

CE QUE NOS TECHNOLOGIES RÉVÈLENT DE NOTRE SOCIÉTÉ (ET RÉCIPROQUEMENT)

LE 7 JUIN 2010 CAROLINE GOULARD

De la société ou de la technologie, laquelle influence l'autre? Telle est la vaste question à laquelle le sociologue Stéphane Hugon a tenté de répondre. Retour sur cette passionnante leçon.

Stéphane Hugon est sociologue à l'Université Descartes-Sorbonne et à Eranos, une société d'études qualitatives spécialisée les imaginaires sociaux contemporains. Vendredi 4 juin, il animait une conférence au WIF sur les mutations des univers sociaux et technologiques. Une heure de passionnante plongée dans l'inconscient collectif de nos outils techniques. Une fascinante réflexion sur ce que la technologie nous dit de notre société et ce que notre société induit pour nos technologies.

Vendredi matin, Stephan Hugon nous a raconté l'éternelle histoire de la poule et de l'œuf : **qui apparaît en premier de l'innovation sociétale ou de l'innovation technologique ?**

Nos ancêtres se sont-ils mis à construire des cathédrales gothiques parce qu'ils avaient découvert comment construire des monuments d'une hauteur majestueuse ? Ou bien ont-ils bâtis d'imposantes nefs parce que leur imagerie mystique et théologique avait changé ?

Comment faut-il interpréter le passage, dans les années 60, des massifs transistors de salon, devant lesquels toute la famille se regroupait, aux petites radios individuelles et portables ? Une simple conséquence de la miniaturisation des composants technologiques ? Ou bien un effet dérivé de l'esprit de subversion de la fin des années 60 ? Car, la fin des transistors de salons coïncide avec l'invention de la jeunesse, d'une génération qui a essayé de se soustraire au regard et aux goûts musicaux de ses aînés, et qui avait besoin de nouvelles technologies pour cristalliser ses aspirations.

Plus proche de nous, **l'avènement du web 2.0 ne dépendait-il que des nouvelles interfaces qui ont permis à chacun de créer et échanger sans coder ?** L'horizontalité promue par le web 2.0 ne découlait-elle pas aussi d'une **transformation plus générale des structures de pouvoir** (déclin de la figure du père, perte de recevabilité de la parole du prof ou policier) ?

Autrement dit, est-ce la technique qui détermine le social ? Ou est-ce le social qui détermine la technique ? C'est un puits de réflexion sans fin. Mais qui a des implications très concrètes pour tous les designers, entrepreneurs, et concepteurs de nouveaux produits. Car lorsqu'il s'agit de lancer un nouvel objet, un nouveau site, une nouvelle application ou un nouveau service, se pose forcément la question : « va-t-il être utilisé ? ».

Du mythe de l'offre créatrice du marché au consommateur tout puissant

La question « *les consommateurs vont-ils se saisir de mon produit ?* » est finalement assez récente. A la sortie de la Seconde Guerre Mondiale nous manquions de tout, il n'y avait pas profusion d'offres pour répondre à nos besoins, il suffisait à une entreprise de lancer un produit pour qu'il trouve son public, et la moindre percée technologique relançait le marché.

A l'ère du marketing de l'offre, la technologie détenait un certain aplomb sur les usages. Les usagers, plutôt dociles, étudiaient le guide d'emploi du nouveau magnétoscope ou du nouveau caméscope avant de les mettre en marche : la technologie valait le coup que nous apprenions à nous en servir.

Aujourd'hui, nos besoins matériels sont majoritairement satisfaits, l'innovation technologique est un processus continu et l'offre s'est tellement démultipliée qu'elle n'est plus assurée de rencontrer un public. D'ailleurs, nous ne lisons plus les manuels de nos ordinateurs et smartphones, la technologie se doit d'être intuitive pour avoir une chance de séduire, elle ne dicte plus les usages.

« Avant de penser technique, il faut penser social »

Dans un contexte où l'utilisateur fuit si en deux clics il n'est pas satisfait d'un site, la question des usages et du social devient problématique. Il est désormais impossible de ne plus les prendre en compte au moment d'inventer de nouvelles technologies et de nouveaux produits.

Stephane Hugon nous propose alors de **redéfinir l'innovation pour mieux prendre en compte ces nouveaux enjeux**. L'innovation serait pour lui « *la capacité d'un objet à se laisser approprier par un ensemble de personnes qui vont l'utiliser* ».

Stephane Hugon admet bien sûr que les technologies disponibles structurent la manière dont le public se les approprie, que les mutations sociales et technologiques vont de pair et interagissent. Il souhaite cependant mettre l'accent sur les univers sociaux et les imaginaires psychologiques qui vont, à un moment donné, cristalliser avec les technologies disponibles, pour permettre l'émergence de nouveaux marchés, de nouveaux produits ou de nouveaux usages. Son conseil : **avant de mettre au point de nouvelles techniques, il faut commencer par regarder la société**.

Une injonction d'autant plus pressante que, pour Stephane Hugon, notre imaginaire social est en pleine mutation, et que ces bouleversements ne sont pas sans effet sur la façon dont les nouvelles générations s'approprient les objets technologiques.



5 angles d'étude des mutations sociales et technologiques

Le sociologue nous a décrit une transformation radicale et profonde des représentations et des attitudes à travers 5 prismes : qui sont les usagers ? Quelles sont leurs voies d'expression identitaire ? Quelles sont leurs valeurs clés ? Quel est l'environnement technique pertinent et légitime pour leur société ? Quelle est l'esthétique sociale qui se déploie dans cette société, c'est à dire quels sont les codes qui font que les gens se comprennent et se sentent appartenir à une même communauté ?

QUI SONT LES USAGERS ?

Depuis les années 90, l'utilisateur était considéré comme un individu rationnel, doté de valeur d'autonomie, d'indépendance, d'utilitarisme. Il répondait à la figure de l'adulte.

Aujourd'hui, l'individu rationnel n'est plus au premier plan. La figure de l'adulte s'estompée face à des références plus turbulentes ou plus féminines. « *Dans le cinéma américain, on est passé de Rambo à Harry Potter* » relève Stephane Hugon. **Les utilisateurs se reconnaissent désormais dans des idéaux communautaires**, ils s'organisent selon un mode relationnel, ils n'existent plus seuls.

La technologie d'aujourd'hui doit donc se faire vecteur d'imitation, de fusion, elle doit porter des espaces dans lesquels la subjectivité s'expérimente par et avec autrui. Quel que soit le modèle de votre téléphone portable, ce qui importe c'est qu'il vous permette de rester proche de ceux que vous aimez, par exemple. D'après **Remy Bourgainel**, président du jury

de la **web-jam du Wif**, il fallait voir là tout le sens du sujet sur lequel on planché les équipes de web-designer pendant 48 heures : “Je pense à toi”.

QUELLES SONT LEURS VOIES D'EXPRESSIONS IDENTITAIRES ?

Jusqu'à récemment, l'authenticité relevait de l'injonction morale: il fallait assumer son identité. Notre culture nous assignait à notre origine biologique et sociale.

Cette sédentarité identitaire est aujourd'hui remise en cause. Nous assistons à une fragmentation des formes subjectives, l'identité devient nomade. Les technologies jouent désormais un rôle de révélateur de notre multiplicité identitaire. Cela se traduit par l'usage de plus en plus courant de pseudos, d'avatars, sur Internet ; mais aussi par le passage du téléphone portable à l'internet mobile. Le portable fixe nos différentes identités dans un seul objet : nous y recevons des appels de notre famille, de nos amis, de nos collègues. Il produit des effets d'assignation identitaire, à la différence du web, qui permet de jouer avec différents masques simultanément, qui autorise le vagabondage identitaire.

QUELLES SONT LES VALEURS CLÉ ?

L'idéal de maîtrise et de domination – de soi, des autres, du temps, de la nature – a alimenté nos valeurs occidentales depuis le 18^e siècle et a déterminé nos postures de consommateur. Actuellement, **de nouvelles valeurs percent** cet imaginaire de domestication : **le lâché-prise, la fluidité, l'animisme, la fusion.**

Le rapport aux objets s'est transformé. Là où nous célébrerions les instruments dotés de qualités fonctionnalistes et utilitaristes, nous attendons désormais des objets agissant, se configurant eux-même, et parfois même, prenant des décisions à notre place.

QUEL EST L'ENVIRONNEMENT TECHNOLOGIQUE PERTINENT ET LÉGITIME ?

Nous sommes passés du culte de l'index à celui du pouce. L'index montre, il sert à dire le droit, à se distancer par rapport à l'autre, il s'assimile au bâton de pouvoir. Le pouce induit à rapport différent à l'objet, il va mettre fin à notre culture de la télécommande pour pousser des valeurs plus ludiques, des valeurs de fluidité et de proximité.

Les objets existent désormais dans la promesse d'un rapport à autrui, ils deviennent relationnels. Ils ne servent plus à rien sur le plan fonctionnel mais deviennent nécessaires sur le plan social et acquièrent des fonctions totémiques ou magiques, comme des parures. Les cadeaux virtuels échangés sur Facebook, les badges sur Foursquare en sont de bons exemples.

QUELLE EST L'ESTHÉTIQUE SOCIALE ?

Nous sortons progressivement du mythe du progrès, du culte de l'activisme pour aller vers des valeurs plus collaboratives et communautaires. La culture martiale de la réforme de soi-même perd de sa pertinence, les habitudes managériales des entreprises changent aussi avec l'apparition de concepts tels que le bottom-up ou le management par projets.

Quand hier la technique devait nous permettre d'augmenter notre distance par rapport au monde et par rapport aux autres, elle doit aujourd'hui véhiculer un esprit « wiki » et « mashup ».

Face à la démultiplication du savoir disponible et accessible sur Internet, nous ne connaissons plus jamais la page blanche, nous ne partons plus de rien, nous ne serons plus jamais « le premier à ». **La surcharge informationnelle nous oblige à travailler à plusieurs**, à remixer ce qui a déjà été fait. La génération des digital natives, génération du spam, est en quête de pertinence et non d'exhaustivité, elle est habituée à rechercher la différence entre deux versions d'une même information, et non plus l'information en elle-même.

Bien sûr Stephane Hugon n'a fait que dresser deux idéaux-type. Dans la réalité, les modèles cohabitent et glissent progressivement de l'un vers l'autre.

La brillante leçon de Stephan Hugon invite néanmoins tout entrepreneur à ne pas seulement

étudier le marché, les besoins et les usages, mais aussi les valeurs ainsi que les imaginaires sociaux.

Illustration CC Flickr par **m-c et Cristiano de Jesus**

NOIPROX

le 7 juin 2010 - 11:58 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Excellent article!

Je bossais sur un thème similaire mais plus axé sur l'aspect publicitaire pour mon mémoire et je me posais les mêmes questions! Maintenant, j'ai de nouveaux éléments de réponse :)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

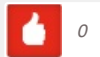
JEAN

le 14 juin 2010 - 8:31 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Faire des prédictions est tjrs difficile mais j'ai bcp apprécié l'introduction de cette notre, qui n'est pas sans rappeler Régis Debray et la médiologie, à laquelle j'ai consacré une note : <http://nekid.fr/2010/02/11/la-veille-de-ne-kid-la-mediologie-il-etait-une-fois-la-greve-le-jeu-de-societe-augmente/>

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

ELECTRIC ANT

le 9 décembre 2010 - 21:03 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



J'ai terminé la lecture de cet article qui m'a laissé sceptique.

"Vendredi matin, Stephan Hugon nous a raconté l'éternelle histoire de la poule et de l'œuf : qui apparaît en premier de l'innovation sociétale ou de l'innovation technologique ?"

Passons sur l'interrogation scientifique éculée qui sert d'introduction: le trop tristement commenté qui de l'œuf ou de la poule est arrivé en premier. La question a déjà été battue et rebattue jusqu'à cette année: c'est la poule qui précède l'œuf.

"Son conseil : avant de mettre au point de nouvelles techniques, il faut commencer par regarder la société".

Contrairement aux idées reçues véhiculées par cet article: non, Internet, le chat et les réseaux sociaux ne participent pas à l'élaboration d'un vaste réseau social au centre duquel se trouve l'individu regroupé en une vaste communauté. Internet est davantage un moyen d'éloigner les individus des réalités sociales. Pour preuve, téléphoner, chatter ou envoyer des e-mails, c'est le même processus: c'est juste conçu pour gagner du temps et/ou éviter de rencontrer l'autre.

Avoir 30000 amis sur Facebook ou Twitter, c'est la garantie de n'en connaître personnellement aucun et de n'avoir personne sur qui compter en cas de problèmes. Au téléphone comme sur Internet, chacun communique mais reste isolé devant son appareil, il n'y a donc pas de discussion en face à face ce qui constitue quand même le B.A.B.A de la conversation.

Paradoxe inquiétant que celui de la postmodernité: un échange de conversation entre deux internautes fantômes. Je peux ainsi chatter avec mon collègue à Tokyo et tout connaître de sa vie professionnelle sans jamais l'avoir rencontré personnellement. La communication qu'introduit Internet ne rime donc pas avec progrès dans le domaine des relations humaines. Nous sommes dans une ère durant laquelle on ne s'est jamais aussi peu rencontré en partie à cause des nouveaux moyens de communication.

A l'origine, Internet a été conçu dans un soucis de surveillance des opposants aux Etats-Unis et non pour élaborer des réseaux sociaux et partager son point de vue.

"l'avènement du web 2.0"

Internet 2.0, pour les novices, c'est davantage un concept original vendu par les marketeurs de Microsoft et de Google qu'une réalité concrète et tangible si l'on en croit des sources critiques sur le web.

« Dans le cinéma américain, on est passé de Rambo à Harry Potter » relève Stephane

Hugon”.

Deuxièmement, prendre Harry Potter pour emblème d'une génération, c'est un peu réducteur. Aujourd'hui avec l'arrivée au pouvoir de l'UMP et l'omniprésence de N. Sarkozy, on assiste davantage au retour des méthodes musclées et expéditives de Rambo qu'à l'émerveillement lié à un conte de fées. L'individualisme est une valeur qui n'a jamais été battue en brèche aux États-Unis et ce n'est pas l'avènement d'Harry Potter qui y changera grand chose.

Article pas génial au final par manque d'esprit critique sur les médias et notamment sur Internet.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

ELECTRIC ANT

le 11 janvier 2011 - 7:36 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



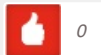
Addendum à ma première critique:

Hugon cite Harry Potter un peu comme son maître Maffesoli le fait: sans explications claires et précises car il ne l'a probablement jamais lu.

A ce titre, il est assez comique de voir le même Hugon donner des conférences au wif alors que le CEAQ est tout sauf branché technologiquement. Il suffit de voir l'état de leur "laboratoire" pour s'en convaincre: d'abord une petite salle sombre rempli d'anciens mémoires jusqu'au plafond, l'autre salle remplie de vieilles affiches et de babioles brésiliennes. Pas de quoi être fier !! D'ailleurs quel intérêt y aurait-il à adhérer à un laboratoire qui comme beaucoup d'autres en sciences humaines ne dispose d'aucun moyens financiers pour que leurs doctorants puissent travailler dans de bonnes conditions. Passons également sur les Journées du CEAQ, grandes messes maffesoliennes dont l'amphi est vide d'étudiants et qui se déroulent dans l'indifférence générale.

Le problème de Hugon est le même que celui de Maffesoli, aucune recherche empirique ne vient appuyer ses dires qui sont basés sur l'air du temps et l'ère du vide.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

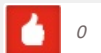
COPPER CUPOLAS

le 11 novembre 2011 - 1:19 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



More people need to read this and understand this aspect of the story. I cant believe you're not more popular.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

CLOUD COMPUTING SALES

le 11 novembre 2011 - 1:20 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



I wish to express appreciation to the writer for this wonderful post.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

5 pings

Les tweets qui mentionnent Ce que nos technologies révèlent de notre société (et réciproquement) » Article » owni.fr, digital journalism -- Topsy.com le 7 juin 2010 - 12:00

[...] Ce billet était mentionné sur Twitter par Owni et Frédéric Guerrier, Bizet Etienne. Bizet Etienne a dit: Excellent article sur @Own1 <http://bit.ly/9nW6St> A découvrir, à lire et un débat à poursuivre! [...]

Ce que nos technologies révèlent de notre société (et ... | Information Mining

R&D le 7 juin 2010 - 13:10

[...] reading here: Ce que nos technologies révèlent de notre société (et ... Share this [...])

« Avant de penser technique, il faut penser social » | Le blog de Samestory le 22 juin 2010 - 16:24

[...] Sur ces réflexions je vous laisse réagir et vous souhaite bonne lecture : Lire : ce que nos technologies révèlent de notre société (et réciproquement) [...]

relation, transformation, partage - Lu cette semaine (weekly) le 5 juillet 2010 - 0:30

[...] Ce que nos technologies révèlent de notre société (et réciproquement) » Article » Owni, Digit... [...]

Travail de diplôme POLYCOM: liens hypertextes « Jean-Marc Aubry le 4 septembre 2011 - 19:30

[...] 21 <http://owni.fr/2010/06/07/ce-que-nos-technologies-revelent-de-notre-societe-et-reciproquement/> [...]