffit plus à expliquer l'évolution des logiques de l'adhésion dans l'espace et le temps. La multiplication des dispositifs, qui combinent espaces public et privé, temps court et temps long, masses et individus, consommation et production, a considérablement compliqué les « intrigues du neuf et de l'ancien »³ sur lesquelles enquête la médiologie. Plus que sur leur opposition, c'est désormais sur les enchevêtrements entre communiquer et transmettre qu'il faut se pencher. Non seulement parce qu'il faut toujours compter avec les *effets-jogging*, qui contrebalancent la modernité par de l'archaïque. Mais surtout parce que l'hypersphère se définit probablement dans ces chevauchements, ces interférences et ces mixités.

Cela revient à dire qu'entre la transmission et la communication, la médiologie doit redonner sa place à *l'information*, concept-clé de la nouvelle économie des traces parce qu'il est un concept problématique, agrégeant calcul, mémoire, programme et organisation. À l'heure où les réactionnaires « se décomplexent », pendant que les marchands de sondages s'acharnent avec cynisme à « disposer de nos cerveaux »⁴, nous avons besoin d'une *écologie de la*

³ Régis Debray, « Bonjour l'hypersphère », *Médium* n°4, juillet-août-septembre 2005, p. 6.

⁴ Déclaration de Patrick Le Lay, PDG de la chaîne TF1 en 2004 : « Pour qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont pour vocation de le rendre

culture, et non d'une morale opposant l'élitisme d'hier au show-biz d'aujourd'hui. Il est plus que jamais déterminant d'aller chercher dans les nouvelles formes de médiation les indices d'un raccordement possible entre le niveau *inter* et le niveau *méta*. Car l'hypersphère n'affecte pas que la surface communicationnelle (éphémère et vaine) des réseaux : elle produit aussi de la mémoire, de l'ordre et de l'anticipation. À nous de savoir le discerner, et de dire ce que l'on veut en faire.

Penser l'hybridation

En hypersphère, objets, croyances et temporalité sont appelés à *s'hybrider*, parce que l'ordinateur est une machine d'intégration et de traitement. Le numérique ne convertit pas seulement toutes les données dans un même code et sur un même écran. Il ouvre de nouveaux espaces-temps propices à des alliages logistiques et cognitifs inédits. Comme le rappelle Paul Soriano, toutes les composantes du système médiatique se prêtent à cette hybridation : « les médias eux-mêmes (presse et TV sur Internet), leurs formats et leurs supports, les entreprises qui les produisent (groupes multimédias), leurs modèles économiques et leurs dispositifs commerciaux (abonnements mixtes), la publicité qu'ils diffusent »⁵, les genres qu'ils véhiculent (docu-fiction, publi-reportage) ainsi que leurs usages. Ces multiples croisements produisent des logiques paradoxales, dans lesquelles il faut reconnaître non des états transitoires, mais les nouveaux équilibres techniques et symboliques de l'hypersphère.

La première de ces contradictions touche à la double exigence de *normalisation* et de *personnalisation* de l'information. L'industrialisation de la culture et l'intensification des échanges augmentent le besoin de standards technologiques et de conventions destinées à garantir l'interopérabilité. En amont de toute diffusion, l'information doit être découpée, structurée et encodée selon des protocoles de plus en plus élaborés. La normalisation des documents est ainsi devenue l'un des principaux enjeux de la seconde révolution numérique. Enjeu à la fois industriel et politique. Guerre des monopoles, négociations dans les instances de normalisation, constructions des ontologies⁶, concurrence entre formats propriétaires et *open source* : la question des standards n'est pas qu'une question technique. Les normes affectent en effet directement le capital symbolique à transmettre, dans la mesure où elles définissent des conditions d'écriture et de lecture. Qu'elles concernent le codage, la compression, le transfert, l'affichage ou l'indexation des données, elles ne régularisent pas seulement des pratiques existantes. Elles modélisent les usages à venir.

Or ces usages évoluent précisément selon une logique inverse de personnalisation. D'une part, l'économie de marché pousse à une segmentation toujours plus fine des cibles pour créer de nouveaux besoins (une information pour les 15-20 ans, une pour les seniors, une pour les sportifs, une pour les homosexuels, etc.). D'autre part, l'appropriation croissante des dispositifs affine les comportements informationnels, qui se singularisent et se diversifient (plus on est familier avec l'outil, plus on entretient avec lui une relation originale).

Des exigences de diffusion massive, l'innovation se déplace donc vers la *plasticité* de l'information. Malléable, individuelle, temporaire, « intelligente » et stratégique : l'information doit être *sur mesure*. Depuis la sélection de ses éléments constitutifs jusqu'aux

disponible : c'est-à-dire de le divertir, de le détendre pour le préparer entre deux messages. Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible ».

⁵ Paul Soriano, « Les Nouvelles hybrides », *Médium* n°10, 2007, p. 15.

⁶ Les ontologies modélisent les connaissances nécessaires à la description et au traitement d'un ensemble de ressources. On y représente les valeurs que l'on peut donner aux métadonnées et l'interprétation que les systèmes peuvent en faire, c'est-à-dire les concepts d'un domaine, les relations qu'ils entretiennent et la sémantique de ces relations, mais aussi les règles de raisonnement qui leur sont applicables.

paramètres d'affichage, le document ne précède plus la requête, il en procède. La pertinence devient le critère prédominant de toute publication. Ainsi dans les technologies *push*, où le système informatique pousse les informations vers l'utilisateur en fonction de son profil, en combinant le principe de l'abonnement avec l'usage d'agents intelligents. Les Fils RSS permettent quant à eux de récupérer dynamiquement sur son ordinateur ou sur sa propre plateforme de publication le contenu d'un ou de plusieurs flux distants. Avec le Podcasting enfin, l'internaute peut individualiser la programmation, en créant des listes de lecture pour automatiser le téléchargement de ses programmes préférés.

Pour tous ces outils de diffusion ciblée, la mise au point de standards ne vise donc plus à l'uniformisation des usages, mais au contraire à la modélisation d'une multitude de situations qu'utilisateurs et prestataires doivent apprendre à anticiper.

Un autre paradoxe constitutif de l'hypersphère consiste dans *l'hybridation du stock et du flux*. Indexée sur le temps, la valeur des informations se périmé : une nouvelle chasse l'autre et tous les contenus subissent la même injonction de mise à jour. En même temps, le numérique favorise un développement sans précédent des mémoires externes. Derrière la volatilité des communications, l'informatisation entraîne une multiplication exponentielle des traces et des couches internes de l'information. En fait, c'est parce qu'elles sont instables et délocalisées que les données électroniques doivent se doubler de métadonnées, c'est-à-dire d'une *information sur l'information*. Signalement, structure, indexation ou classement : tout ce qui relevait d'un travail de documentation après-coup remonte maintenant en amont de la production. Les mots-clés sont fournis avec le texte, les données de prise de vue avec l'image, le making of avec le film, les références du disque avec le morceau de musique, etc. Ainsi auto-référencé, chaque document peut non seulement circuler plus facilement sur les réseaux, mais aussi servir lui-même d'index pour pointer vers d'autres documents.

La portée d'une telle évolution sur la culture est considérable, notamment parce qu'elle favorise l'émergence d'un nouveau *rapport à l'information*. La banalisation des savoir faire touchant à la recherche, à l'identification, au filtrage et au référencement des documents éloigne la réception du modèle de consommation qui dominait en vidéosphère.

La remontée du stock dans le flux ouvre en fait de nouveaux espacements, où pourraient s'élaborer des formes inédites d'espace public. La plasticité de l'information favorise son *recyclage*. Celui-ci a bien sûr pour premier objectif de rentabiliser les stocks. Mais il autorise aussi une *mise en perspective des traces*, que ne permettait pas la vidéosphère. La rediffusion des programmes de flux – par les producteurs, mais aussi par les récepteurs qui les mettent en ligne sur des sites de partage ou des blogs – est de nature à modifier la distance avec laquelle les messages sont traités. Pendant la campagne pour l'élection présidentielle en France, les internautes ont ainsi pu accéder à toutes sortes d'interviews, meetings et débats *en intégral et en différé*, quand la télévision ne leur offrait qu'un passage fugace de chaque information. Relayées par des sites institutionnels comme celui de l'INA ou par ceux des différents candidats, ces compilations d'archives « décollent » la fabrication des opinions du seul temps court de l'actualité.

Il est trop tôt pour dire si ces recyclages sont porteurs d'un retour de l'histoire dans le temps des médias. On peut néanmoins supposer qu'ils affecteront le régime de croyance de la vidéosphère. En ce sens, ils renforceront les effets d'une *autre forme d'hybridation : celle que produit la numérisation des images*. À la fois code et indice, capture et traitement, preuve et projection, les images numériques inaugurent un rapport au monde très différent de celui auquel la photographie nous avait habitués. Simultanément moins crédibles et plus trompeuses, elles tendent à réformer l'accès à la vérité, autour d'un modèle qui pourrait être

celui de la simulation. Ni présence, ni représentation, mais image-information, qui donne à voir des états virtuels du réel. Autrement dit, encore une forme d'écart inédit entre la chose et le signe, qui peut aussi avoir une portée politique.

Une part importante des mutations qu'on a évoquées ne s'exerce aujourd'hui que faiblement. Aux yeux du politologue, l'impact d'internet sur la maturation des opinions majoritaires est par exemple encore très relatif. On n'oubliera pas non plus que les dispositifs porteurs de ces mutations ne sont pas uniformément répartis ni dans la société, ni sur la planète. Mais la tâche du médiologue n'est pas de mesurer de façon déterministe l'effet de tel ou tel médium à un moment *T*. Elle est de chercher à repérer des mouvements de fonds, qui ajustent sur le temps long les plaques tectoniques de la technique et du symbolique. Même encore minoritaires, il est donc utile de mettre en évidence certaines logiques, dans la mesure où elles nourrissent des équilibres en train de se stabiliser, plutôt que des ruptures. Ne serait-ce que pour aider au développement durable d'une culture, contre les effets d'annonce et les renoncements, contre les doutes et les démagogies.

[19827]

Louise MERZEAU

www.merzeau.net

- Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris X Nanterre
- Chercheur au laboratoire CNRS « Communication et Politique »
- Membre du Centre de recherche en information spécialisée de Paris X
- Corédactrice en chef des *Cahiers de médiologie* de 1998 à 2004, membre du comité de rédaction de *Médium* depuis 2004
- Collaboratrice de Régis Debray pour la mise en page et l'iconographie de plusieurs de ses ouvrages
- Co-organisatrice avec Thomas Weber du colloque international *Mémoire et Médias* à la Maison Heinrich Heine à Paris en 1998
- Auteur de nombreux articles sur la photographie, l'image numérique, les rapports entre mémoire et information, la médiologie...
- Photographe