

## Société de l'information et infobésité : perceptions et représentations croisées

### The Information Society and Information Overload: Perceptions and Representations Compared

### Sociedad de la información y de la infobesidad : percepciones y representaciones cruzadas

Marie Reibel et Nadine Desrochers

Volume 60, numéro 1, janvier–mars 2014

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1022860ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1022860ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

#### Éditeur(s)

Association pour l'avancement des sciences et des techniques de la documentation (ASTED)

#### ISSN

0315-2340 (imprimé)

2291-8949 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

#### Citer cet article

Reibel, M. & Desrochers, N. (2014). Société de l'information et infobésité : perceptions et représentations croisées. *Documentation et bibliothèques*, 60(1), 31–46. <https://doi.org/10.7202/1022860ar>

#### Résumé de l'article

Cette étude qualitative de contenu vise à interroger les concepts de société de l'information et d'infobésité auprès d'un petit groupe d'étudiants par l'entremise d'un questionnaire en ligne. Des représentations artistiques de ces concepts ont été présentées aux répondants afin d'évaluer leurs perceptions. Les résultats obtenus mettent l'accent sur la valeur de l'information, une forte présence de la communauté et révèlent également un rapport au temps singulier. Les données ont été analysées à la lumière d'un cadre conceptuel comprenant quatre auteurs : Daniel Bell, Manuel Castells, Roland Barthes et Lev Manovich.

# Société de l'information et infobésité : perceptions et représentations croisées

**MARIE REIBEL**

Étudiante à la maîtrise  
EBSI, Université de Montréal  
marie.reibel@umontreal.ca

**NADINE DESROCHERS**

Professeure adjointe  
EBSI, Université de Montréal  
nadine.desrochers@umontreal.ca

## RÉSUMÉ | ABSTRACT | RESUMEN

*Cette étude qualitative de contenu vise à interroger les concepts de société de l'information et d'infobésité auprès d'un petit groupe d'étudiants par l'entremise d'un questionnaire en ligne. Des représentations artistiques de ces concepts ont été présentées aux répondants afin d'évaluer leurs perceptions. Les résultats obtenus mettent l'accent sur la valeur de l'information, une forte présence de la communauté et révèlent également un rapport au temps singulier. Les données ont été analysées à la lumière d'un cadre conceptuel comprenant quatre auteurs : Daniel Bell, Manuel Castells, Roland Barthes et Lev Manovich.*

### **The Information Society and Information Overload : Perceptions and Representations Compared**

*Using an online questionnaire, this qualitative content study examined the concepts of information society and information overload with a small group of students. Artistic representations of these concepts were shown to the students in order to determine their perceptions. The results highlight the value of information and a strong community presence along with a singular relation to time. The data was analysed using a conceptual framework of four authors, namely Daniel Bell, Manuel Castells, Roland Barthes and Lev Manovich.*

### **Sociedad de la información y de la infobesidad : percepciones y representaciones cruzadas**

*Este estudio cualitativo del contenido tiene como objetivo cuestionar los conceptos de «sociedad de la información» y de «infobesidad» frente a un pequeño grupo de estudiantes, a través de un cuestionario en línea. Para ello, se presentaron a los participantes las representaciones artísticas de estos conceptos a fin de evaluar sus percepciones. Los resultados obtenidos ponen de relieve el valor de la información y la fuerte presencia de la comunidad, y revelan además una relación individual. Los datos se analizaron a la luz de un marco conceptual que incluía a cuatro autores : Daniel Bell, Manuel Castells, Roland Barthes y Lev Manovich.*

## Introduction

CONCEPT CARREFOUR, LA SOCIÉTÉ de l'information est un objet de recherche prisé par plusieurs disciplines d'études. Marquée par l'interdisciplinarité et son caractère fédérateur, elle serait même considérée comme une idéologie de légitimation du pouvoir politique et économique (Garnham & Gamberini 2000). Il semble que l'expression soit devenue le creuset épistémologique de différentes expressions sociales et sociétales. Parce qu'elle porte en elle des idéaux, voire des utopies — liberté, égalité d'accès ou encore transparence de l'information —, la notion est représentative de la société actuelle et contient une charge subjective importante à l'image de la grande diversité sémantique des dénominations renvoyant au concept. Les expressions des chercheurs à ce sujet sont révélatrices : « hypermonde » (Ayache 2006), « ère de l'information » (Castells 1998-1999), « âge de l'accès » (Rifkin 2006), « société du risque » (Beck 2001), « société de la surveillance » (Foucault 1975) ou « l'inquiétante extase » de l'Internet (Finkielkraut 2001). Les dernières expressions, qui présentent une certaine connotation négative, symbolisent les paradoxes d'une société dans laquelle l'information peut être instrumentalisée, pouvant également se faire vecteur de désinformation, voire de surinformation. On peut penser l'infobésité comme un phénomène connexe, constitutif de la société de l'information. L'atténuation de cette dérive de l'information est un des défis de notre société au sein de laquelle les professions de la culture et de l'information jouent un rôle crucial.

Les discours médiatiques et théoriques prennent une grande place dans l'étude de ces concepts, au détriment peut-être des représentations des usagers des technologies de l'information et de la communication (TIC), eux-mêmes citoyens de la société de l'information. Or, l'étude de l'imagerie mentale des publics est essentielle pour les professionnels de l'information (Barat 2007).

Parallèlement à l'omniprésence de l'information, la société actuelle est également celle du visuel, qui peut être de surcroît le véhicule de cette information. Un nouveau régime artistique émerge, notamment sous l'impulsion des nouvelles technologies, et peut être caractérisé par le rôle primordial de la communication (Cauquelin 2007). Tout comme l'information, l'image

se fait le support de la communication, qui devient un véritable pivot de la société moderne. Le postmodernisme artistique déplace le paradigme de l'esthétique vers la signification, faisant de l'œuvre d'art le vecteur de la communication : « *L'œuvre est comprise comme information.* » (Noury 2006, 18) Ce paradigme renforce la fusion entre information et visuel.

Dans la présente étude, les perceptions qu'ont des étudiants de la société de l'information et de l'infobésité, des notions centrales en sciences de l'information, seront évaluées à travers le filtre de l'art. Plus précisément, notre étude vise à explorer les perceptions qu'ont les usagers des concepts de société de l'information et d'infobésité ainsi que d'œuvres artistiques portant sur des représentations liées à la société actuelle. Il s'agit donc de proposer des pistes de recherche centrées sur l'articulation de trois éléments : les perceptions qu'ont les usagers des concepts à l'étude, l'utilisation des TIC et les représentations artistiques. Notre exploration suit une méthodologie qualitative basée sur la création d'un sondage. Les résultats révèlent certains écarts dans les perceptions des notions à l'étude ainsi que des tendances inattendues, comme l'importance du concept de communauté ou encore l'émergence d'une temporalité particulière.

Les changements majeurs liés à l'éruption d'une société de l'information se manifestent à plusieurs niveaux, notamment dans le domaine artistique. Il nous paraît donc intéressant de confronter les perceptions des usagers de différentes représentations du visuel exprimé par l'art médiatique puisque, selon Bell, la radicale transformation de la sensibilité artistique et de la perception font de l'art « *le lieu privilégié de ce bouleversement* » (1976, 235).

## Revue de la littérature

### Étude des concepts « société de l'information » et « infobésité »

Selon un discours ambiant symptomatique, notre société serait celle de l'information. Le Sommet mondial sur la société de l'information organisé par l'Organisation des Nations Unies et l'Union internationale des télécommunications en 2003 à Genève, puis en 2005 à Tunis, est révélateur de la place centrale qu'occupe cette réflexion depuis le début des années 2000 (International Telecommunication Union (ITU) 2013). L'Union européenne a développé une approche stratégique « *intégrée de la société de l'information et des politiques audiovisuelles* » intitulée « *i2010 : une société de l'information pour la croissance et l'emploi* » (Commission des communautés européennes 2005, 4) et le concept sert également à mesurer le niveau de développement des pays (Bwalya 2010 ; ITU 2012). L'érection de la société de l'information devient un objectif primordial qui justifie la mise en place de stratégies de

développement (Servan-Schreiber 1980 ; Proulx 2008). En s'appuyant sur la notion d'espace public (Habermas 1978), certains chercheurs analysent la société de l'information comme un espace à forte dimension politique où Internet devient le nouvel espace public (George 2001). Les relations entre systèmes politiques et nouvelles technologies sont des facettes d'étude courantes (Montgomery, Gottlieb-Robles & Larson 2004 ; Jensen 2006 ; Hirzalla, van Zoonen & de Ridder 2011 ; Alomari, Woods & Sandhu 2012). La société de l'information est donc un concept multiple qui renvoie à différentes réalités, d'où son caractère ambivalent (Proulx 2008) ; il produit de longues controverses jusqu'à ce jour encore discutées (Miège 2002).

Tout comme le concept de société de l'information, le phénomène d'infobésité est multidisciplinaire (Eppler & Mengis 2004) et comporte une charge symbolique significative (Tidline 1999). Les objectifs de productivité ont encouragé les entreprises à s'intéresser au phénomène depuis longtemps déjà et le contexte salarial est un milieu souvent étudié (Edmunds & Morris 2000 ; Farhoomand & Drury 2002 ; Isaac, Campoy & Kalika 2007 ; Business Wire 2010). C'est un phénomène qu'on tente de mesurer (Karr-Wisniewski & Lu 2010) ou de contourner (Manpowergroup 2011). La surcharge d'information et le sentiment d'angoisse qui en résulte ne sont pas nouveaux (Friedman 1977 ; Saint-Jude 2012). Déjà étudiée par Charles O'Reilly (1980), qui s'intéressait aux réactions individuelles face au phénomène, l'évaluation de la perception de l'infobésité tend à se répandre à différentes échelles (Hargittai, Neuman & Curry 2012).

### Perceptions et littératie informationnelle

L'expérience et la perception des publics permettent d'étudier différents aspects de la société à travers les représentations que s'en font les individus (Ischy 2000). L'enquête permet alors d'interroger plusieurs types de publics et de forger une représentation globale des comportements vis-à-vis des TIC. Les réactions individuelles face aux nouvelles technologies (Simon 2006, 479) sont ainsi étudiées à travers les perceptions des femmes (Simon 2006) ou du jeune public (Ahn 2012 ; Tayie, Pathak-Shelat & Hirsjarvi 2012). Vue comme une compétence essentielle à l'évolution de notre société vers la connaissance (Las Vergnas 2006 ; UNESCO 2007), la maîtrise de l'information est un enjeu à caractère public (Andersen 2006). En plus d'être un facteur d'aide à l'inclusion sociale (Lloyd, Lipu & Kennan 2010), la maîtrise informationnelle est un critère d'évaluation du niveau de développement des sociétés (Simoncic & Vuckovic 2010) et un outil de compréhension (Catts 2012) utilisé auprès des jeunes adultes pour évaluer leur performance quant au traitement et à la compréhension de documents (Kirsch & Mosenthal 1990). Notion relative à l'apprentissage, la littératie informationnelle

est largement étudiée dans le domaine de l'éducation (Kong & Li 2009) pour évaluer les institutions scolaires (Nyamboga 2004 ; Baro & Keboh 2012), les étudiants (Kavanagh 2011) et la perception qu'ils ont de leurs compétences (Singh 2005 ; Adetoro, Simisaye & Oyefuga 2010 ; Pinto 2012). La prise en compte de la perception aide les chercheurs à comprendre les comportements informationnels des jeunes : la perception de leurs propres stratégies de recherche d'information a un impact sur leur perception de l'information (Kyung-Sun & Sei-Ching 2007). Depuis longtemps utilisée en bibliothèque, l'étude de la perception des usagers permet d'évaluer leur taux de satisfaction, mais aussi de reconstituer leurs images mentales des services offerts (Repaire & Touitou 2010).

### Information et représentations : entrelacement des signes visuels et linguistiques

La société de l'information est marquée par l'hégémonie du visuel, qui peut parfois s'allier au sonore dans le cas du multimédia. On parle de société de l'image (Faccioli 2007), héritée des *cultural studies* (Mitchell 1995 ; Hall & Evans 1999 ; Cartwright & Sturken 2009 ; Crowther 2009 ; Mirzoeff 1999). Au niveau informatique, les chercheurs étudient les relations entre la représentation visuelle d'un concept (icône) et la cognition et compréhension humaines (Krunoslav & Zajdela Hrustek 2010). Pour certains, comme Nicholas Mirzoeff, « *le visuel perturbe et remet en cause toute tentative de définir la culture en termes purement linguistiques* » (1999, 7, notre traduction). Cependant, la question de la réception se pose également ; les flux médiatiques ont des répercussions dans l'esprit des publics au niveau de leurs représentations, influencées par un torrent d'images et de sons pénétrants (Gitlin 2007), ainsi que par une abondance de signes textuels. Il semble donc que les représentations linguistiques puissent enrichir les représentations visuelles, formant un tout insécable. Puisque le média par lequel transite l'information n'est pas neutre et influence le message (McLuhan 1982), la perception visuelle permettrait d'entrevoir le sens profond que donne un individu au monde qui l'entoure (Schwartz 2009 ; Yu 2012) et pourrait être étudiée en parallèle à la perception des signes textuels.

## Cadre conceptuel

### Société de l'information et infobésité

Dans son ouvrage *Vers la société post-industrielle* (1976), Daniel Bell décrit la société moderne à travers trois grands phénomènes : l'information, les flux qui la font circuler et les technologies qui relayent ces flux. L'information devient le cœur à la fois économique, politique et social du système. La théorie de Bell pose

une structure extrêmement hiérarchisée entre les différentes sphères qui composent la société. Bell entrevoyait déjà le phénomène d'infobésité : « *Au-delà de certaines limites, l'information ne passe plus, nous sommes saturés* » (1976, 404). Contrairement à Bell, Manuel Castells (1998-1999) propose une vision plus horizontale d'une communauté de l'information. La structure en réseaux représente la collectivité au sein de la société informationnelle de Castells et devient un modèle global à la fois économique, politique et social qui régit les interactions à l'échelle mondiale.

Ce que Bell appelait plus volontiers une société post-industrielle est finalement le résultat d'un « *syncrétisme* » (1976, 234), c'est-à-dire une culture de la diversité où « *tout se dissout dans une nébuleuse d'interactions* » (1976, 45). Au regard de la multiplication de l'occurrence dans les médias et de la diversité des expressions renvoyant à la société de l'information, nous posons le concept comme un lieu commun<sup>1</sup>.

### Société de l'image : perceptions et représentations artistiques

Puisque les représentations des individus s'appréhendent à travers leur subjectivité, l'étude de la perception est essentielle. Roland Barthes fonde son analyse de la photographie — dans *La chambre claire* — sur ses propres perceptions et fait de la représentation personnelle un « *principe heuristique* » (1980, 21) pour une nouvelle science du sujet (1980, 36). Pour cela, Barthes s'appuie sur le concept du *punctum*, soit ce qui fait que le sujet effectue « *la mise en image* » (1980, 39). Le *punctum*, c'est la part de subjectivité qui, dans une représentation artistique, va toucher le sujet, « *ce hasard qui, en elle, me point* » (1980, 49), et qui finalement donne vie et sens à la représentation. Par opposition au *studium*, qui désigne un intérêt certain mais vague, pour un sujet, le *punctum* fait qu'une représentation devient évocatoire pour le spectateur-sujet. Le *punctum*, c'est ce qui éclaire le champ lisse et poli du *studium* pour frapper l'imaginaire du sujet et entrer en résonance avec ses propres représentations.

### Société de l'écran et langage médiatique

Tout comme Bell, Lev Manovich se fait l'observateur des changements sociétaux et technologiques dans son ouvrage *Le langage des nouveaux médias* (2010). Il constate l'actuelle valorisation de la subjectivité de l'individu que les nouveaux médias cherchent à capter (2010, 120). À l'idéal du syncrétisme décrit par Bell (1976, 234) fait écho « *l'idéal d'une société composée d'individus uniques* » que la technologie des nouveaux mé-

1. L'expression « société de l'information » aurait été utilisée dans 4 374 publications en Europe francophone, notamment dans les publications de l'Union européenne au cours de l'année 2012 selon la base de données Factiva (consultée le 7 mars 2013).

dias réalise (Manovich 2010, 121). Ces nouveaux médias créent des objets néomédiatiques tels que des « *représentations graphiques, images en mouvement, sons, formes, espaces et textes* » (Manovich 2010, 87). Leur principe structurel de représentation numérique permet le traitement des objets médiatiques par les technologies informatiques. Manovich propose une vision intégrée de la culture moderne basée sur une triple perspective. Il pose un dialogue entre les arts et les médias comme un « *langage visuel* », notamment à travers l'analogie faite entre la « *culture visuelle contemporaine* », soit la sémiotique du visuel, et la « *culture informationnelle contemporaine* », c'est-à-dire l'architecture de l'information et sa présentation dans le monde moderne (Manovich 2010, 73). Ces perspectives sont toujours reliées à l'expérience de l'utilisateur-spectateur, qui reste centrale dans l'approche de Manovich et offre donc un pendant numérique à la charge subjective prisée par la théorie barthésienne. L'auteur rapproche les concepts de « *culture informationnelle* » et « *culture visuelle* », tous deux désignant une certaine organisation, une architecture d'information et de références partagées. Ce sont « *des modèles d'interaction de l'utilisateur avec les objets et les affichages de l'information* » (Manovich 2010, 73) ; il y a donc un lien entre l'information et le visuel réalisé par l'interfaçage des nouveaux médias qui se manifeste, selon Manovich, par la société de l'écran : « *On peut discuter pour savoir si nous vivons dans une société du spectacle ou de la simulation. Mais, une chose est sûre, il s'agit d'une société de l'écran.* » (2010, 204)

## Méthodologie

### Objectifs

Cet article présente les résultats d'un projet de recherche s'articulant autour des objectifs suivants :

1. Effectuer les premières ébauches d'interprétations en matière de perception des usagers quant à des représentations textuelles et artistiques de la société de l'information et de l'infobésité ;
2. Amorcer une réflexion renouvelée de la recherche sur la société de l'information et l'infobésité en croisant les perceptions que les usagers ont des TIC et les représentations d'artistes au regard des théories relatives à ces concepts.

### Questions de recherche

Lors de cette étape exploratoire, les questions guidant nos recherches étaient les suivantes :

1. Quelles représentations les usagers se font-ils de la société de l'information et de l'infobésité ?
2. Confrontés à des représentations artistiques de ces concepts, comment réagissent les usagers ?

## Méthode

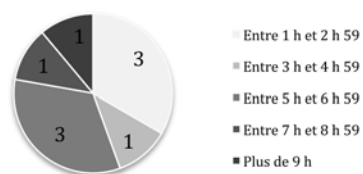
Nous avons sélectionné le mode de diffusion électronique pour une enquête hébergée en ligne sur la plateforme libre et gratuite « Mon enquête en ligne ».

Pour la création du sondage de 29 questions, nous nous sommes inspirées de la grille d'entretien présentée dans « *Société de l'information : enquête sur un imaginaire. Considérations méthodologiques et pistes de réflexions* » (Ischy 2000) ainsi que des principes méthodologiques de Dillman, Smyth et Christian (2009). Le questionnaire comprend des questions fermées et plusieurs questions ouvertes avec des réponses à développement (voir Annexe). Le visuel revêt une grande importance dans cette recherche ; nous avons donc choisi d'inclure trois représentations artistiques. Ce corpus visuel se compose d'une photographie d'un graffiti de rue réalisé par l'artiste KD, d'un extrait du support de communication réalisé par Mundaneum pour l'exposition « Renaissance 2.0 » et d'un lien vers le court métrage d'Hannah Letaïf, *Cases ou : « je ne suis pas un monstre »*. Nous avons choisi ces œuvres car elles reprennent les motifs des écrans et des TIC au sein de leurs représentations. Ce sont également trois formes artistiques liées à des contextes différents : une œuvre de rue, une représentation graphique réalisée pour une exposition en lien avec les sciences de l'information et le court-métrage d'Hannah Letaïf accessible en ligne en format vidéo. À ces représentations artistiques s'ajoutent des citations de Caroline Sauvajol-Rialland (Agence France Presse 2012), maître de conférences à l'Université catholique de Louvain et à Sciences Po Paris, et du critique Franck Unimon (2011).

La population à l'étude est celle d'un petit groupe d'étudiants à la maîtrise en muséologie inscrits à l'Université de Montréal (n=51) (voir la section « Profil des répondants »). Nous avons choisi cette population parce que son petit nombre nous semblait adéquat pour un projet pilote, mais aussi du fait de sa sensibilité à des problématiques proches de nos questions d'étude. Le sondage a été communiqué par voie électronique aux étudiants au cours du mois de février 2013 durant 15 jours. Le taux de participation final était de 17,6 % (n=9).

À chaque répondant a été attribué un identifiant permettant d'assurer l'anonymat des réponses. Pour le traitement des données, nous avons choisi de nous appuyer sur une analyse de contenu qualitative, une méthodologie flexible et inductive (White & Marsh 2006) tout à fait adaptée au nombre de résultats obtenus ainsi qu'aux réponses à textes longs. Des lectures attentives et répétées ont permis de faire émerger des codes qui ont été consignés dans un *codebook* réalisé à partir des réponses ouvertes en suivant dans un premier temps le principe de l'*open-coding*, dans un souci de non-influence des résultats. Afin de garantir la fiabilité de l'analyse, le traitement des résultats a été effectué

**Figure 1**  
Temps moyen de connexion par jour



en double lecture et de façon itérative par comparaison et validation des similitudes et des différences entre les deux codeurs, ce qui a mené à la création de catégories finales et aux résultats rapportés ici. Les différentes itérations de l'analyse ont été consignées et échangées entre les codeurs par la voie de mémos afin de garantir un traitement constant.

La limite la plus importante de l'enquête est la faible représentativité des répondants. Puisque certains des répondants n'ont pas répondu à toutes les questions, nous avons indiqué pour chaque question traitée le nombre de réponses obtenu.

Puisqu'il s'agissait d'une étude exploratoire auprès d'un petit nombre d'utilisateurs, le sondage a été lancé sans prétest. Les réponses au sondage sont citées telles qu'elles y apparaissent. Aucune correction n'a été apportée.

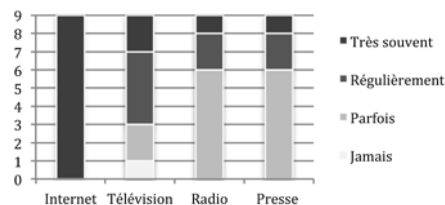
### Profil des répondants

Sept personnes sur neuf ont répondu à la section « Profil » et sont toutes de sexe féminin. La majorité d'entre elles (n=5) sont âgées entre 23 et 32 ans.

Les répondants ont des parcours diversifiés qui couvrent plusieurs champs d'études. Tous les répondants ont un baccalauréat et trois répondants ont deux diplômes universitaires. Leurs domaines d'études sont l'histoire (n=2), l'histoire de l'art (n=2), l'anthropologie (n=2), le droit (n=1), la société et la culture (n=2) ainsi que les sciences de la gestion (n=1).

Six des sept répondants à la section « Profil » ont des expériences professionnelles dans les secteurs des musées, de l'art ou de l'information. Cinq personnes ont déjà travaillé dans le champ muséal, dont trois personnes ayant assumé des fonctions liées à la relation aux publics (accueil/médiation). Les postes occupés sont souvent polyvalents, étant notamment liés à la recherche (n=2) ou à la gestion des collections (n=1). Deux personnes ont exercé des professions spécifiques dans les domaines des arts visuels et des arts de la scène. Le secteur de l'information est représenté par quatre personnes ayant occupé des postes liés à la communication Web (n=2), au tourisme (n=1) et au milieu documentaire et audiovisuel (n=1). Ces milieux de travail nous intéressent pour les compétences liées qu'ils nécessitent, car en plus de leurs études actuelles en muséologie, les expériences professionnelles des répondants révèlent une familiarité avec la communication

**Figure 2**  
Fréquence d'utilisation des médias d'information



d'un message médiatisé par le biais de la représentation artistique. Finalement, l'étude des profils nous permet de penser que les répondants possèdent une certaine sensibilité pour les procédés liés à la mise en espace, en mots, en images et en forme d'un contenu pour un public donné et donc des procédés de représentation.

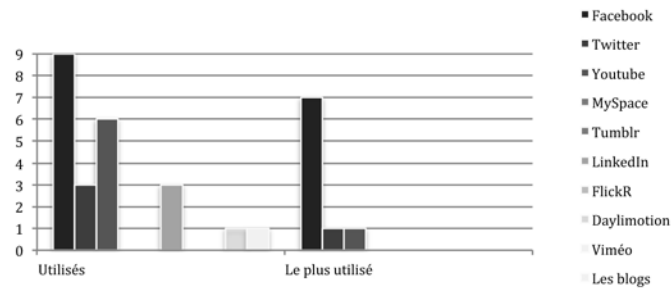
La section « Usages et pratiques », complétée par tous des répondants, révèle une forte implantation des TIC auprès de ces étudiants. Cent pour cent (100 %) des répondants ont une connexion Internet à leur domicile et leur temps de connexion moyen par jour varie entre moins de trois heures pour trois répondants et entre cinq heures et sept heures pour trois autres répondants. Une personne est connectée plus de neuf heures (Figure 1).

Les répondants consomment les médias d'information de façon constante avec une préférence partagée par 100 % des répondants pour Internet. Le second médium plébiscité par les répondants est la télévision. La radio ainsi que la presse en format imprimé sont encore utilisées, mais de façon moins fréquente. On constate donc une domination des médias de l'écran, avec une préférence pour Internet (Figure 2).

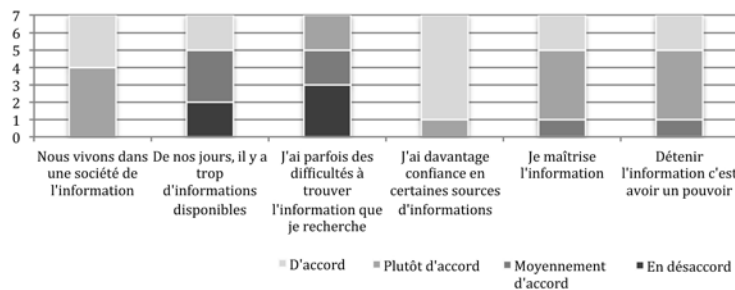
L'importance de cette polyvalence se retrouve dans la double dimension d'Internet, dont l'utilisation est relative à la fois au travail et aux loisirs pour sept répondants sur neuf. Le classement de leur usage révèle les tendances suivantes : l'activité principale réalisée sur Internet est la communication (n=4). Pour deux personnes, le divertissement prime ; pour deux autres répondants, c'est plutôt l'information. En deuxième position vient l'activité d'information pour une majorité de répondants (n=7). Le divertissement se place en fin de classement (n=6). Tous les répondants utilisent les réseaux sociaux de communication, comme Twitter (n=3), YouTube (n=6), LinkedIn (n=3), avec une nette préférence pour Facebook qui est le plus utilisé (n=7) (Figure 3). À l'inverse, le site de partage d'images Flickr n'est pas utilisé.

Sept répondants déclarent consulter leur réseau social favori plusieurs fois par jour. Une personne est connectée en permanence. Un seul répondant possède un blogue alors que deux répondants sont abonnés à cinq fils RSS au maximum.

**Figure 3**  
Utilisation des réseaux sociaux et préférences



**Figure 4**  
Degré d'accord à des affirmations en lien avec la société de l'information



## Résultats

Dans la section « Opinions », les concepts de société de l'information et d'infobésité ont été interrogés à travers la connaissance qu'en ont les répondants et leur degré d'accord à des affirmations relatives à ceux-ci.

On constate une fracture apparente entre les deux concepts. Alors que l'expression « société de l'information » est connue par tous les répondants, aucun d'entre eux ne connaît le terme « infobésité ». Tous les répondants à la question (n=6) déclarent ne pas être touchés personnellement par le phénomène tel que décrit par Caroline Sauvajol-Riolland (Agence France Presse 2012), soit « la pathologie de la surcharge informationnelle ». À l'inverse, l'expression « société de l'information » leur est familière à tel point qu'ils ne parviennent ni à situer le moment ni le lieu où ils l'ont entendue pour la première fois. Leur connaissance du terme semble ancienne, car les répondants déclarent ne plus s'en souvenir (n=4), que cela fait longtemps (n=1) ou que cela se compte en années (n=2). Nous voulions également savoir où les répondants l'avaient entendu pour la première fois. Même si plus de la moitié ne le sait plus (n=4), trois vecteurs de savoir se détachent : le livre (sur les technologies, n=1), le milieu universitaire (n=1) et les médias d'information (Radio-Canada, n=1).

À la question 12, nous avons soumis six affirmations aux répondants qui sont représentatives de grands enjeux ou caractéristiques de la société de l'information

(Figure 4). La totalité des sept répondants à la question déclare être d'accord (n=3) ou plutôt d'accord (n=4) avec l'affirmation « Nous vivons dans une société de l'information ». Concernant la multiplication des informations, nous posons l'affirmation suivante : « De nos jours, il y a trop d'informations disponibles ». Alors que deux répondants déclarent être d'accord, les réponses semblent partagées (en désaccord, n=2 ; moyennement d'accord, n=3). Concernant la recherche d'information, deux répondants ont de la difficulté à trouver l'information qu'ils recherchent tandis que la majorité est peu en accord (n=2) ou en désaccord (n=3) avec l'idée d'avoir de la difficulté à trouver l'information recherchée. Presque tous les répondants ont davantage confiance en certaines sources d'information (n=6). La majorité (d'accord, n=2 ; plutôt en accord, n=4) dit maîtriser l'information (recherche, sélection et évaluation de la pertinence). La plupart des répondants sont d'accord (n=2) ou plutôt d'accord (n=4) avec l'idée que « Détenir l'information c'est avoir un pouvoir ».

## Volet « Société de l'information »

De nombreux répondants mettent en avant la valeur de l'information comme un critère essentiel de description de la société de l'information. C'est une des tendances principales de leurs définitions personnelles (question 11), qui qualifient la société de l'information à travers la place accordée à celle-ci au sein de la société (nous soulignons) :

**R1** : L'information devient **une valeur d'importance**

**R2** : Une société où la circulation, la production et la consommation d'informations occupent **une place centrale**

**R4** : L'information est **primordiale**

**R7** : Une ère dans laquelle nous sommes et **qui met en priorité la multiplication des données**

La caractérisation de l'information au sein de la société passe également par la description des modes de diffusion, la façon dont elle se présente et comment elle est vectorisée ou accessible :

**R7** : Des plate-formes de diffusion de l'information

**R8** : L'information est plus que jamais accessible

**R9** : L'information arrive en continu, de partout (médias traditionnels et sociaux confondus)

Les répondants ne tentent pas de définir l'essence de l'information — qui semble être une évidence —, tout au plus évoquent-ils « les données » comme éléments constitutifs. Il est intéressant de constater que la majorité des définitions (n=5) reprennent les notions « société » et « information » (ou des formes lemmatisées) dans leurs réponses. Les termes composant l'expression « société de l'information » semblent s'affranchir de définitions. Au regard des réponses, il semble que le concept soit devenu un lieu commun pour les sept répondants à cette question. Pour eux, la société de l'information se définit davantage par des phénomènes qui résultent et attestent de son existence : sa place, sa présence, voire son omniprésence.

## Volet « Infobésité »

Bien que les répondants n'évoquent pas directement l'infobésité, des éléments nous permettent de rapprocher certaines de leurs réponses du phénomène. Ainsi, le rapport à la quantité semble être un second critère de définition, partagé par cinq répondants. La perception de la quantité oscille entre la constatation neutre et la critique (nous soulignons) :

**R6** : Nous sommes **iper-informés**

Deux répondants font référence à l'abondance de l'information en termes négativement connotés (nous soulignons) :

**R5** : L'information est partout, en **surabondance**

**R7** : J'ai de la difficulté à assimiler **toute l'information** reçue dans une journée et j'en perçois **beaucoup trop**

Trois personnes évoquent l'omniprésence de l'information qui est « partout ». Concernant la valeur d'autorité de l'information, confrontée à la multiplicité des données disponibles, une personne aborde la question de la qualité et de la nécessaire sélection de l'information :

**R7** : Je me demande constamment si elle est de **qualité** et si je dois la retenir

Ainsi, l'évocation du phénomène d'infobésité semble se faire de façon allusive. Même si les répon-

dants affirment ne pas connaître le terme « infobésité » et rejettent la définition de Caroline Sauvajol-Rialland (Agence France Presse 2012), certaines de leurs réponses laissent à penser que l'omniprésence de l'information est un phénomène qu'ils reconnaissent comme actuel. La plupart des répondants (n=5) évoquent la quantité de l'information comme un critère édifiant à la description de la société de l'information.

## Volet « Représentations artistiques »

Dans le questionnaire, chaque œuvre artistique fait l'objet d'une approche distincte.

La première œuvre (Figure 5) est introduite par une question fermée à choix multiples sur le thème de l'œuvre et propose les options de réponses suivantes : l'évolution, les technologies, le progrès, la surconsommation d'informations, l'éducation, autre. À cette question complétée par tous les répondants, six personnes désignent la surconsommation d'informations comme thème principal. Deux personnes y voient une représentation des technologies. Pour une personne, il s'agit d'une représentation de l'évolution.

La seconde œuvre graphique (Figure 6) est associée à une question ouverte sans choix de réponses prédéfinies. Cette représentation artistique présente une référence explicite à la fresque de la chapelle Sixtine peinte par Michel-Ange et la référence à l'œuvre originale est clairement identifiable dans la réponse d'une personne. La main de Dieu y est remplacée par la main pixelisée du curseur informatique. Cette représentation est fortement connotée et, effectivement, la plupart des répondants réagissent à la présence de la divinité. Sur les sept personnes ayant répondu à cette question, trois mentionnent la divinité — une référence implicite à l'œuvre originale — et le message qu'ils perçoivent dans son remplacement par un attribut des TIC. La signification qu'ils donnent à cette représentation peut aller jusqu'à une réflexion renouvelée de la relation homme-dieu-machine :

**R1** : La technologie, l'ordinateur, prend la place de Dieu dans la mesure où il devient une référence pour orienter nos comportements, nos valeurs, etc...

**R2** : Relation entre Dieu et l'informatique. Nouvelle conception de l'humanité

**R6** : Dieu est maintenant l'Internet

**R9** : La main « virtuelle » qui clique partout sur Internet a remplacé la main de Dieu. Comme si le monde virtuel était devenu notre nouveau « dieu »

La troisième représentation artistique (Figure 7) est le court métrage d'Hannah Letaif, *Cases ou* : « je ne suis pas un monstre », qui comprend quatre parties, soit quatre représentations différentes. Intégrant un extrait d'une critique cinématographique, la question adressée aux répondants est la suivante : Au sujet de ce court métrage, le critique Franck Unimon écrit sur le site Format court : « il est difficile de s'en extraire — avachis



**Figure 5**

« Modern Life-UPBRINGING » par KD (Key Detail)



Source [http://www.flickr.com/photos/kd\\_space/5218466165/in/photostream/](http://www.flickr.com/photos/kd_space/5218466165/in/photostream/)

**Figure 6**

Extrait de l'affiche éditée par le Mundaneum dans le cadre de son exposition originale « Renaissance 2.0 : voyage aux origines du Web » (Mons, octobre 2012-juillet 2013)



Photo © Mundaneum

devant le spectacle de cette déliquescence mécanique, dynamique et hypnotique » et conclut ainsi : « seule solution : nous débrancher. » Que vous inspire cette vidéo au regard de la pensée de Franck Unimon ?

Il s'agit là encore d'une réponse ouverte à texte libre. Pour les cinq répondants à la question, le message du court métrage se situe dans la représentation de l'excès et des conséquences de comportements trop exclusifs. La citation repositionne le débat au niveau du

**Figure 7**

Image extraite du court métrage *Cases ou : « je ne suis pas un monstre »* d'Hannah Letaïf



branchement technologique et informationnel. Quatre répondants reviennent sur cette idée pour la nuancer :

**R5 :** Pour moi cette vidéo est plus sur l'enfermement que sur l'usage de la technologie, le « branchement » est mis au même niveau que les trois autres vignettes. Le court métrage met en avant les conséquences de 4 comportements différents

**R7 :** Je ne relie pas ce vidéo (que j'ai beaucoup aimé) qu'au réseau de l'information web. Pour moi, c'est la représentation de toute forme de dévotion à un seul aspect de sa vie

**R8** : *L'excès cause cette « déliquescence » décrite par Franck Unimon selon moi. Les trois autres scènes participent à cette affirmation. Le problème n'est pas d'être branché, mais de perdre l'équilibre*

**R9** : *Ça vaut pour toute perte de temps sur Internet comme pour toute activité qui crée une dépendance*

L'opposition des répondants porte davantage sur la citation et l'éclairage qu'elle jette sur le court-métrage que sur la représentation artistique en elle-même.

## Discussion

Cette dernière section reprend les réponses au questionnaire et les met en dialogue avec le cadre conceptuel et les théories présentées.

## Valeur de l'information

La valeur donnée à l'information ainsi que sa place prépondérante au sein de la société sont des notions récurrentes dans les réponses. Les définitions données par les répondants entrent en résonance avec la théorie visionnaire de Daniel Bell (1976) et sa représentation de la société de l'information qui fait de l'information le cœur d'un système à la fois économique, scientifique, technologique et sociétal :

**R2** : *La circulation, la production et la consommation d'informations occupent une place centrale*

**R9** : *L'information arrive en continu, de partout (médias traditionnels et sociaux confondus)*

L'information est devenue un objet de consommation et d'interaction sociale. Accessible en permanence, elle est diffusée de façon continue par flux via des organes technologiques et médiatiques. En écho à la vision de Bell qui considérait le savoir comme une « ressource de base » (1976, 259) et l'information comme une « ressource clef » (1976, 422), les répondants décrivent l'information comme un bien, presque une denrée, au centre de l'attention sociétale : on trouve dix occurrences du terme « information » dans l'ensemble des réponses. Les conceptions des étudiants et du théoricien de la société postindustrielle se rejoignent autour de l'idée que « dans cette société le centre de gravité se déplace de plus en plus nettement vers le "secteur du savoir" » (Bell 1976, 259).

## Information et pouvoir

À la question 12, six personnes sur sept semblent adhérer à l'un des concepts clefs de la théorie de Bell (1976) selon lequel l'information, au cœur du système, devient un enjeu de pouvoir essentiel. Polarisée par l'information et sa dimension politique, « la société postindustrielle, on l'a vu, est un jeu entre personnes » (Bell 1976, 404). En écho aux théories sur les mass médias, un répondant amène une idée liée à la notion de pouvoir cristallisé par l'information. Ce répondant représente

une société qui, à des fins de contrôle, instrumentalise l'information :

**R1** : *Une société où les rapports humains sont largement orientés et conditionnés par l'information*

## Perception de la temporalité

Les réponses au sondage font émerger une caractéristique transversale inattendue se manifestant à travers le rapport au temps. Les mentions d'échelles — oscillant entre une très grande unité de temps et une plus petite — faites par un même répondant, d'abord au sujet de la société de l'information, puis de l'infobésité, sont significatives d'une tension entre les extrêmes (nous soulignons) :

**Q11, R7** : *Une ère dans laquelle nous sommes et qui met en priorité la multiplication des données et des plateformes de diffusion de l'information.*

**Commentaires, R7** : *J'ai de la difficulté à assimiler toute l'information reçue dans une journée*

Ce répondant perçoit d'abord le concept de société de l'information à très grande échelle, faisant écho à certaines expressions de chercheurs qui, presque au sens géologique, relèvent d'une macro-échelle : « âge de l'information » (Lallana & Uy 2003), « âge de l'accès » (Rifkin 2006) ou encore « ère de l'information » (Castells 1998-1999). À l'inverse, le phénomène d'infobésité est évalué sur une échelle journalière. L'utilisation des pronoms personnels révèle la présence de deux échelles distinctes : la temporalité collective de l'humanité (« nous ») et la temporalité de l'individu (« je »). Le concept de « temps intemporel » proposé par Manuel Castells (2001) désigne l'émergence d'un temps indéterminé, flexible, voire dissout, notamment sous l'action des flux, qui ne s'oppose pas à l'existence des temporalités particulières (Castells 2001, 536). Pour Daniel Bell, le monde moderne est caractérisé par des changements d'échelles majeurs qu'il instaure (1976, 217). Cette modification des proportions associée à une cassure entre passé et présent ainsi qu'à l'apparition de nouveaux rythmes de vie bouleverse notre conception du monde (Bell 1976, 234). Castells fait également de la scission temporelle un jalon important de sa théorie en posant l'hypothèse suivante : « La société en réseaux est caractérisée par la rupture de toute rythmicité, qu'elle soit biologique ou sociale, associée à l'idée de cycle d'existence. » (2001, 548) Cette idée est présente dans les réponses des répondants et se manifeste par une tension entre passé et présent (nous soulignons) :

**R1** : *J'y vois d'abord une référence à l'origine du mot ordinateur qui référerait Dieu avant d'être utilisé pour désigner l'appareil aujourd'hui. L'ordinateur est celui qui ordonne nos vies. Je crois que le message est que désormais, que la technologie, l'ordinateur, prend la place de Dieu dans la mesure où il devient une référence pour orienter nos comportements, nos valeurs, etc.*

**R6** : *Dieu est maintenant l'Internet*

**Q8, R8** : *L'art ancien revisité par le Web 2.0*

**Q11, R8** : *L'information est plus que jamais accessible et présente partout*

La dichotomie est renforcée par les références faites à un renouvellement actuel dans trois réponses. La notion du devenir est soulignée dans trois autres réponses. Une personne utilise le terme de révolution en parlant d'Internet comme d'une étape nouvelle de l'évolution humaine :

**R4** : *Internet = nouvelle révolution (après la bipédie, le langage, la révolution industrielle)*

Cette notion de révolution est présente chez Bell (1976, 238). Même si les répondants ne parviennent pas à dater l'origine de leur connaissance du concept, leurs réponses traduisent une rupture temporelle associée à la société de l'information, peut-être symbolique d'une mutation globale « *qui ferait surgir du plus profond de la conscience une autre manière de concevoir l'homme et sa présence au monde* » (Bell 1976, 419).

## Vision de la communauté

Nous constatons également une forte présence de la collectivité dans les réponses des étudiants, qui se manifeste par des références faites à l'humanité :

**R1** : *Adam représente les Hommes*

**R2** : *Nouvelle conception de l'humanité*

**R1** : *Une société où les rapports humains sont largement orientés et conditionnés par l'information*

Dans l'ensemble des réponses, on trouve sept occurrences du pronom personnel « nous », trace de l'identification. Alors que le terme de *Gesellschaft* — société hiérarchique et contractuelle — semble prendre le pas chez Bell pour qualifier la communauté scientifique, les réponses à l'étude semblent converger vers l'idée d'une *Gemeinschaft*, soit un « *groupement originel uni par des liens organiques et qui obéit aux forces de la tradition et de l'opinion* » (Bell 1976, 382). S'il s'agit davantage d'une communauté du savoir pour Bell, Castells s'attache à décrire des communautés d'hommes communiquant via des communautés réelles ou virtuelles. Bien qu'une seule personne évoque explicitement le réseau (R7, « *réseau de l'information Web* »), il semble que cette architecture, qui permet de placer l'information au centre des échanges, soit une structure sous-jacente.

## Perceptions de l'infobésité

La représentation de l'infobésité que nous pouvons reconstituer à partir des réponses à l'enquête nous paraît quelque peu ambivalente. Alors que trois expressions semblent corroborer le phénomène d'infobésité (R5, « *yper informés* » ; R6, « *surabondance* » ; R9, « *en continu, de partout* »), aucun répondant n'est touché personnellement par la « *pathologie de la surcharge d'information* » (Sauvajol-Rialland). Il y a une scission entre le général et le particulier. Nous constatons que le

répondant 7 n'a pas répondu à la question 14 relative à la définition de l'infobésité proposée par Caroline Sauvajol-Rialland et il explique les raisons pour lesquelles il n'a pas répondu à la question :

**Commentaires, R7** : *Premièrement, je tiens à commenter la question qui nous demande si nous souffrons d'infobésité. Je n'ai pas répondu car je ne le sais pas. J'ai de la difficulté à assimiler toute l'information reçue dans une journée et j'en perçois beaucoup trop. Je me demande constamment si elle est de qualité et si je dois la retenir. J'en « emmagasine » même au cas où. Mais de là à dire que c'est une pathologie... je ne croisais pas.*

L'évaluation de l'infobésité semble difficile, même si le répondant constate une surcharge effective d'information. Il décrit quatre conséquences du phénomène : la difficulté d'assimilation, la perception d'une masse d'information, l'interrogation quant à sa qualité et le fait d'en stocker plus qu'il n'en faut. Un sentiment d'urgence, voire une forme de compulsivité corollaire à la société de l'information, émerge. À titre de précaution, il faut retenir, enregistrer et « emmagasiner » l'information même si elle n'est pas utile. Il semble que ce répondant évoque le phénomène de l'infobésité en filigrane. Ce n'est pas la notion d'infobésité qui est rejetée, mais le terme fort de « pathologie ».

Motivée par le croisement des perceptions à la fois conceptuelles, artistiques et critiques des répondants, la superposition des citations de Caroline Sauvajol-Rialland (Agence France Presse 2012) et Franck Unimon (2011) semble parfois détourner les questions de leurs visées premières. Les répondants se sont davantage focalisés sur les termes marquants des citations (« pathologie » et « débrancher ») que sur les questions dans leur ensemble. L'inconvénient pour l'enquête n'est pas tant l'orientation du débat — les répondants sont généralement en désaccord avec les citations — que sa réorientation.

## Représentations artistiques et perceptions individuelles

Les réactions subjectives face aux représentations artistiques nous intéressaient particulièrement. Pour les répondants, la troisième œuvre artistique présentée (la vidéo de Letaïf) n'est donc pas uniquement une représentation du branchement informatique. Il s'agit plus généralement d'une représentation de l'excès déclinée en quatre tableaux. Pour les cinq répondants à la question 9, le problème de l'homme moderne n'est pas l'avènement de la technologie, mais son penchant pour l'excès ou la monomanie, dont on trouve plusieurs itérations (nous soulignons) :

**R5** : *Le court métrage met en avant les conséquences de 4 comportements différents, si **intensifs et uniques***

**R7** : *Je ne relie pas ce vidéo (que j'ai beaucoup aimé) qu'au réseau de l'information web. Pour moi, c'est la*

représentation de **toute forme de dévotion à un seul aspect de sa vie**

**R9** : *Lorsque nous n'avons rien à faire, il est facile de passer notre temps à la seule activité qui nous semble disponible. Chacun des sujets était dans une situation où une seule chose était possible*

Si leurs perceptions leur sont propres, on constate des ressemblances dans leurs interprétations des œuvres. Ainsi, le branchement technologique n'est pas nécessairement le risque majeur à leurs yeux. Tout dépend de l'usage qui est fait du réseau par l'utilisateur. Les représentations des participants à l'étude convergent vers une forme de consensus. Ils n'ont pas réagi à la vision extrême portée par le court-métrage, qu'ils tentent tous d'équilibrer, de nuancer.

## Réactions affectives aux œuvres

L'analyse qualitative des données nous a permis de repérer des manifestations de réactions affectives dans les réponses. Tout comme le *punctum* est le point de départ de la théorie de Barthes, on remarque dans les réponses la présence de réactions affectives qui semblent fonder le raisonnement interprétatif. L'importance de l'émotion suscitée par les représentations émerge à trois reprises (nous soulignons) :

**R7** : *Détourner un extrait d'une œuvre d'art de la renaissance (hors contexte) associée à un élément du web (ringard) afin de rassembler les deux idées du titre : Renaissance et 2.0 Cette affiche ne représente pas grand-chose que le titre ne fait pas. Aucune valeur ajoutée*

**R5** : *Le court métrage met en avant les conséquences de 4 comportements différents, si intensifs et uniques*

**R7** : *Je ne relie pas ce vidéo (que j'ai beaucoup aimé) qu'au réseau de l'information web*

Visible par tous, l'image laisse cependant le champ libre à la multiplicité des interprétations individuelles. C'est un paradoxe relevé par Blanchot, cité par Barthes :

*L'essence de l'image est d'être toute dehors, sans intimité, et cependant plus inaccessible et mystérieuse que la pensée du for intérieur ; sans signification, mais appelant la profondeur de tout sens possible ; irrévélée et pourtant manifeste, ayant cette présence-absence qui fait l'attrait et la fascination des Sirènes.*

(1980, 164)

La dimension affective est donc un élément constitutif de la représentation qui pourrait colorer les perceptions qu'ont les répondants du message véhiculé par l'œuvre.

## Lexique technologique et esthétique des nouveaux médias

Les technologies sont représentées par le lexique utilisé dans les réponses. Sont principalement évoqués

le Web ainsi que le Web 2.0, l'informatique et Internet, mais aussi les vecteurs technologiques et techniques tels que la machine, l'ordinateur, les médias (« plateformes de diffusion », « médias traditionnels ou sociaux ») ou encore « le réseau ». S'en dégage une représentation de la société investie non seulement par l'information, mais aussi par les nouvelles technologies. Les attributs auxquels les technologies sont associées sont la connexion et la virtualité :

**R5** : *La technologie peut nous connecter plus facilement*

**R9** : *La main « virtuelle » qui clique partout sur Internet*

À plusieurs reprises, une personne met également en avant la propension des technologies à orienter, voire à conditionner les comportements :

**R1** : *La technologie, l'ordinateur, prend la place de Dieu dans la mesure où il devient une référence pour orienter nos comportements, nos valeurs, etc...*

Pour Castells, le caractère convergent du nouvel environnement technologique — intégrant tous les médias et expressions culturelles — n'est pas tant singulier pour la réalité virtuelle que pour la virtualité réelle qu'il construit (2001, 469). Le fonctionnement propre aux nouveaux médias signe une transformation profonde de la manière de signifier et de faire sens à travers les flux et les écrans.

Dans la manière dont ils présentent l'information (nouvelles formes, structures et modèles), les nouveaux médias procèdent d'une esthétique particulière que Manovich préfère appeler « langage » (2010, 71). La construction des représentations peut donc passer par un recours à une forme d'intertextualité, voire une inter picturalité comme le recours à la référence, qui est par ailleurs souligné par un répondant :

**R1** : *Il s'agit d'une référence à la fresque de Michel Ange où la main de Dieu touche celle d'Adam (si ma mémoire est bonne). Adam représente les Hommes*

L'association d'éléments différents est également un procédé qu'ont relevé les étudiants au sujet des représentations artistiques (nous soulignons) :

**R7** : *Détourner un extrait d'une œuvre d'art de la renaissance (hors contexte) associée à un élément du web (ringard) afin de rassembler les deux idées du titre : Renaissance et 2.0*

**R5** : *Le court métrage met en avant les conséquences de 4 comportements différents*

Une des grandes forces créatrices des nouveaux médias réside dans leur capacité à détourner et à recombiner des extraits à l'infini dans une logique de variabilité permanente (Manovich 2010, 262) « en opérant une nouvelle sélection à partir de tout le corpus disponible » (Manovich 2010, 252). Tout comme les flux de données numériques qui les composent, ces nouvelles formes sont dynamiques ; leurs significations renvoient au-delà d'elles-mêmes. Ce mode de construction n'est finalement pas différent des arts traditionnels, comme

la peinture ou la littérature qui procèdent également par reprise et réécriture. Ce qui en revanche nous apparaît comme spécifique aux nouveaux médias — grâce au filtrage de l'écran —, c'est la création d'une représentation mouvante et fragmentée, notamment par la possibilité d'ouvrir plusieurs fenêtres en même temps dont « *la coexistence et le chevauchement constituent un principe fondamental de l'interface graphique moderne* » (Manovich 2010, 206). Dans les réponses relatives aux représentations artistiques, les étudiants évoquent certaines caractéristiques des nouveaux médias et leur pouvoir de subversion à travers les procédés de remplacement, de détournement ou d'associations nouvelles (nous soulignons) :

**R1** : Ici la main de Dieu est **remplacée par l'icone de la main que l'on retrouve sur un ordinateur**

**R7** : **Détourner un extrait d'une œuvre d'art de la renaissance (hors contexte) associée à un élément du web (ringard)**

**R8** : **L'art ancien revisité par le web 2.0**

**R9** : **La main « virtuelle » qui clique partout sur Internet a remplacé la main de Dieu**

## Conclusion

La société de l'information est une réalité pour la majorité des participants à l'enquête. Le phénomène d'infobésité semble être plus difficile à mesurer et les perceptions des étudiants n'indiquent pas qu'il soit vu comme le revers négatif de la société moderne. Les réponses dessinent les contours d'une société nourrie par des représentations partagées qui sont significatives pour l'étude des concepts. Notre approche visait à amorcer une réflexion nouvelle à travers la prise en compte des représentations individuelles.

La société est elle-même une représentation, à l'image de ce que Bell décrit comme « *un pur objet de pensée, une œuvre d'imagination à traduire dans la pratique* » (1976, 420). C'est dans cette dimension abstraite que s'insèrent l'opinion et le jugement (ainsi que les charges subjectives de l'affect, la subversion ou l'utopie liées aux concepts et aux attentes qu'ils suscitent). Le croisement des représentations artistiques et des perceptions des usagers permet un enrichissement de la recherche par la prise en compte des individualités qui composent la société. La société de l'information est « *une construction de l'esprit* » (Bell 1976, 425), partagée par la collectivité et façonnée par des représentations individuelles.

De nos jours, le texte, l'image et la vidéo sont des modes de communication privilégiés se manifestant souvent par une représentation à l'écran. Bien que les répondants aient été peu nombreux, cette étude nous a permis d'explorer de nouveaux horizons de recherche et d'entrevoir des perspectives pour une réflexion future. Des recherches subséquentes, à plus grande échelle et par le biais par exemple de groupes de discussion,

pourraient permettre d'aller plus loin et de proposer une conception multidisciplinaire et décloisonnée de la société de l'information. Ces recherches pourraient prendre appui sur des notions issues des différents domaines des sciences humaines et sociales, ainsi que sur des modes d'expression variés. Néanmoins, grâce à cette étude exploratoire, nous pouvons affirmer qu'une approche reliant la représentation artistique à la perception individuelle est pertinente pour l'appréhension et la compréhension du concept de société de l'information, car elle se situe à un carrefour culturel qui en constitue, du moins au regard des réponses des étudiants, une grande part de l'attrait et de la complexité<sup>2</sup>. ©

## Sources consultées

- Adetoro, Niran, Ahmed Olakunle Simisaye & A. B. Oyefuga. 2010. Relationship between perceived self-efficacy and information literacy among library and information science undergraduates in a Nigerian university of education. *IFE Psychologia* 18 (2) : 172-191.
- Ahn, June. 2012. Teenagers' experiences with social network sites : Relationships to bridging and bonding social capital. *The Information Society* 28 (2) : 99-109.
- Agence France Presse. 2012. L'« infobésité », un nouveau fléau dans l'entreprise. *Le Nouvel Observateur*. <<http://tempsreel.nouvelobs.com/topnews/20120831.AFP7272/l-infobesite-un-nouveau-fléau-dans-l-entreprise.html>> (consulté le 30 janvier 2013).
- Alomari, Mohammad, Peter Woods & Kuldeep Sandhu. 2012. Predictors for e-government adoption in Jordan : Deployment of an empirical evaluation based on a citizen-centric approach. *Information Technology & People* 25 (2) : 207-234.
- Andersen, Jack. 2006. The public sphere and discursive activities : Information literacy as sociopolitical skills. *Journal of Documentation* 62 (2) : 213-228.
- Ayache, Gérard. 2006. *La grande confusion*. Paris : France Europe Éditions.
- Barat, Agnes Hajdu. 2007. Human perception and knowledge organization : Visual imagery. *Library Hi Tech* 25 (3) : 338-351.
- Baro, Emmanuel E. & Tarela Keboh. 2012. Teaching and fostering information literacy programmes : A survey of five university libraries in Africa. *Journal of Academic Librarianship* 38 (5) : 311-315.
- Barthes, Roland. 1980. *La chambre claire : note sur la photographie*. Paris : Gallimard.
- Beck, Ulrich. 2001. *La société du risque. Sur la voie d'une autre modernité*. Paris : Aubier.
- Bell, Daniel. 1976. *Vers la société post-industrielle*. Paris : Robert Laffont.
- Business Wire. 2010. International Survey of Legal Professionals Reveals Impact of Information Overload on Productivity, Work Quality and Morale. <<http://www.businesswire.com/news/home/20101020005425/en/International-Survey-Legal-Professionals-Reveals-Impact-Information>> (consulté le 18 décembre 2013).

2. Les auteures souhaitent remercier les participants au sondage ainsi que les membres du personnel du programme de maîtrise en muséologie de l'Université de Montréal, notamment Myldred Larathe, technicienne en gestion des dossiers étudiants. Un merci tout particulier à Élise Dubuc, directrice du programme au moment de l'envoi du projet, et à Johanne Lamoureux, directrice lors de sa mise en œuvre. Les auteures remercient également Delphine Jenart du Mundaneum, Hannah Letaif et l'artiste KD (Key Detail) de leur avoir permis de reproduire les œuvres et les images qui figurent dans le sondage et dans cet article. Enfin, merci aux évaluateurs pour leurs commentaires.

- Bwalya, Tuesday. 2010. Zambia to become an information society by 2015 : A reality check. *Chinese Librarianship : An International Electronic Journal* (29) : 1-11.
- Cartwright, Lisa & Marita Sturken. 2009. *Practices of Looking : An Introduction to Visual Culture*. New York/Oxford : Oxford University Press.
- Castells, Manuel. 1998-1999. *L'ère de l'information (tome 1 : La société en réseaux ; tome 2 : Le pouvoir de l'identité ; tome 3 : Fin de millénaire)*. Paris : Fayard.
- Castells, Manuel. 2001. *L'ère de l'information : la société en réseaux* (nouv. éd.). Paris : Fayard.
- Catts, Ralph. 2012. Indicators of adult information literacy. *Journal of Information Literacy* 6 (2) : 4-18.
- Cauquelin, Anne. 2007. *L'art contemporain*. Paris : Presses universitaires de France.
- Commission des communautés européennes. 2005. *i2010 : une société de l'information pour la croissance et l'emploi*. Bruxelles : Communication de la commission au conseil, au parlement européen, au comité économique et social européen et au comité des régions.
- Crowther, Paul. 2009. *Phenomenology of the Visual Arts (Even the Frame)*. Stanford : Stanford University Press.
- Dillman, Don A., Jolene D. Smyth & Leah Melani Christian. 2009. *Internet, Mail and Mixed-Mode Surveys : The Tailored Design Method* (3<sup>e</sup> éd.). Hoboken, New Jersey : John Wiley & Sons.
- Edmunds, Angela & Anne Morris. 2000. The problem of information overload in business organisations : A review of the literature. *International Journal of Information Management* 20 (1) : 17-28.
- Eppler, Martin J. & Jeanne Mengis. 2004. The concept of information overload : A review of literature from organization science, accounting, marketing, MIS, and related disciplines. *The Information Society* 20 (5) : 325-344.
- Faccioli, Patrizia. 2007. La sociologie dans la société de l'image. *Sociétés* 1 (95) : 9-18.
- Factiva [Base de données]. <<http://global.factiva.com>> (consulté le 7 mars 2013).
- Farhoomand, Ali F. & Donald H. Drury. 2002. Managerial information overload. *Communications of the ACM* 45 (10) : 127-131.
- Finkielkraut, Alain. 2001. *Internet, l'inquiétante extase*. Paris : Mille et une nuits.
- Foucault, Michel. 1975. *Surveiller et punir : naissance de la prison*. Paris : Gallimard.
- Friedmann, Monroe. 1977. Consumer use of informational aids in supermarkets. *Journal of Consumer Affairs* 11 (1) : 78-89.
- Garnham, Nicholas & Marie-Christine Gamberini. 2000. La théorie de la société de l'information en tant qu'idéologie : une critique. *Réseaux* 18 (101) : 53-91.
- George, Éric. 2001. Relecture du concept d'espace public à l'heure de l'Internet. In *Émergences et continuité dans les recherches en information et communication. Actes du XI<sup>e</sup> congrès national des sciences de l'information et de la communication UNESCO (Paris, 10 au 13 janvier 2001)*. Paris : Société française des sciences de l'information et de la communication, 23-31.
- Gitlin, Todd. 2007. *Media Unlimited : How the Torrent of Images and Sounds Overwhelms Our Lives*. New York : Picador.
- Habermas, Jürgen. 1978. *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris : Payot.
- Hall, Stuart & Jessica Evans. 1999. *Visual Culture : The Reader*. Londres : Sage.
- Hargittai, Eszter, W. Russell Neuman & Olivia Curry. 2012. Taming the information tide : Perceptions of information overload in the american home. *The Information Society* 28 (3) : 161-173.
- Hirzalla, Fadi, Liesbet van Zoonen & Jan de Ridder. 2011. Internet use and political participation : Reflections on the mobilization/normalization controversy. *The Information Society* 27 (1) : 1-15.
- International Telecommunication Union. *Sommet mondial sur la société de l'information*. <<http://www.itu.int/wsis/index-fr.html>> (consulté le 31 janvier 2013).
- International Telecommunication Union. 2012. *Mesuring the Information Society*. Genève : International Telecommunication Union.
- Isaac, Henri, Éric Campoy & Michel Kalika. 2007. Surcharge informationnelle, urgence et TIC. L'effet temporel des technologies de l'information. *Management & Avenir* (13) : 153-172.
- Ischy, Frédéric. 2000. Société de l'information : enquête sur un imaginaire. Considérations méthodologiques et pistes de réflexions. In *La « société de l'information » : une idée confuse ?* Lausanne : Université de Lausanne, Institut d'anthropologie et de sociologie, 45-76.
- Jensen, Jakob Linaa. 2006. The Minnesota e-democracy project : Mobilising the mobilised ? In *The Internet and Politics : Citizens, Voters and Activists*, sous la direction de Sarah Oates, Diana Owen & Rachel K. Gibson. London/New York : Routledge, 39-58.
- Karr-Wisniewski, Pamela & Ying Lu. 2010. When more is too much : Operationalizing technology overload and exploring its impact on knowledge worker productivity. *Computer in Human Behavior* 26 (5) : 1061-1072.
- Kavanagh, Allison. 2011. The evolution of an embedded information literacy module : Using student feedback and the research literature to improve student performance. *Journal of Information Literacy* 5 (1) : 5-22.
- KD [Key Detail]. 2010. Modern life-UPBRINGING. <[http://www.flickr.com/photos/kd\\_space/5218466165/in/photostream/](http://www.flickr.com/photos/kd_space/5218466165/in/photostream/)> (consulté le 18 décembre 2013).
- Kirsch, Irwin S. & Peter B. Mosenthal. 1990. Exploring document literacy : Variables underlying the performance of young adults. *Reading Research Quarterly* 25 (1) : 5-30.
- Kong, Siu Cheung & Kai Ming Li. 2009. Collaboration between school and parents to foster information literacy : Learning in the information society. *Computers & Education* 52 (2) : 275-282.
- Krunoslav, Bedi & Nikolina Zajdela Hrustek. 2010. Generic icons — yes or no ? *Journal of Information and Organizational Sciences* 34 (1) : 17-26.
- Kyung-Sun, Kim & Joanna Sin Sei-Ching. 2007. Perception and selection of information sources by undergraduate students : Effects of avoidant style, confidence, and personal control in problem-solving. *The Journal of Academic Librarianship* 33 (6) : 655-665.
- Lallana, Emmanuel E. & Margaret Uy. 2003. *The Information Age*. United Nations Development Programme. <<http://www.unapcict.org/ecohub/resources/the-information-age>> (consulté le 28 avril 2013).
- Las Vergnas, Olivier. 2006. Nos sociétés peuvent-elle prendre le « gai savoir » au sérieux ? Formation continue et pratiques culturelles des adultes : transgression du clivage travail/loisirs. *Savoirs* (11) : 67-86.
- Letaïf, Hannah. 2011. Cases ou « Je ne suis pas un monstre ». Musique de Mathieu Adamski, a.k.a. Extra Pekoe. L'atelier de production de la Cambre. <<http://vimeo.com/26792931>> (consulté le 18 décembre 2013).
- Lloyd, Annemaree, Suzanne Lipu & Mary Ann Kennan. 2010. On becoming citizens : Examining social inclusion from an information perspective. *Australian Academic & Research Libraries* 41 (1) : 42-53.
- Manovich, Lev. 2010. *Le langage des nouveaux médias*. Dijon : Les Presses du réel.
- Manpowergroup. Bien-être au travail et performance — Le cas de Canon. 2011. *L'atelier de l'emploi*. <<http://www.manpowergroup.fr/le-bien-etre-des-salaries-soutient-la-performance-des-entreprises-le-cas-de-canon/>> (consulté le 19 avril 2013).

McLuhan, Marshall. 1982. *Pour comprendre les médias : les prolongements technologiques de l'homme*. Montréal : Hurtubise HMH.

Miège, Bernard. 2002. La société de l'information : toujours aussi inconcevable. *Revue européenne des sciences sociales* XI-123 : 41-54. <<http://ress.revues.org/606>> (consulté le 4 mars 2013).

Mirzoeff, Nicholas. 1999. *An Introduction to Visual Culture*. London/New York : Routledge.

Mitchell, William J. Thomas. 1995. *Picture Theory : Essays on Verbal and Visual Representation*. Chicago : University of Chicago Press.

Montgomery, Kathryn, Barbara Gottlieb-Robles & Gary O. Larson. 2004. *Youth as E-Citizens : Engaging the Digital Generation*. Washington, DC : Center for Social Media School of Communication American University.

Mundaneum. 2012. Renaissance 2.0 : Voyage aux origines du Web [Affiche d'exposition]. <<http://expositions.mundaneum.org/fr/expositions/renaissance2.0-fr>> (consulté le 18 décembre 2013).

Noury, Mathieu. 2006. *Analyse sociologique de la représentation du vivant dans l'Art Transgénéique d'Eduardo Kac*. Mémoire de maîtrise. Montréal : Université de Montréal.

Nyamboga, Constantine M. 2004. Information skills and information literacy in Indian university libraries. *Program : Electronic Library and Information Systems* 38 (4) : 232-239.

O'Reilly, Charles A. 1980. Individuals and information overload in organizations : Is more necessarily better ? *Academy of Management Journal* 23 (4) : 684-696.

Pinto, Maria. 2012. Information literacy perceptions and behaviour among history students. *Aslib Proceedings : New Information Perspectives* 64 (3) : 304-327.

Saint-Jude, Anaïs. 2012. *La surabondance d'information*. Place de la toile [Émission radiophonique animée par Xavier de la Porte]. Paris : France Culture.

Proulx, Serge. 2008. Interroger la métaphore d'une société de l'information : horizon et limites d'une utopie. In *David contre Goliath : la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO*, sous la direction d'Yves Théorêt. Montréal : HMH Hurtubise, 99-124.

Repaire, Virginie & Cécile Toutou. 2010. *Les 11-18 ans et les bibliothèques municipales*. Paris : Éditions de la Bibliothèque publique d'information/Centre Pompidou.

Rifkin, Jeremy. 2006. *L'âge de l'accès. La révolution de la nouvelle économie*. Paris : La Découverte.

Schwartz, Steven. 2009. *Visual Perception : A Clinical Orientation* (4<sup>e</sup> éd.). New York : McGraw-Hill Medical.

Servan-Schreiber, Jean-Jacques. 1980. *Le défi mondial*. Paris : Fayard.

Simon, Anoush. 2006. Women's perceptions of technological change in the information society. *Aslib Proceedings* 58 (6) : 476-487.

Simoncic, Gordana Stokić & Željko Vuckovic. 2010. Information literacy in Serbia : Initiatives and strategies. *Studies in Informatics and Control* 19 (2) : 177-184.

Singh, Annmarie B. 2005. A report on faculty perceptions of students' information literacy competencies in journalism and mass communication programs : The ACEJMC survey. *College & Research Libraries* 66 (4) : 294-310.

Sommet mondial sur la société de l'information. <<http://www.itu.int/wsis/index-fr.html>> (consulté le 4 février 2013).

Tayie, Samy, Manisha Pathak-Shelat & Irma Hirsjarvi. 2012. Young people's interaction with media in Egypt, India, Finland, Argentina and Kenya. *Comunicar* (39) : 53-62.

Tidline, Tonya J. 1999. The mythology of information overload. *Library Trends* 47 (3) : 485-506.

UNESCO. 2007. *Programme Information pour tous « Introduction à la maîtrise de l'information »*. Paris : UNESCO, Division de la société de l'information, Secteur de la communication et de l'information.

Unimon, Franck. 2011. Cases où je ne suis pas un monstre d'Hannah Letaïf. <<http://www.formatcourt.com/2011/12/cases-ou-je-ne->

[suis-pas-un-monstre-d %E2 %80 %99hannah-letaif/](http://www.formatcourt.com/2011/12/cases-ou-je-ne-suis-pas-un-monstre-d%E2%80%99hannah-letaif/)> (consulté le 30 janvier 2013).

White, Marilyn Domas & Emily E. Marsh. 2006. Content analysis : A Flexible methodology. *Library Trends* 55 (1) : 22-45.

Yu, Xinyu. 2012. Exploring visual perception and children's interpretations of picture books. *Library & Information Science Research* 34 (4) : 292-299

## Annexe — Questionnaire

En cliquant sur le lien précédent, je certifie avoir pris connaissance des informations de description de l'enquête. Je comprends en quoi consiste cette recherche et j'ai obtenu les réponses à mes questions sur ma participation. Je sais que je peux arrêter ma participation à tout moment sans devoir justifier ma décision en cliquant sur l'onglet « Sortir et effacer le questionnaire » en bas de page.

**En accédant au sondage, je consens librement à prendre part à cette recherche en participant à ce questionnaire en ligne.**

**Vous :** Vous êtes étudiant de l'Université de Montréal à la maîtrise en muséologie et vous n'avez pas encore répondu à ce questionnaire. Votre participation consiste à compléter ce sondage durant lequel vous répondrez à des questions en ligne sur votre usage des médias d'information et votre opinion à leur sujet. Le questionnaire durera environ 15 minutes en comptant le visionnage d'une vidéo de 3 minutes 40 secondes.

**Moi :** En tant qu'étudiante chercheuse principale, je vous ai expliqué mon projet relatif aux représentations de la société de l'information et je demeure toujours disponible pour répondre à toute question.

**Nous :** Bienvenue à vous et merci de prendre le temps de répondre à ces questions. Vos réponses me sont précieuses dans l'avancement de mes recherches et j'espère que vous prendrez autant de plaisir à répondre à mes questions et à donner votre avis que j'en ai eu à réaliser ce sondage !

### I. Usages et pratiques

#### 1. Fréquence médias

Parmi les médias suivants, lesquels utilisez-vous et à quelle fréquence (très souvent, régulièrement, parfois, jamais) ?

- Télévision \_\_\_\_\_
- Radio \_\_\_\_\_
- Internet \_\_\_\_\_
- Presse (formats imprimés) \_\_\_\_\_

#### 2. Connexion

Avez-vous une connexion Internet à votre domicile ?

- Oui
- Non

#### 3. Usage Internet

Combien de temps par jour en moyenne passez-vous sur Internet ?

- Entre 1 h et 2 h 59
- Entre 3 h et 4 h 59
- Entre 5 h et 6 h 59
- Entre 7 h et 8 h 59
- Plus de 9 h
- Je ne vais pas sur Internet

3 bis. [Répondre seulement à cette question si vous avez répondu « Je ne vais pas sur Internet » à la question 3]

Quand vous allez sur Internet, c'est pour...

- Vous informer
- Vous divertir
- Communiquer
- Autre

Votre classement :

- 1 : \_\_\_\_\_  
2 : \_\_\_\_\_  
3 : \_\_\_\_\_  
4 : \_\_\_\_\_

3 ter. [Répondre seulement à cette question si vous avez répondu « Je ne vais pas sur Internet » à la question 3]

Votre utilisation d'Internet est...

- Davantage relative à vos activités de travail  
 Davantage relative aux loisirs  
 À la fois relative au travail et aux loisirs

4. Médias sociaux

Parmi les médias suivants, lesquels utilisez-vous ?

- Facebook  
 Twitter  
 Viadeo  
 MySpace  
 Tumblr  
 LinkedIn  
 Flickr  
 Youtube  
 Dailymotion  
 Vidéo  
 Les blogs  
 Je n'utilise pas les médias sociaux

4 bis. [Répondre seulement à cette question si vous avez répondu « Je n'utilise pas les médias sociaux » à la question 4]

Parmi cette même liste de médias sociaux, lequel utilisez-vous le plus ?

- Facebook  
 Twitter  
 Viadeo  
 MySpace  
 Tumblr  
 LinkedIn  
 Flickr  
 Youtube  
 Dailymotion  
 Vidéo  
 Les blogs

4 ter. [Répondre seulement à cette question si vous avez répondu « Je n'utilise pas les médias sociaux » à la question 4]

À quelle fréquence utilisez-vous ce média ?

- Je suis connecté en permanence  
 Plusieurs fois par jour  
 Une fois par jour  
 Plusieurs fois par semaine  
 Une fois par semaine  
 Plusieurs fois par mois  
 Une fois par mois  
 Rarement

5. Blogosphère

Avez-vous un blog ?

- Oui  
 Non

6. Fils RSS

Êtes-vous abonné à des fils RSS ?

- Oui  
 Non

6 bis. [Répondre seulement à cette question si vous avez répondu « Oui » à la question 6]

À combien de fils êtes-vous abonné ?

- Entre 1 et 5  
 Entre 6 et 10  
 Entre 11 et 15  
[Entre 16 et 20 ne figurait pas par erreur dans le sondage. N.D.L.R.]  
 Entre 21 et 30  
 Plus de 30  
 Sans réponse

## II. Première représentation (Voir Figure 5)

Modern life-UPBRINGING

Par KD (Key Detail) en novembre 2010

Pour plus d'information sur l'artiste et ses peintures de rues, rendez-vous sur : <<http://www.facebook.com/KDKeyDetail>> ; <[http://www.flickr.com/photos/kd\\_space/](http://www.flickr.com/photos/kd_space/)> ; <<http://www.behance.net/KDspace>>

7. Selon vous, quel est le thème de cette représentation ?

- L'évolution  
 Les technologies  
 Le progrès  
 La surconsommation d'information  
 L'éducation  
 Autre

7 bis. [Répondre seulement à cette question si vous avez répondu « Autre » à la question 7]

Quel est alors selon vous le thème de l'image ci-dessus ? [Question ouverte]

## III. Seconde représentation (Voir Figure 6)

Extrait de l'affiche éditée par le Mundaneum dans le cadre de son exposition originale *Renaissance 2.0 : voyage aux origines du Web* (Mons, octobre 2012-juillet 2013) © Mundaneum  
Le site Web du Mundaneum : <<http://www.mundaneum.org/>>

8. Voici une seconde œuvre graphique, quel message voyez-vous dans cette représentation ? [Question ouverte]

## IV. Troisième représentation (Figure 7)

Pour cette troisième représentation, je vous propose de visionner le court métrage réalisé par Hannah Letaïf intitulé *Cases ou : « je ne suis pas un monstre »* (musique de Mathieu Adamski a.k.a Extra Pekoe, © L'atelier de production de la Cambre 2011). Vidéo disponible sur le lien suivant : <<http://vimeo.com/26792931>>. Cela vous prendra 3 minutes 43 secondes.

9. Au sujet de ce court métrage, le critique Franck Unimon écrit sur le site Format court : « il est difficile de s'en extraire — avachis devant le spectacle de cette déliquescence mécanique, dynamique et hypnotique » et conclut ainsi : « seule solution : nous débrancher ». Que vous inspire cette vidéo au regard de la pensée de Franck Unimon ? [Question ouverte]

## V. Opinions

10. Avez-vous déjà entendu l'expression « société de l'information » ?

- Oui  
 Non

10 bis. [Répondre seulement à cette question si vous avez répondu « Oui » à la question 10]

Quand l'avez-vous entendue pour la première fois ? [Question ouverte]



10 ter. [Répondre seulement à cette question si vous avez répondu « Oui » à la question 10]

Où l'avez-vous entendue pour la première fois ? [Question ouverte]

11. Que signifie pour vous l'expression « société de l'information » ? [Question ouverte]

12. Exprimez votre degré d'adhésion aux affirmations suivantes (d'accord, plutôt d'accord, moyennement d'accord, pas d'accord).

Nous vivons dans une société de l'information.

De nos jours, il y a trop d'informations disponibles.

J'ai parfois des difficultés à trouver l'information que je recherche.

J'ai davantage confiance en certaines sources d'informations.

Je maîtrise l'information (recherche, sélection et évaluation de la pertinence de l'information).

Détenir l'information c'est avoir un pouvoir.

13. Avez-vous déjà entendu le terme « infobésité » ?

- Oui  
 Non

13 bis. [Répondre seulement à cette question si vous avez répondu « Oui » à la question 13]

Quand l'avez-vous entendu pour la première fois ? [Question ouverte]

13 ter. [Répondre seulement à cette question si vous avez répondu « Oui » à la question 13]

Où l'avez-vous entendu pour la première fois ? [Question ouverte]

14. Selon Caroline Sauvajol-Rialland, maître de conférences à l'Institut des sciences politiques Paris, l'infobésité serait « la pathologie de la surcharge informationnelle ». Est-ce une problématique qui vous touche personnellement ?

- Oui  
 Non

## VI. Profil

Sexe

- Masculin  
 Féminin

Âge

Quel âge avez-vous ?

- Entre 18 et 22 ans  
 Entre 23 et 27 ans  
 Entre 28 et 32 ans  
 Entre 33 et 37 ans  
 Entre 38 et 42 ans  
 Entre 43 et 47 ans  
 Plus de 48 ans

Formation

Veillez indiquer tous les diplômes que vous avez obtenus au cours de votre cursus scolaire avant de suivre le programme de maîtrise en muséologie ainsi que le domaine d'étude.

- CÉGEP (domaine d'étude : )  
 Baccalauréat (domaine d'étude : )  
 Maîtrise (domaine d'étude : )  
 D. E. S. S. (domaine d'étude : )  
 Certificat (domaine d'étude : )  
 Doctorat (domaine d'étude : )  
 Autre (domaine d'étude : )  
 Sans réponse

Emploi

Avez-vous déjà travaillé dans l'un des secteurs suivants ? Veuillez préciser le poste occupé.

- Secteur des musées (poste occupé : )  
 Domaine de l'art (poste occupé : )  
 Profession de l'information (poste occupé : )  
 Je n'ai jamais travaillé dans l'un de ces domaines  
 Sans réponse

## VII. Commentaires

Tout d'abord, je tiens à vous remercier pour votre participation et d'avoir bien voulu prendre le temps de répondre à ce questionnaire. Je remercie également les artistes KD et Hannah Letaïf ainsi que le Musée du Mundaneum qui m'ont accordé le droit de présenter leurs créations ici.

Si vous avez des commentaires à faire sur les notions évoquées, les méthodes utilisées, le sondage en lui-même ou le projet, n'hésitez pas à m'en faire part ici. Vos remarques seront très appréciées et me serviront à m'améliorer.

Exprimez-vous. [Question ouverte]