

Abstract

Le développement des pratiques médiatiques fait partie du paysage contemporain: ce qui est moins perceptible, c'est la transformation des pratiques sociales au sein desquelles s'insèrent les médias technologiques, et la montée de l'information comme outil de développement économique et social. Cet ouvrage permet d'entrer de plein pied dans le champ des recherches qui se centrent sur ces pratiques.

Comment évoluent les habitudes perceptives avec les nouvelles interfaces interactives multimédia? Qu'est-ce qui se transforme des comportements, des représentations et des attitudes avec une pratique médiatique? Quelle logique - étatique, commerciale, administrative? - est sous-jacente au développement des télécommunications? Comment s'organisent les nouveaux espaces de travail? Comment adapter les ressources technologiques pour répondre aux besoins d'information des usagers individuels et collectifs? En quoi la pratique télévisuelle participe-t-elle à l'élaboration des choix éthiques et des comportements sociaux?

On dit parfois que la société est aujourd'hui 'médiatisée à outrance'. Mais nul ne se distrait, ne travaille, ne se situe dans l'espace social sans passer par des médiations. Et, aujourd'hui, sans user de ces 'puissants acteurs des changements sociaux et culturels' (Miège) que sont les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication. L'utilisateur, le récepteur, 'ce personnage fantastique à la Pirandello' (Petrella) échappe toujours en partie aux filets des chercheurs. Mais l'ensemble des travaux présentés ici atteste que l'usage est désormais une donnée incontournable dans les travaux qui prennent la médiation technologique pour objet d'études.