



Jean-Marc Leveratto et Mary Leontsini

Internet et la sociabilité littéraire

Éditions de la Bibliothèque publique d'information

Conclusion : Internet et la sociologie de la culture

DOI : 10.4000/books.bibpompidou.211

Éditeur : Éditions de la Bibliothèque publique d'information

Lieu d'édition : Paris

Année d'édition : 2008

Date de mise en ligne : 21 mai 2013

Collection : Études et recherche

EAN électronique : 9782842461584



<http://books.openedition.org>

Référence électronique

LEVERATTO, Jean-Marc ; LEONTSINI, Mary. *Conclusion : Internet et la sociologie de la culture* In : *Internet et la sociabilité littéraire* [en ligne]. Paris : Éditions de la Bibliothèque publique d'information, 2008 (généré le 15 mai 2023). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/bibpompidou/211>>. ISBN : 9782842461584. DOI : <https://doi.org/10.4000/books.bibpompidou.211>.

Conclusion :

Internet et la sociologie de la culture

Le développement d'Internet suscite en France de nombreuses controverses. Le contexte sociocognitif constitué par ce débat public et la mobilisation d'acteurs collectifs qu'il entraîne (pouvoirs publics, associations familiales, syndicats, partis, etc.) gênent l'expertise sociologique des usages culturels d'Internet. L'observation sociologique se trouve compliquée tout à la fois par la nouveauté technique de l'objet et par les enjeux éthiques et politiques que constituent l'inquiétude des parents à l'égard de ses dangers pour les enfants et les adolescents et le souci des professionnels français de la culture de préserver leur savoir-faire. Dans ce contexte, Internet devient, au delà de l'équipement culturel domestique qu'il s'agit d'étudier, l'objet d'un débat d'experts de la culture, chacun appréhendant le rôle culturel d'Internet en fonction précisément du groupe de consommateurs – enfants ou adultes – ou de l'industrie culturelle – industrie du livre, de la musique, et du cinéma notamment – dont il est spécialiste. La mesure quantitative du poids et la morphologie sociodémographique de l'audience d'Internet, celle de ses usages (la fréquentation des sites, le téléchargement légal et illégal, l'achat de services, etc.) sont alors les moyens convoqués par ces spécialistes pour évaluer les effets potentiels que peut avoir l'équipement du foyer sur l'éducation familiale et les échanges économiques, sociaux et culturels.

Or, comme on l'a vu à travers cette étude, Internet est un nouveau cadre d'interaction qui appelle et justifie une autre forme d'expertise culturelle que cette expertise sociologique traditionnelle, centrée sur l'évaluation des probables conséquences à long terme de sa généralisation, sur l'évaluation également de ses limites et de ses dangers. Cela est particulièrement vrai dans le domaine de la communication culturelle.

En effet, Internet offre au sociologue un nouveau lieu d'observation de ce que l'on appelle en France les « pratiques culturelles » (la fréquentation par les individus des produits culturels circulant sur le marché et dans les institutions publiques) et également une nouvelle manière de les observer. Ce nouveau lieu d'observation autorise un accès direct et aisé à la *sociabilité* culturelle dont il permet, en même temps, d'éprouver personnellement la fonction cognitive et affective. Dans l'enquête sociologique, par questionnaire ou par entretien, le chercheur ne pouvait appréhender cette sociabilité qu'à travers les comptes rendus des personnes et l'imaginer que sur la base de

leur discours, les objets auxquels ces personnes déclaraient s'attacher, leurs préférences avouées étant utilisés comme des indicateurs de leur appartenance à une certaine communauté esthétique. Au contraire, la simple fréquentation régulière d'Internet permet au chercheur de s'intégrer à des lieux d'échange culturel et d'éprouver directement la texture caractéristique de la sociabilité culturelle, la manière dont la parole permet de faire circuler les objets culturels et de partager des émotions personnelles. L'inscription de cette parole autorise le chercheur à objectiver ces émotions. Le corps propre du lecteur redevient un instrument de mesure de l'événement littéraire, la sensibilité individuelle et l'émotion personnelle retrouvant un rôle souvent sacrifié par le regard sociologique à la seule prise en compte des effets de l'éducation familiale et scolaire. La compréhension sociologique de la consommation littéraire autorise ainsi à ne plus réduire le plaisir de la lecture à la conséquence mécanique d'une discipline incorporée ou d'une fabrication, à son insu, de l'émotion du lecteur.

L'anonymat et la médiation de l'écriture favorisent, par ailleurs, l'adoption de la « proximité distante » qui caractérise le regard ethnographique. Internet facilite du même coup la rectification de la vision objectiviste, c'est-à-dire indifférente au vécu du consommateur, des « pratiques culturelles », par la prise en compte de l'engagement personnel du consommateur dans un certain type de loisir. Internet n'apporte donc pas seulement la possibilité d'étudier la sociabilité culturelle en action, mais rend aussi possible, en même temps, une meilleure compréhension de la construction sociale de l'expérience artistique qui résulte du passage incessant de l'individuel (l'émotion personnelle) au collectif (l'émotion partagée), du sentiment de plaisir à son exploration collective.

Dans le domaine de la sociologie française de la littérature, de nombreux chercheurs ont commencé, depuis les années 1990, à observer la façon dont la pratique de la lecture « s'éparpille en une infinité d'actes singuliers ». L'usage des entretiens pour mieux comprendre la relation entre bibliothèque personnelle, itinéraire de lecteur et trajectoire biographique permet ainsi de proposer une approche dynamique et individualisée de la pratique de lecture et de vérifier la singularité de chaque itinéraire personnel de lecture.

« Pour chaque individu, selon sa position sociale d'origine et la pente de la trajectoire familiale, son sexe [...], sa trajectoire scolaire et sa trajectoire professionnelle, son profil psychologique, les différents états de la critique qu'il a à connaître et le type de construction de soi auquel il se livre – dont les lectures peuvent être une des technologies – les usages sociaux vont donc varier tant quantitativement que qualitativement. »

Chaque consommation individuelle se caractérise par « un ensemble d'appropriations spécifiques » et intègre donc une part d'imprévisibilité. L'observation concrète de la consommation propre à chaque lecteur confirme tout à la fois qu'« aucune trajectoire biographique n'implique mécaniquement un itinéraire de lecture » et que « rien de mécanique n'unit donc les “demandes” de lecture et certaines “offres”¹ ».

Au-delà, l'observation précise de la consommation effective de chaque lecteur (au lieu de l'utilisation de certains titres comme indicateurs de cette consommation) permet de rectifier les effets d'un regard élitiste, de l'« ethnocentrisme lettré » qui prétend mesurer cette consommation à l'aune d'« une lecture pure, d'un lire pour lire, extrêmement rare, y compris chez les lecteurs professionnels ». Elle restitue le « répertoire des pratiques de lecture » caractéristique de la consommation littéraire ordinaire – « lecture de divertissement (lire pour s'évader), lecture didactique (lire pour apprendre) et lecture de salut (lire pour se parfaire) » – et leur fondement anthropologique – le plaisir, la curiosité et le désir de reconnaissance². Dans la continuité de ce type d'observation des pratiques culturelles, Bernard Lahire a pu ainsi confirmer le phénomène d'individualisation du goût qui a accompagné en France la diffusion élargie de la culture écrite et la dissonance caractéristique de la consommation culturelle des individus qui, au gré des moments, s'approprient aussi bien des objets culturels très estimés que des produits

1. Bernard PUDAL, « Socio-biographies de lecteurs », dans Gérard MAUGER, Claude FOSSÉ-POLIAK, Bernard PUDAL, *Histoires de lecteurs*, Paris, Nathan, 1999, p. 390-391.

2. Gérard MAUGER, « Les usages sociaux de la lecture », dans *ibid.*, p. 393-394.

considérés comme vulgaires³. Il a relevé également le rôle de l'influence personnelle dans cette consommation culturelle.

Cette approche dynamique et individualisée de la consommation littéraire, en même temps qu'elle reconnaît le mode de construction personnel du *plaisir* littéraire, n'en demeure pas moins une opération de qualification culturelle du consommateur à travers l'étude de sa consommation. Elle conduit à caractériser, de l'extérieur, sa pratique en lui conférant une certaine valeur identitaire, par l'intermédiaire des objets qu'il consomme.

En tant que « laboratoire naturel » mis à la disposition du sociologue de la culture, Internet invite à adopter une autre posture sociologique, en choisissant d'observer le commerce littéraire au sens tout à la fois de l'interaction des individus avec les objets qu'ils consomment et de l'interaction avec les autres consommateurs suscitée par la manipulation de ces objets. Cette posture consiste en une approche pragmatique de la lecture, en lieu et place de la construction de profils de consommateur ou de la promotion d'une discipline de lecture.

Cette approche pragmatique repose sur le rétablissement d'une symétrie entre le chercheur et les individus qu'il observe, et sur un effort d'identification des objets qui servent aux individus à équiper leur jugement dans le cadre de leur loisir. En même temps qu'il est un dispositif d'échange, Internet constitue un de ces objets susceptibles de guider le consommateur à la recherche de ce qui lui convient. L'approche pragmatique consiste ainsi, contre la tentation du sociologue à survaloriser le déterminisme social ou technique qui limite le choix des individus, à étudier la capacité de ces individus à dégager de leur expérience, en s'appuyant sur leurs échanges quotidiens, des instruments de jugement de la qualité littéraire et d'évaluation de la confiance qu'ils peuvent accorder à un auteur, un éditeur, un proche, etc. Internet rend particulièrement bien observable cette façon

3. Bernard LAHIRE, *La Culture des individus, dissonances culturelles et distinction de soi*, Paris, La Découverte, 2004.

dont l'utilisateur construit sa compétence littéraire à travers l'échange avec les autres usagers, et la constitution de l'expérience personnelle en expertise littéraire. Il s'agit, cependant, d'une réalité bien antérieure à Internet, d'un phénomène d'économie de la connaissance auquel la sociologie de la culture française a été jusqu'alors insuffisamment attentive. L'idée de bouche-à-oreille ou d'influence personnelle ne suffit pas, en effet, à rendre compte de l'action des objets techniques telle qu'elle est pensée par la sociologie de l'acteur-réseau et de la force des liens faibles analysée par la nouvelle sociologie économique. La consommation littéraire ne peut être séparée de l'environnement technique dans lequel elle s'insère et de la multiplication des outils de diffusion des produits culturels (audio-livre, bibliothèque numérique, etc.) qui permettent de se les approprier. Elle ne peut pas non plus être considérée indépendamment de la sociabilité littéraire organisée, et de la manière dont celle-ci permet de domestiquer ces produits culturels. De fait, c'est à une sociologie de l'industrie culturelle qu'invite l'observation des forums culturels d'Internet et des services d'information sur la qualité des produits culturels animés par de simples usagers.

Il est clair, par là même, qu'Internet est à la fois un produit, un témoin et un acteur du développement de l'économie de la culture dans la société occidentale. Et que les échanges culturels qui s'y déroulent contredisent l'opposition classique entre culture et marché, telles deux choses extérieures l'une à l'autre, et nous obligent à étudier la manière dont la culture circule sur le marché.

Notre exploration de la sociabilité littéraire sur Internet contribue donc à la construction de l'« économie des singularités », au sens du modèle d'analyse économique qu'impose la compréhension de la conduite du consommateur culturel contemporain et de la manière dont il mesure la singularité de chaque produit culturel. Comme le souligne Lucien Karpick, le développement du marché des produits culturels « s'est accompagné d'une prolifération et d'une diversification des dispositifs de jugement. Leur présence dans l'espace public, dans les écoles, dans l'intimité des familles, leurs empreintes sur les pierres, les œuvres et les spectacles, leur multiplication sur Internet ne cesse de nous rappeler que nous sommes de plus en plus

entourés, enveloppés, sollicités, poursuivis et protégés⁴ ». Paradoxalement, cependant, beaucoup de chercheurs continuent à mesurer le goût littéraire ou artistique de chacun à l'aune du jugement esthétique, au lieu d'observer la manière dont le jugement personnel se forme à partir du goût, dans le passage du plaisir au plaisir réfléchi. Cette attitude est d'autant plus paradoxale que « les consommateurs refusent de plus en plus d'associer l'ignorance et la singularité » et que « les conditions d'exercice de choix raisonnables font désormais partie des revendications du sujet⁵ ».

C'est dire, en termes plus simples, qu'il importe, si l'on veut actualiser le regard sociologique sur la lecture, d'approfondir une démarche qui impose de partir de l'expérience du lecteur, de différencier ses différents états (selon son degré de familiarité avec la lecture mais aussi les configurations sociotechniques dans lesquelles s'inscrit sa consommation) et d'explorer la diversité des instruments de mesure de la qualité, objets (guides, palmarès, etc.) et personnes (les réseaux de connaissances), qu'il peut mobiliser pour assurer ses choix de consommation. Bref, l'observation de la compétence littéraire, en tant que compétence pratique du consommateur, est la condition *sine qua non* de son objectivation et de son organisation face aux actions des entreprises pour se l'approprier, et la meilleure manière de contribuer à l'éducation du public.

Certes, la mobilisation de ces instruments de la qualité et leur composition les uns avec les autres sont fonction de l'engagement personnel de l'individu dans le loisir littéraire et évoluent en rapport avec l'intensité de cet engagement. Mais il ne semble pas légitime de déduire d'une différence de degré d'expertise une différence de nature des personnes, une différence qui serait indépendante de la situation d'expertise. Quel que soit le degré de reconnaissance de leur passion artistique, le profane et l'initié n'appartiennent pas à deux humanités différentes. Il n'est pas non plus légitime

4. Lucien KARPIK, *L'Économie des singularités*, *op cit*, p. 350.

5. *Ibid.*, p. 344.

de limiter, comme Internet permet de le vérifier, l'expertise littéraire à une expertise purement technique, indifférente aux enjeux éthiques et politiques de la représentation littéraire et de la transmission du plaisir littéraire. C'est ce que matérialise la conversation littéraire sur Internet, dans sa profusion inépuisable, et l'« autopoïèse », l'exploration de sa singularité personnelle qu'elle permet.