

PRÉSENTATION

Patrice FLICHY
Frédéric MOATTY

Réseaux a consacré plusieurs dossiers à l'étude de l'usage des TIC dans différentes situations sociales : familles, PME, organismes financiers. Il ne s'agit pas, dans cette nouvelle livraison, d'observer une autre sphère d'usage, mais de réunir des contributions qui se sont intéressées aux nouveaux modes de médiation associés à ces technologies, aux interventions actives des utilisateurs ou des intermédiaires. Ce faisant, les papiers présentés ici renouvellent les analyses sur la construction sociale des marchés à partir de combinaisons où les pratiques antérieures des acteurs sont non seulement amplifiées ou approfondies, mais aussi évoluent, se diversifient et s'hybrident dans le cadre des innovations rendues possibles par des appropriations spécifiques des nouvelles technologies. De ce point de vue, la coupure entre producteurs et consommateurs, ou entre conception et production, est remise en cause, tandis que le rôle joué par les intermédiaires apparaît comme potentiellement structurant. Cette hybridation qui constitue une caractéristique des TIC ne se fait pas seulement entre producteur et consommateur, mais aussi entre les différents outils mis à la disposition de l'utilisateur.

Ce numéro est issu de l'organisation en janvier 2004, à l'Université de Marne-la-Vallée, sous l'égide du GDR TIC & société, de journées *doctoriales*. Ce symposium a regroupé de jeunes chercheurs venus de différentes disciplines, mais ayant en commun une prise en compte dans leur

problématique des nouvelles technologies. Si ces *doctoriales* ont constitué une incontestable réussite et si la revue s'est toujours donné comme objectif de publier régulièrement de jeunes auteurs, le lecteur comprendra cependant que nous ayons dû procéder à une forte sélection, du fait des contraintes de pagination. On trouvera en fin de volume le résumé des textes qui n'y figurent pas, mais qui sont accessibles en ligne.

La musique constitue un très bon exemple des nouveaux dispositifs de médiation qui sont apparus avec l'internet. On y trouve en effet aussi bien des échanges entre usagers, (*peer to peer*) que des nouvelles formes de programmation musicale (webradio). Un débat public s'est récemment engagé sur le *peer to peer* qu'on accuse de contrevenir aux règles du droit d'auteur et, plus largement, de mettre en péril l'industrie du disque. Le mérite de l'article de Marc Bourreau et de Benjamin Labarthe-Piol est de replacer ce débat dans l'histoire de l'industrie du disque. Au cours du XX^e siècle, cette industrie a été confrontée plusieurs fois à des crises majeures suite à l'arrivée d'une nouvelle technologie (radio, microsillon, cassette audio). Ces crises ont souvent été associées à plusieurs bouleversements, l'émergence de technologies plus performantes permettant une durée ou une qualité du support plus grande, celle de nouveaux courants musicaux, et une modification des structures industrielles (nouveaux acteurs, remise en cause de l'oligopole précédent). Les difficultés actuelles ne sont donc pas le simple résultat d'un non-paiement de l'écoute musicale, mais correspondent à une crise profonde, analogue aux précédentes, mais encore plus forte. Il ne s'agit pas seulement de l'arrivée d'un nouveau support numérique, mais aussi d'une remise en cause radicale de la distribution et de la promotion de la musique, activités qui auparavant constituaient la base de la domination des majors. Le *peer to peer* apparaît donc comme le révélateur d'une crise fondamentale de l'industrie de la musique.

Les webradios proposent une autre innovation dans le monde de la musique sur l'internet. Là aussi, la question du rapport entre marchand et non marchand se pose. Mais l'action culturelle des promoteurs est ici essentielle. Il ne s'agit plus seulement de rendre accessible aux autres la musique que l'on possède, mais de promouvoir certains artistes, certains courants musicaux qui sont ordinairement mal positionnés sur les antennes classiques. La question est alors de savoir si ces innovations non marchandes peuvent survivre et quelle complémentarité elles peuvent construire avec les acteurs marchands. Là encore, l'histoire peut nous aider à comprendre ces processus.

Lors de la naissance de la radio aux Etats-Unis dans les années 1920, ou plus récemment en France pendant le mouvement des radios libres, on a vu des projets non commerciaux qui ont réussi à se structurer sous cette forme, alors que d'autres radios sont rapidement devenues commerciales, l'impératif de rentabilité s'est alors immédiatement imposé. Certains innovateurs ont acquis dans les premières expériences une compétence qu'ils ont pu vendre sur le marché du travail. D'autres se sont petit à petit intégrés à l'entreprise mécène qui les avait aidés au démarrage, ils ont assuré pour elle une mission de développement expérimental. Les webradios d'aujourd'hui constituent ainsi un lieu d'apprentissage individuel et collectif de la diffusion de la musique numérique.

Dans le domaine culturel, l'internet n'est pas seulement un nouveau support de diffusion de masse, mais aussi une technologie qui permet de modifier les rapports entre les artistes et le public. Ceci apparaît très nettement dans le Net art étudié par Jean-Paul Fourmentraux. Dans ce cas, le spectateur n'est plus confronté à un objet matériel, mais à un « objet informationnel », avec lequel il dialogue à distance. L'œuvre est ainsi exposée à travers un processus immatériel, elle se diffuse à travers des modalités nouvelles. Mais l'artiste se trouve dans une situation où il ignore tout de son public. Non seulement il ne sait plus qui il est, mais aussi comment il s'approprie son œuvre. Il est alors amené à mettre en place différentes stratégies pour compter ce public, l'impliquer, le fidéliser. Il peut tenter d'établir une relation personnalisée avec les visiteurs virtuels, les amener à participer à des événements numériques, à faire partie de collectifs virtuels en temps réel au sein desquels des événements artistiques se dérouleront ou, plus simplement, il peut créer une mailing-list à destination de son public. Dans ce cas, le web n'est plus seulement un lieu de navigation hasardeuse, mais le support de nouveaux rituels numériques. Le Net art renouvelle donc la relation auteur/œuvre/public. Si le public construit son mode de réception de l'œuvre, l'artiste peut de son côté le guider et en définitive co-construire la réception.

Mais la question de la médiation sur l'internet ne se pose pas que dans le domaine artistique et culturel. Dans de nombreuses activités économiques, l'activité de médiation est assurée par des agents particuliers. L'analyse du rôle joué par ces infomédiateurs dans la coordination entre l'offre et la demande constitue l'un des points essentiels pour comprendre le rôle des TIC dans la transformation des marchés. Ce rôle a le plus souvent été

analysé dans le cas de marchés de biens (vente ou achats en ligne, enchères électroniques...). L'originalité de l'article de Kevin Mellet, intitulé « L'internet et le marché du travail », est d'enrichir notablement l'analyse grâce à l'étude, théorique et empirique, de la migration du marché du travail vers l'internet. Au-delà de la question classique des prix, ici des salaires, se pose la question des incertitudes portant sur la description de la qualité des biens et des personnes, alors que celles-ci interviennent interactivement dans la définition même de ces qualités, par exemple en déterminant les critères de leurs recherches sur l'internet. L'accent est mis sur le rôle des intermédiaires du marché du travail qui s'occupent des offres et des demandes d'emploi à l'aide d'outils comme des bases de données ou des moteurs de recherche, mais aussi à travers le cadrage des interactions, le filtrage et le formatage des annonces. La nature du travail opéré par ces intermédiaires, tant auprès des offreurs que des demandeurs d'emploi, fait émerger, non pas une, mais plusieurs représentations cohérentes du marché du travail. Selon que, grâce aux technologies, les rencontres entre le candidat et les annonces seront planifiées ou négociées et que l'accent sera mis sur l'homogénéisation des qualités des personnes ou sur leur singularisation, l'objectif pourra être de mettre en concurrence sur le marché, de rendre le marché transparent, ou encore d'identifier des compétences, parfois en émergence.

La question de la propriété intellectuelle qui sera au cœur des discussions sur la musique en ligne est également un sujet essentiel de débat pour l'industrie informatique. Initialement cantonnées aux « licences propriétaires » classiques, les licences informatiques se sont récemment enrichies de « licences libres », c'est-à-dire de licences incluant la liberté d'utiliser un logiciel, d'accéder à son code source et d'en distribuer des copies. De plus, des licences hybrides faisant transition entre ces deux modèles se sont développées¹. Comment expliquer ce phénomène récent de diversification rapide des licences informatiques ? La contribution de Laure Muselli, dans son article intitulé « La licence informatique : un outil stratégique puissant pour les éditeurs de logiciels ? » permet de mettre en relation cette diversification récente avec les stratégies des éditeurs. Dans un contexte concurrentiel, ces stratégies doivent évoluer rapidement. Au-delà de stratégies génériques de contrôle ou d'ouverture dans un contexte de compétition technologique, l'auteure identifie quatre stratégies possibles : la

1. Pour une typologie des logiciels libres voir Jacques Crémer et Alexandre Gaudoul « Quelques éléments d'économie des logiciels libres », *Réseaux* 2004, n° 124.

valorisation patrimoniale, le contrôle des firmes concurrentes, la création de coopérations qui sont des sources d'économies de recherche et développement et la diffusion en vue d'établissement de standard. Ces stratégies n'étant pas exclusives les unes des autres, elles peuvent être conduites conjointement.

L'accent peut être mis sur une ou plusieurs d'entre elles, en liaison avec les phases de développement de l'entreprise et de diffusion de ses produits, mais aussi en fonction de l'état des marchés et des pressions des utilisateurs. Ces processus de rétroactions rapides entre l'entreprise et son marché et de combinaisons permettant de concilier dans le temps des stratégies apparemment contradictoires de contrôle et d'ouverture, sont examinés grâce à l'étude de deux cas types, la librairie Qt de TrollTech et le langage Java de Sun Microsystems.

Si la question de l'utilisateur est présente dans plusieurs des articles de ce numéro qui étudie les modes de médiation entre les producteurs et les consommateurs, le texte de Caroline Datchary apporte quant à lui un éclairage nouveau. Il part de l'utilisateur et montre comment ces nouvelles technologies s'inscrivent dans un nouveau rapport de l'individu au travail. Les TIC renforcent l'une des caractéristiques du travail contemporain, le salarié devant gérer simultanément plusieurs activités. Il doit lui-même arbitrer de manière constante les différentes tâches qu'il doit assurer. Il doit s'adapter en permanence à des situations inattendues, d'où cette impression de dispersion. L'auteure qui nous propose ici un éloge de cette dispersion, s'emploie à en donner une définition positive. Dans cette optique, ce n'est pas un comportement inapproprié d'un salarié trop sollicité qui relâche son attention, mais au contraire un signe de la capacité d'adaptation, de l'agilité temporelle d'individus qui doivent constamment suspendre des activités déjà engagées pour réagir à de nouvelles sollicitations. Pendant qu'il effectue une tâche, l'individu doit conserver une attention périphérique et se montrer capable de sélectionner certains stimuli mais aussi d'être inattentif à d'autres. L'organisation des bureaux en *open-space* est bien adaptée à ce mode de travail, tout comme l'utilisation intense des TIC. Mais, parfois, le salarié ne réussit plus à arbitrer entre des injonctions contradictoires et, à force de courir au plus pressé, il ne sait plus où il va. La dispersion n'est alors plus maîtrisée, les salariés improvisant en permanence, les TIC ne les aidant plus, mais renforçant l'éparpillement de l'action.