

Patrice Flichy. *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Seuil, 2010, 97 pages, 11,50 €

Marlène Dulaurans



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/3178>

DOI : [10.4000/communicationorganisation.3178](https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.3178)

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 2011

Pagination : 257-259

ISBN : 978-2-86781-744-1

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Marlène Dulaurans, « Patrice Flichy. *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Seuil, 2010, 97 pages, 11,50 € », *Communication et organisation* [En ligne], 39 | 2011, mis en ligne le 13 mai 2012, consulté le 21 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/3178> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.3178>

comme capables d'autodiscipline). Les processus de contrôle et de domination présents dans les organisations se retrouvent ainsi à travers l'usage des TIC à des fins personnelles.

Pour Stefana Broadbent, il est important d'identifier pertinemment cette transformation sociale afin d'intégrer cet enchevêtrement entre sphère privée et sphère professionnelle. D'autant plus que les tentatives de restrictions ou de suppressions des communications privées au sein des entreprises sont très souvent détournées par les individus.

L'une des analyses de l'auteure consiste à démontrer que cette intrusion du privé au sein du professionnel est difficile à assimiler. En effet, cela reviendrait à démanteler l'illusion de primauté de la vie professionnelle sur la vie privée.

Une œuvre, instructive et satirique, dans laquelle le lecteur peut souvent se lire lui-même.

Cindy FELIO

cindy.felio@u-bordeaux3.fr.

Patrice FLICHY. *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Seuil, 2010, 97 pages, 11,50 €.

« Les quidams ont conquis internet ». Phrase d'introduction de son ouvrage *Le sacre de l'amateur*, Patrice Flichy a choisi de prendre le contre-pied d'Andrew Keen et de ses réflexions sur l'univers sauvage du web 2.0, pour nous présenter au travers de trois chapitres, un internet de masse dans lequel l'amateur s'impose comme la figure emblématique d'une nouvelle forme d'expertise. À mi-chemin entre l'ignorant et le professionnel, l'amateur du web contemporain s'appuie aujourd'hui sur sa compétence, acquise notamment par l'expérience, pour rivaliser avec les experts. Selon Flichy, c'est dans son quotidien que l'amateur puise une source considérable de connaissances et acquiert de nouveaux savoirs et savoir-faire. Il défend l'idée que les technologies de l'information et de la communication ont encore plus accentué le phénomène d'apprentissage, permettant à la mise en réseau de faire émerger une « intelligence collective ». Dans cette société où la connaissance est partagée, Flichy distingue deux figures de l'amateur : « celui qui réalise et celui qui apprécie ». Cependant même si leurs intentions de publication diffèrent, ils présentent pour lui de nombreuses caractéristiques communes. Les arts, la science et les questions d'ordre public sont généralement leurs terrains de prédilection. Ils tendent à se regrouper au sein de communautés dans lesquelles ils peuvent partager leurs opinions, confronter leurs points de vue et parfois même gagner en notoriété. Animé par une passion dévorante ou bien guidé par simple curiosité, l'amateur d'aujourd'hui s'engage plus par

conviction que par obligation professionnelle. Sa participation est directe et ses interventions de fait désintermédiées.

Flichy nous propose une analyse détaillée de la culture amateur. Passant ainsi en revue leurs différentes pratiques sur internet, telles que la musique électronique, l'usage de MySpace, la photographie numérique, les écritures numériques, ou bien les regroupements de fans, il démontre qu'ils ne se restreignent plus à un simple échange d'information mais contribuent aujourd'hui à développer un nouvel espace de réception créatrice. Les amateurs ne se laissent plus imposer les productions artistiques dans leur version initiale. Parce qu'ils les apprécient ou les décrient, les amateurs se les réapproprient pour les remettre en scène. Ils prolongent la production artistique sur le web et bouleversent le rapport traditionnel à la culture populaire industrielle jusqu'à présent instauré.

Ces nouvelles pratiques dans le champ de la culture se sont également élargies au domaine public et politique. Forums en ligne et blogs ont permis à l'amateur de réinventer une nouvelle forme de citoyenneté dans laquelle il s'affranchit des codes classiques institutionnels, s'émancipe du rapport dogmatique traditionnel à l'élu politique, s'autonomise dans la recherche d'information, et manifeste ouvertement ses opinions personnelles sur la toile. Aussi de nouveaux dispositifs d'expression ont émergé, parfois subjectifs, polémiques, ou consensuels, ils ont reconfiguré l'action politique des citoyens et leur engagement militant. Le web est devenu pour eux un ressort stratégique pour faire entendre des opinions dissonantes qui ne bénéficient pas d'une couverture médiatique équitable. La troisième dimension explorée par Flichy concerne la relation qu'entretient l'amateur au monde de la connaissance. Internet a largement contribué à démocratiser la prise de parole de l'individu qui trouve notamment dans les communautés de partage une expérience dont il peut profiter quotidiennement. Certains amateurs cherchent ainsi à diffuser leurs connaissances, voire à les vulgariser, comme cela peut être le cas de Wikipédia, alors que d'autres souhaitent véritablement apporter une contribution analytique et affiner l'expertise. Bien conscient que la production de connaissance des amateurs se massifie sur internet, Flichy choisit de valoriser le principe d'une « science de plein air » où le savoir-faire des amateurs s'enrichit de l'académisme des scientifiques pour permettre la création de nouveau modèle d'innovation, qu'il illustre notamment par le mouvement des logiciels libres.

Cet ouvrage porte un regard innovant sur le rôle productif de l'amateurisme contemporain et l'usage qu'il fait des technologies de l'information et de la communication. Il participe du renforcement de la reconnaissance des compétences ordinaires et encourage à repenser le rapport à la « démocratie scientifique et technique » du web. Il est simplement à regretter que le sujet ne soit pas encore plus développé, dans la mesure où la question traitée reste pour le moins passionnante.

Marlène Dulaurans
marlenedulaurans@hotmail.com

Nicolas MOINET. *Intelligence économique, Mythes et réalités.* CNRS Editions 2011. 192 pages, 24,90 €.

L'ouvrage de Nicolas Moinet propose une nouvelle approche conceptuelle de l'intelligence économique en introduisant le rôle du capitalisme cognitif comme facteur clé de succès dans les rapports de force que se livrent les entreprises sur le terrain de la concurrence internationale. Illustrant son propos par des cas d'intelligence économique d'entreprises et un cas d'intelligence territoriale, il démontre que le concept doit être clarifié, les pratiques réadaptées.

L'analyse des stratégies actuelles révèle un déficit d'intérêt porté aux sciences de l'information et de la communication. En effet, initialement attribuée au domaine des sciences de gestion, la stratégie doit être recentrée au carrefour de deux disciplines : les sciences de gestion et les sciences de l'information et de la communication. Il propose de mettre en relation les démarches d'information et d'action de cette stratégie « via la connaissance ».

Le miroir du cycle du renseignement

Il apparaît nécessaire de modifier l'approche et l'organisation actuelle des entreprises dans leur stratégie d'intelligence économique. La logique du cycle du renseignement, largement inspirée des méthodes du monde du renseignement, ne paraît plus être adaptée aux nouvelles structures organisationnelles et aux nouveaux circuits de transmission de l'information nés des nouvelles contraintes économiques, mais aussi des nouvelles relations interpersonnelles (les réseaux) apparues avec les nouvelles technologies de l'information et de la communication.

L'enjeu sera de reconfigurer cette stratégie en la plaçant d'une part, dans un cadre plus global et d'autre part, en substituant la notion de connaissance à celle d'information devenue inefficace. Afin de s'établir dans un cadre plus global, Nicolas Moinet propose de partir des travaux de John Boyd. Ce pilote de chasse, spécialiste des manoeuvres de transitions rapides pendant la guerre de Corée, a mis au point une théorie édifiée sur la construction d'une boucle appelée OODA (Observation – Orientation – Décision – Action).