

Apports de la problématique communicationnelle à la compréhension des processus de la diffusion des techniques

Dominique CARRÉ *

Il ne s'agit pas ici de rendre compte, de la façon dont la sociologie actuelle aborde le champ de la communication ; mais de s'interroger sur la manière dont les sciences de l'information et de la communication, sciences interdisciplinaires plus récentes que la sociologie, peuvent favoriser des apports utiles à la sociologie de la communication pour aborder les phénomènes communicationnels et encourager ainsi les échanges entre la sociologie de la communication et les sciences de l'information et de la communication.

1. GENÈSE DU QUESTIONNEMENT

M'intéressant depuis de nombreuses années, aux questions de la constitution de l'offre, à la diffusion, au développement des usages des TIC et à l'insertion sociale des techniques, comme l'informatique, la bureautique, la télématique, les réseaux câblés, les systèmes de communication mobile, l'*internet*, les autoroutes de l'information, mes recherches dès le départ, se sont plus portées sur l'informatique, les techniques d'information et sur les réseaux de connexion (fonction de mise en relation : réseau téléphonique, *internet* ...), que sur les réseaux de diffusion (fonction de production et d'édition des programmes). Techniques d'information qui, comme l'indiquent dès 1980, J.-Ph. Faivret, J.-L. Missika, D. Wolton, ont pour " matière première " la gestion et l'organisation des rapports sociaux. Ce qui m'intéresse, on l'aura compris, est avant tout la *techné*, c'est-à-dire la relation sujet-objet.

Des investigations ont été faites tout d'abord dans l'entreprise où j'ai étudié de quelle manière une nouvelle technique, puis les dispositifs technico-organisationnels se concevaient et se diffusaient dans les entreprises. Je me suis aperçu que la production de documents (schéma directeur, plan stratégique d'entreprise...), les actions diverses de communication (information et sensibilisation des personnels) et les stratégies managériales (information et consultation du comité d'entreprise, démarches participatives) prenaient une importance de plus en plus grande.

Puis mon intérêt s'est porté sur la manière dont l'État, et d'une manière plus générique les pouvoirs publics pensaient et conduisaient l'informatisation de la société française. De ces études, il ressortait que les productions discursives accompagnaient d'une manière conséquente l'informatisation de la société que cela soit lors de la diffusion de la télématique (années 1970-80) ou lors de la construction des autoroutes de l'information (années 1990-2000). Entre dans ces productions discursives les rapports officiels, la production journalistique, les stratégies de communication mises en œuvre également par les industriels sur les produits (publicité, approches marketing...).

Délaissant le plan sociétal, j'ai orienté mes recherches vers l'informatisation d'un secteur d'activités, celui de la santé dans lequel la modernisation prescrit l'informatisation

* Professeur des universités,
Chercheur au LabSIC –MSH Paris Nord, Université Paris 13

et la mise en réseau ; les TIC sont perçues comme moteur de la réforme et de l'ouverture vers une économie plus libérale des soins (Carré, Lacroix, 2001 ; Carré, Panico, 2000). J'ai été à nouveau particulièrement frappé par l'importance accordée aux productions discursives pour moderniser ce secteur d'activités.

De tout cela il ressortait que les productions discursives prenaient une place de plus importante dans les processus d'informatisation sociale, mais quel était le rôle, quelle était la fonction de la communication lors de la mise en place ou la diffusion de dispositifs technico-organisationnels à base de TIC que cela soit dans les entreprises, sur le plan sociétal ou dans le champ de la santé ?

Derrière cette interrogation, une question plus fondamentale à caractère plus épistémologique est présente : Les sciences de l'information et de la communication ont-elles quelque chose à nous apprendre sur la diffusion des techniques d'information et de communication ?

Cette mise en perspective s'inscrit en relation avec les éléments d'un programme de travail lancé par B. Miège (1998). Celui-ci n'indiquait-il pas que les sciences sociales sont trop souvent mises à l'écart dans l'étude de la communication. Un double processus, selon cet auteur, est observable : d'un côté des approches comme la médiologie, l'écologie cognitive et la communication hommes/machines mettent le communicationnel à l'écart du social ; de l'autre, les sciences sociales ne semblent pas avoir assez pris la mesure du paradigme communicationnel, ou trop souvent le dissolvent dans une approche jugée trop micro-sociale fondée principalement sur des relations intersubjectives (Miège, 1998).

2. ÉVALUATION DU CORPUS SCIENTIFIQUE

2.1. Les écrits d'Ellul et de Wilson

Je me suis tourné d'abord vers les écrits d'Ellul car j'avais observé que les productions discursives qui accompagnaient la diffusion des techniques révélaient un positionnement favorable au développement des TIC et comprenaient une trilogie : *Défis, Enjeux, Paris*, comme le mentionnait des 1988 J. Ellul dans son ouvrage *Le Bluff technologique* (pp. 22-29). Dans cet écrit l'auteur se proposait d'examiner ce que recouvrait la notion de "technologie". Par technologie, il faut entendre, comme le rappelle Ellul "le discours tenu sur la technique".

Comme l'indique cet auteur le discours participe au

« ... bluff gigantesque, dans lequel nous sommes pris, d'un discours sur les techniques qui ne cesse de nous faire prendre des vessies pour des lanternes et, ce qui est plus grave, de modifier notre comportement envers les techniques. Bluff des hommes politiques, bluff de médias (tous), bluff des techniciens (quand au lieu de travailler à leurs techniques, ils font des discours), bluff de la publicité... Et quand je dis bluff, c'est que l'on charge maintenant les techniques de centaines de réussites et d'exploits (dont on ne pose jamais ni les coûts, ni l'utilité, ni les dangers) et que la technique nous est dorénavant présentée expressément à la fois comme seule solution à tous nos problèmes collectifs (le chômage, la misère du monde, la crise, la pollution) ou individuels (la santé, la vie familiale, et même le sens de la vie)... Et il s'agit bien de bluff parce que dans ce discours l'on multiplie par cent les possibilités effectives des techniques et que l'on voile radicalement les aspects négatifs. » (Ellul, 1988, pp. 12-13).

En dehors de mettre en scène un bluff technologique, comme le précisait Ellul, il me semblait que les discours émanant des productions discursives avaient également une autre vocation. La lecture ensuite d'un texte sur la généalogie du discours futurologique d'un sociologue canadien, K. Wilson (1988) va me permettre de mieux prendre en compte la dimension discursive de ces productions. Pour Wilson, il est quasi-obligatoire que les discours sur les techniques ne cessent de se développer

« ... le discours sur les impacts futurs de la technologie ne peut être appuyé par des données empiriques, il doit faire constamment appel à un 'discours' d'anticipation (futures discourses) afin de légitimer ses énoncés... c'est par le biais de ce discours que les nouvelles technologies acquièrent une signification sociale » (Wilson, 1988, p. 15).

C'est pourquoi cet auteur insiste sur la nécessité d'analyser les discours qui permettent de parler de la technologie au futur. En effet, pour lui, toute évaluation critique des nouvelles technologies exige d'abord une compréhension des discours qui traitent des technologies.

Ainsi les productions discursives avaient vocation tout à la fois à participer au bluff technologique et à légitimer les décisions prises en matière de TIC. Ces éléments de réponse intéressants ne favorisaient qu'une réponse partielle à mon questionnement, car ils ne pouvaient s'appliquer qu'à certaines productions discursives (les rapports officiels, des documents d'entreprise...) mais qu'en était-il des productions en provenance des industriels sur les produits, les services ? Pour y répondre j'ai examiné dans un deuxième temps les modèles de diffusion des techniques.

2.2. Perspectives communicationnelles des modèles de la diffusion des techniques

Trois modèles sont à prendre en compte car ils donnent une place importante à l'information et à la communication.

Le « **modèle de la diffusion** » proposé par Everett T. Rogers en 1962 dans son ouvrage *The Diffusion of Innovations*. L'auteur s'interroge, notamment sur les conditions d'adoption d'une nouvelle variété de maïs hybride par les exploitants agricoles dans l'Iowa. Il établit l'importance décisive des structures sociales de communication dans les processus de décision et d'adoption des innovations. La diffusion se produit, selon cet auteur, par paliers en fonction de certains facteurs favorables à l'adoption empiriquement mis en évidence, par des individus ayant des personnalités et appartenant à des catégories sociales bien distinctes. Le processus de diffusion repose sur un modèle en cinq étapes : la connaissance de l'innovation (*knowledge*), la persuasion, la décision d'adoption (ou le rejet de l'innovation), la mise en œuvre (*implementation*) et la confirmation. Le modèle souligne l'importance des canaux de communication dans le processus d'adoption. Les médias de masse, particulièrement adaptés au premier stade (l'information) par la largeur de l'audience qu'ils atteignent et la simultanéité de la diffusion, sont censés pouvoir modifier les attitudes ancrées. Mais ce sont surtout les canaux interpersonnels, plus efficaces pour lutter contre les idées ou des habitudes profondément ancrées et contre l'apathie qui permettent l'échange et combattent les barrières psychosociologiques. Ils sont ainsi mieux adaptés au second stade (la persuasion) que les médias de masse.

Ce modèle explicatif a été amendé par E. Rogers et L. Kincaid (1981). À l'ancien modèle diffusionniste jugé trop mécanique, ils substituent l'analyse du réseau de

communication et du processus par lequel les participants à celui-ci créent et partagent des informations afin d'arriver à une compréhension mutuelle.

Le « modèle de la traduction » proposé par M. Akrich, M. Callon et B. Latour (1988, 1988). Reprenant les critiques adressées au diffusionnisme, ils s'inspirent des travaux des Écoles anglaises d'Edimbourg et de Bath. Travaillant sur l'étude du travail scientifique en laboratoire et la conception des innovations techniques, ils établissent l'importance des négociations entre les acteurs. Ce modèle repose sur une approche socio-technique et propose une analyse stratégique de l'innovation (stratégie d'intéressement). Négocier, c'est en fait redéfinir, réadapter, traduire les besoins, les demandes et les caractéristiques sociales de ceux à qui l'innovation est destinée en caractéristiques techniques et réciproquement. Ainsi l'adoption est synonyme d'adaptation. Ce processus s'opère à travers une opération : la traduction. Traduire c'est déplacer, mais traduire c'est également exprimer dans son propre langage ce que les autres veulent. L'objectif recherché est d'agréger les intérêts.

À quoi tient le succès des innovations ? À l'art d'intéresser un nombre croissant d'alliés qui rend le porteur du projet de plus en plus fort. À celui d'enrôler des acteurs et de choisir les bons porte-parole. La communication s'effectue ainsi principalement dans un cadre dialogique.

Le modèle que je qualifie de « socio-économique » a été formalisé peu à peu par des chercheurs français (Miège, Moeglin) et Québécois (Lacroix, Pronovost, Tremblay) dans diverses publications tant en France qu'au Québec. Privilégiant l'antériorité de l'offre industrielle, ces chercheurs ont identifié des étapes périodisant le processus d'implantation et de formation des usages : 1°) l'élaboration du projet social informatique où l'Etat joue le rôle central, 2°) l'établissement d'une norme technique et la prise en charge par des acteurs industriels de la réalisation concrète du projet,, 3°) La mise au point d'un prototype et sa mise à l'essai sociale qui permet d'affiner la proposition technique, 4°) L'amorce de la socialisation de la nouvelle technologie par des expérimentations grandeurs nature, grand public, ce qui marque l'entrée en scène des usagers en tant qu'acteurs réellement actifs dans le déroulement du processus, 5°) la première phase de commercialisation, durant laquelle se poursuit la mise au point de l'offre particulièrement au niveau des contenus, et par laquelle l'offre se donne une masse critique de consommateurs, ce qui lui permettra de légitimer ses efforts de généralisation, 6°) la généralisation qui se réalise sans toutefois que l'entièreté de la population soit touchée et qui se confond avec un mouvement de diversification et de pénétration dans un ensemble élargi de pratiques sociales.

Ainsi, étape après étape, les acteurs (Etat, industriels...) font avancer le processus d'informatisation sociale via des actions structurantes. À trois reprises (3 étapes sur 6), les chercheurs indiquent que les discours déployés jouent un rôle important : étape 1 – les discours politico-prospectifs ; étape 5 et 6 – les discours prescriptifs et actions prescriptives (Lacroix, Tremblay, Pronovost, 1993).

S'interrogeant sur « *Les usages de la notion d'usages* », quelque temps auparavant, Lacroix, Moeglin, Tremblay (1992) avaient mis en évidence l'importance des discours lors de la mise en marché d'une offre. Deux types de discours étaient identifiés : les discours promotionnels et les discours prescriptifs.

La mise à jour de ces discours venait en quelque sorte compléter et poursuivre utilement l'analyse faite par Wilson (1988) qui ne prenait en compte que les pratiques discursives de type futurologique, d'anticipation ou prédictif.

3. VERS UNE NOUVELLE APPROCHE : LA PRISE EN COMPTE DES « NORMES D'ACTION COMMUNICATIONNELLES »

Les discours prédictifs, d'anticipation, d'accompagnement ou d'injonction jouent indéniablement un rôle important dans le processus de mise en marché et de diffusion des TIC en préparant les esprits au changement ou en favorisant le développement ou la production de futurs usages.

Il me semblait tout d'abord que toute cette production discursive avait une fonction plus importante ; ensuite que la prise en compte de ces discours dans le processus d'informatisation prenait trop exclusivement en compte la finalité économique des dispositifs technico-organisationnels – rationalité pratique au sens ou l'entend Weber qui a pour objectif l'efficacité par l'adéquation des fins et des moyens. Il manquait une autre dimension la « rationalité en valeur ». Il m'est apparu qu'à travers la production de discours, les pouvoirs publics, les industriels cherchaient en quelque sorte à imposer, à réguler d'une certaine manière, via la communication, la diffusion des TIC en prodiguant des normes de fonctionnement. J'ai appelé ces normes, des « normes d'action communicationnelle » (Carré, 2002-a).

Pourquoi privilégier l'étude des normes d'action communicationnelle à l'œuvre ?

Parce qu'il s'agit d'identifier le statut, le rôle et la fonction de la communication dans les modes de diffusion (régulation) et de rendre visible les orientations idéologiques, culturelles et organisationnelles sous-jacentes.

Les normes d'action communicationnelle participent dans le cadre des « *relations publiques généralisées* » (Miège, 1997) à la mise en œuvre par l'État ou les entreprises de nouvelles techniques de gestion du social.

Comment s'élaborent ces normes. Je souhaite ici prendre l'exemple du champ de la santé pour tenter de l'explicitier très schématiquement.

Au milieu des années 1980, dès le moment où l'État énonce que le système socio-sanitaire est en crise, le virage ambulatoire est présenté comme la solution. Cependant, ce système est difficilement gérable, car fait défaut un élément le processus d'informatisation déployé début des années 1990, avec la phase de convergence des techniques d'information et de communication, la construction des autoroutes de l'information. Dès ce moment, le ministère de la Santé perçoit dans l'informatisation du secteur de la santé, la solution à la crise du système de soins. C'est le début de la greffe informatique sur le système socio-sanitaire. Les techniques d'information et de communication sont présentées par l'Administration de la santé tout à la fois comme le résultat de la réforme, la modernisation prescrit l'informatisation et comme le moteur de la réforme et de l'ouverture à de nouveaux acteurs, processus par lequel on compte ouvrir le secteur de la santé à l'investissement privé.

Si pour l'État, le diagnostic est clair et sans appel et le remède bien identifié, il reste à convaincre, du caractère excessif de la croissance des coûts maladies, d'un certain désengagement financier de celui-ci, de la réduction des personnels et des lits dans les hôpitaux et de la nécessité de reconfigurer le système socio-sanitaire le principal intéressé : le sujet, le patient, le malade, le citoyen pour ne pas dire le consommateur.

L'Administration de la santé développe alors toute une série de discours, de campagnes de communication et de médiatisation de l'information, constituant peu à peu des normes d'action communicationnelle.

3.1. Une communication dissuasive-persuasive

Se met en place une communication institutionnelle sur la crise socio-sanitaire et la nécessité de changer de comportements (communication d'intérêt général). L'objectif : préparer les esprits au changement. Le ministère de la Santé et son administration développent alors toute une série de discours et entreprennent des campagnes de communication pour instaurer une « idéologie » de la culpabilisation de façon à légitimer l'imposition de la solution. Cette communication généraliste se segmente ensuite pour tenir compte des populations visées.

« Culpabilisation tout d'abord et principalement des patients qui pratiquent le nomadisme médical, qui consomment trop de médicaments, qui mettent leur santé en danger (en Grande-Bretagne, certains médecins refuseront même de soigner des fumeurs atteints de cancers). Dans cette optique les patients-consommateurs sont responsables de leurs maladies. Culpabilisation, ensuite, des médecins qui délivrent trop d'ordonnances, prescrivent trop d'examen complémentaires inutiles, qui préconisent d'une manière systématique des traitements aux antibiotiques, qui sont trop à l'écoute de leurs clients. Culpabilisation des pharmaciens qui ne proposent pas de médicaments génériques. Culpabilisation des responsables d'hôpitaux qui développent une approche plus hôtelière que médicale... » (Carré, 2002-b, p. 224).

La communication publique¹ met alors l'accent sur les comportements « déviants », peu « citoyens », de certains groupes sociaux, comme on vient de le voir, pour tenter de modifier les attitudes, voire les comportements préjudiciables à l'intérêt individuel ou général. Cette stratégie de la culpabilisation ciblée, bien connue en communication publique, a un objectif : attribuer la responsabilité de la situation globale à chaque acteur en individualisant le comportement, voire à quelques groupes socioprofessionnels, pour réformer à tort ou à raison sans eux, c'est-à-dire sans organiser un large débat public, sans négocier véritablement avec les professionnels.

La culpabilité individuelle est pensée comme système explicatif de l'augmentation des dépenses de santé. Chaque individu, pris individuellement, doit se considérer comme responsable, pour ne pas dire comptable devant la communauté de l'évolution des dépenses de santé.

Dans un premier temps, il s'agit de dissuader les intéressés en créant un inconfort psychologique et social. Dans un deuxième temps, la communication persuasive succède à la communication dissuasive. L'objectif est alors de corriger, au nom du bien-être individuel et de l'intérêt collectif, par la persuasion, la crainte, voire la menace de punition, des comportements individuels préjudiciables, récurrents et généralisés. Cette communication comportementale sert à substituer des pratiques souhaitées à des attitudes jugées « préjudiciables », tout en favorisant l'émergence d'un nouvel environnement cognitif favorable à l'évolution recherchée.

¹ Cf. B. Miège (1989, p. 121) : « Ce que nous entendons par communication publique n'est pas en contradiction avec le processus de scientification de la politique qui inquiète J. Habermas, mais se situe à un autre niveau : celui des contradictions que rencontrent les administrations de l'État dans leurs relations avec les 'administrés'. Non seulement l'État doit faire face à de nouvelles responsabilités (qui se sont amplifiées dans le cadre de l'État-Providence), mais il est amené à utiliser de nouveaux procédés de gestion, y compris des procédés de gestion de l'opinion qui ont été mis au point dans la sphère des affaires commerciales et industrielles ».

3.2. La publicisation de la télémédecine

À la communication dissuasive-persuasive, s'ajoute la publicisation d'une activité modernisatrice, la télémédecine. Ainsi progressivement les normes d'action communicationnelle en santé se construisent.

« Bien que la télémédecine ne soit pas inscrite en tant que telle dans la réforme, elle va être mise en avant par les pouvoirs publics et les industriels afin de publiciser l'arrivée d'une médecine moderne, efficace, progressiste, " médecine de pointe ". La télémédecine (téléconsultation, télésurveillance, téléexpertise...) aura le mérite d'être le " faire valoir " d'une politique de santé qui a la prétention de développer une médecine à distance, de se vouloir au plus près du malade, d'améliorer la qualité des soins, de rendre le patient plus autonome, de mieux insérer les patients atteints de maladies chroniques ; mais qui, de fait, a des visées plus laborieuses, plus besogneuses. Celle d'inscrire la mise en réseau de la santé dans les ressorts de la modernisation, favorisant la réduction des coûts, la rationalisation des actes, le contrôle grandissant des pratiques soignantes. La télémédecine prise dans les mailles de la convergence technologique, pilier des autoroutes de l'information, contribue alors à forger une représentation sociale en accord avec les discours sur la réforme de la santé et sur la société de l'information. Dans ce contexte, la télémédecine participe d'une manière positive à la construction d'une nouvelle représentation " moderniste " des conditions de l'accès aux soins et aux pratiques soignantes. » (Carré, 2002-b, p. 224-225).

Pourquoi publiciser la télémédecine ?

Celle-ci a le mérite de valoriser tout à la fois les prouesses techniques et les objectifs « nobles » comme l'amélioration de la qualité des soins, l'humanisation de la médecine, l'autonomie du patient etc. au détriment d'objectifs moins avouables (plus laborieux, plus industriels...) auprès du grand public et des professionnels de la santé.

3.3. Les discours prescriptifs

Les normes d'action communicationnelle spécifiques au secteur de la santé se précisent. Elles comprennent une communication dissuasive-persuasive et la publicisation de la télémédecine. S'y ajoutent des discours prescriptifs.

Le ministère de la Santé met l'accent, enfin, sur la nécessité de la mobilité des informations plutôt que des malades. L'idée sous-jacente est non plus d'organiser les services de soins autour du personnel de santé, mais bien autour du patient. Cela se traduit tout à la fois par la volonté de mettre en œuvre ce qu'on appelle le virage ambulatoire dans le secteur de la santé, de développer une infrastructure de télécommunications, le Réseau Santé Social (RSS), d'informatiser les dossiers-patients et d'inscrire ce secteur dans la société de l'information.

Les politiques publiques entraînent également le développement de décisions et des réglementations qui prescrivent des usages. À titre d'exemples, la réforme de la sécurité sociale de 1995 oblige les médecins à s'informatiser ; la circulaire du 10 mai 1995 met en place la généralisation du programme de médicalisation des systèmes d'information ; l'ordonnance du 24 avril 1996, qui porte sur la réforme de l'hospitalisation publique et privée, a pour but de créer une dynamique qui favorise la coopération, et les échanges d'information entre les structures médicales au sein d'un même territoire.

Ces réformes sont accompagnées, entre 1997 et 1999, de textes réglementaires qui concernent d'autres composantes des systèmes d'information de santé : la carte d'assurance maladie informatisée (carte Vitale), dont il est indiqué qu'elle constitue l'un des éléments de la politique de santé, la carte professionnelle informatisée de santé (dite CPS), la feuille de soins électronique (FSE) ou la dématérialisation des documents nécessaires au remboursement des soins. Il faut mentionner également les décrets, qui ne sont pas propres au secteur de la santé, mais qui le concernent indirectement. Il s'agit de la libéralisation de l'usage des moyens cryptographiques et la loi sur la signature électronique (Thonnet, 2001, pp. 80-81).

Ainsi, est-on en présence d'un État qui, tout à la fois, participe à la constitution d'une offre de télé-services en santé, l'orientant vers une économie plus libérale du soin, tout en prescrivant des usages.

4. EN GUISE DE CONCLUSION

Dans le secteur de la santé, les normes d'action communicationnelle sont constituées de trois éléments : une communication dissuasive-persuasive, à laquelle s'ajoute la publicisation de la télémédecine, puis des discours prescriptifs. Ces normes ont vocation à engendrer une nouvelle forme de régulation sociale en santé.

Il s'agissait ici de planter les premiers jalons et d'esquisser une analyse appelée à être approfondie et poursuivie. Beaucoup reste à faire pour rendre compte du rôle des normes d'action communicationnelles dans la diffusion des techniques d'information et de communication.

BIBLIOGRAPHIE

AKRICH M., CALLON M., LATOUR B. (1988) : « A quoi tient le succès des innovations. Premier épisode : l'art de l'intéressement », in *Annales des Mines*, juin 1988, pp. 4-16.

AKRICH, M., CALLON M., LATOUR B. (1988) : « A quoi tient le succès des innovations. Deuxième épisode : l'art de choisir les bons porte-parole », in *Annales des Mines*, septembre 1988, pp. 14-29.

CARRÉ D. (2002-a) : *La régulation sociale de la diffusion des techniques d'information et de communication. Approche socio-politique et problématique communicationnelle*, Mémoire en vue de l'habilitation à diriger des recherches, sous la direction du Professeur B. Miège, Université Stendhal, Grenoble 3.

CARRÉ D. (2002-b) : « Au service de la régulation : la communication. Premiers éléments de questionnement et réflexion dans le champ de la santé », in Actes du XIIIe Congrès national des sciences de l'information et de la communication *Les recherches en information et communication et leurs perspectives. Histoire, objet, pouvoir, méthode*, Marseille 7-9 octobre 2002.

CARRÉ D., LACROIX J.-G... – dir - (2001) : *La santé et les autoroutes de l'information. La greffe informatique*, Paris, L'Harmattan.

- CARRÉ D., PANICO R. (2000) : « Enjeux socio-médicaux de la modernisation de la santé. Réflexions sur la rationalisation et de la mise en relation électronique du soin et de sa gestion », in *Terminal*, Printemps-Eté 2000.
- CARRÉ D. (1996) : « Télématique et autoroutes de l'information. Manières de penser et de conduire l'informatisation de la société », in AILF-LexiPraxi 96 : *Société de l'information : les enjeux culturels*, Actes du colloque, Paris, 11 décembre 1996.
- CARRÉ D., VALENDUC G. (1991) : *Choix technologiques et concertation sociale, Entreprises, Régions, Europe*, Paris, Economica, Collection CPE.
- ELLUL J. (1988) : *Le bluff technologique*, Paris, Hachette.
- FAIVRET J.-Ph., MISSIKA J ;.-L., WOLTON D.. (1980) : *L'illusion écologique*, Paris, Seuil.
- LACROIX J.-G., MOEGLIN P., TREMBLAY G. (1992) : « Usages de la notion d'usages », *Les nouveaux espaces de l'information et de la communication*, in Actes du 8^e congrès national des Sciences de l'Information et de la Communication, Lille, 21 – 23 mai 1992, pp. 239-248.
- LACROIX J.-G., TREMBLAY G., PRONOVOST G. (1993) : « La mise en place de l'offre de formation des usages des NTIC. Le cas de Videoway et de Télétel », in *Cahiers de recherche sociologique*, Université du Québec à Montréal, pp. 79 – 122.
- MIÈGE B. (1998) : « Le communicationnel et le social : déficits récurrents et nécessaires (re)-positionnements théoriques », in *Loisir et Société*, vol. 21, n° 1, Presses de l'Université du Québec, pp. 25-42.
- MIÈGE B. (1997) : *La société conquise par la communication. La communication entre l'industrie et l'espace public*, tome 2, Grenoble. Presses universitaires de Grenoble.
- MIÈGE B (1989) : *La société conquise par la communication*, tome 1, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- ROGERS E. (1962 et 1982) : *The diffusion of innovations*, New York, Free Press, 1^{ère} et 3^{ème} édition.
- ROGERS E., KINCAID L. (1981) : *Communication networks : Toward a new paradigm for research*, New York, Free Press.
- THONNET, M. (1999) : « La construction des systèmes d'information en santé », in *Sciences de la Société*, n° 47, mai 1999, pp. 153-159.
- WILSON, K. (1988) : « La technologie conjuguée au futur », in *TIS*, vol. 1, n° 1, Presses de l'Université du Québec, pp. 13 – 39.