

Pratiques et usages organisationnels des nouveaux médias dans les entreprises d'économie sociale et solidaire

Khaled Zouari

Docteur en SIC, Enseignant

Groupe de recherche IDIL

IUT de Roanne, Université Jean Monnet

20, avenue de Paris

42334 Roanne, cedex

khaled.zouari@univ-st-etienne.fr

Section de rattachement : 71

Secteur : Tertiaire

RESUME : La communication organisationnelle a été longtemps considérée comme un outil (fonctionnel et symbolique) de l'organisation. En effet, plusieurs recherches, en sciences de l'information et de la communication, ont déjà montré que les logiques d'implantation des TIC et des nouveaux médias dans les organisations reposent sur une vision centrée sur l'outil technique et le contenu de l'information qui circule à l'intérieur de cet outil.

A travers une étude exploratoire cette contribution, s'interroge sur l'articulation entre TIC, communication et organisation. Nous nous intéresserons ici à la complémentarité de différents niveaux d'analyse sur la communication organisationnelle via les nouveaux médias (notamment analyse des interactions en situation de travail et analyse des discours produits par les acteurs de l'organisation). Nous aborderons aussi les enjeux organisationnels, les pratiques d'usages et la place des nouveaux médias dans les processus de communication au sein des organisations du tiers secteur à savoir l'économie sociale et solidaire.

MOTS-CLES : Communication, Organisation, TIC, Internet, Nouveaux médias, Tiers secteur.

Introduction

Cette contribution a pour objectif d'alimenter le débat sur les problématiques émergentes et les travaux de recherches concernant les pratiques et usages des sciences et technologie de l'information et de la communication dans les organisations¹.

Les pratiques de mise en œuvre de ces technologies sont souvent analysées dans des perspectives qui privilégient les interactions individuelles en situation, en les mettant éventuellement en relation, parfois de façon un peu artificielle, avec des évolutions sociétales et économiques globales (Wolton, 1999). La dimension organisationnelle et le contexte institutionnel de l'émergence de ces pratiques sont ainsi parfois négligés ou massivement sous estimés, alors que les innovations, affectant les formes organisationnelles, apparaissent

¹ Le Moëne C., Loneux C., « Pourquoi les recherches sur les pratiques et usages des sciences et technologies de l'information et de la communication ne peuvent plus ignorer le contexte organisationnel ? » in : *actes du colloque international Usages organisationnels des TIC*, Rennes, 7, 8 et 9 septembre 2006.

comme des éléments majeurs des compétitions mondiales des firmes, mais également des états et de différents acteurs collectifs, organisés en réseaux, pour de nouvelles logiques d'efficacité (Le Moenne, Loneux 2006).

Dans les entreprises dites de tiers secteur, diverses problématiques d'analyse de ces pratiques en termes d'usages tendent par ailleurs à mettre en lumière les enjeux organisationnels et les pratiques d'usages de ces technologies. D'autres s'interrogent sur le fait que les TIC affectent à l'évidence la délimitation antérieure des frontières entre entreprise et environnements sociétaux, et participent au renforcement de la visibilité des organisations dans les sphères professionnelles, publiques et privées.

A travers une étude exploratoire qui repose sur une enquête exploratoire sous forme d'entretiens semi directifs avec les responsables des organisations² nous souhaitons comprendre en quoi le recours aux nouveaux médias (Internet en particulier) constitue une accélération et un accompagnement de la montée en visibilité politique (au niveau régional) et sociale (progression du commerce équitable, de l'épargne solidaire...etc.) du champ de l'économie solidaire et comment, dans le même temps, les acteurs œuvrant dans ce domaine font appel aux TIC *pour la promotion et la valorisation de pratiques économiques novatrices*³ auprès du grand public. Ainsi notre propos s'attachera, à travers des concepts mis en place par des chercheurs travaillant sur la communication des organisations⁴ et ceux travaillant sur l'économie solidaire⁵, à repérer les pratiques d'usages des nouveaux médias de type Internet dans les entreprises de tiers secteur à savoir les organisations de l'économie sociale et solidaire. Pour cela, nous essayerons, en premier lieu, de présenter les enjeux du recours à l'usage d'Internet dans les entreprises de l'économie solidaire en Europe. Puis, dans un deuxième temps, nous traiterons les pratiques d'usages émergents et le rôle de l'Internet dans les organisations.

1. Les enjeux du recours à l'usage des nouveaux médias dans les entreprises d'économie solidaire

Aujourd'hui de nouvelles modalités d'engagement dans l'espace public se font jour. Parmi ces dernières, on retrouve les initiatives d'économie solidaire qui visent à « promouvoir la démocratie économique à partir d'engagements citoyens »⁶. Or, l'économie solidaire se trouve marginalisée dans l'espace médiatique, dès lors les militants de ce champ se tournent vers les l'Internet pour diffuser et promouvoir les changements sociaux dont ils sont porteurs.

Face à des médias traditionnels ne donnant qu'une visibilité très partielle de l'économie solidaire (Larpin, 2008), les acteurs interrogés ont misé sur Internet pour toucher l'opinion et provoquer le débat public. Derrière la volonté stratégique commune d'accéder directement à l'espace public, on retrouve, en fait plusieurs raisons avancées par les acteurs pour justifier la création d'un site. Ces dernières peuvent être organisationnelles (renforcer la cohésion de l'équipe autour d'un projet concret, l'envie de donner une image dynamique et moderne de l'organisation par exemple) ou communicationnelles (contourner un espace public peu ouvert à l'économie sociale et solidaire et l'espoir de toucher un public international).

² Dacheux E., Goujon D., Zouari K., « L'économie solidaire et les TIC », Groupe IDIL, IUT de Roanne et Groupe de recherche communication et solidarité de l'Université Clermont-Ferrand2.

³ Laville J-L. Dacheux E. (2003), *Economie solidaire et démocratie*, in : *Hermès*, N°36.

⁴ Le Moëne Christian et Loneux Catherine.- « Pourquoi les recherches sur les pratiques et usages des sciences et technologies de l'information et de la communication ne peuvent plus ignorer le contexte organisationnel ? » in : *actes du colloques international Usages organisationnels des TIC*, Rennes, 7, 8 et 9 septembre 2006.

⁵ Voir à ce propos le numéro 36 de la revue *Hermès* coordonné par de Jean-Louis Laville et Éric Dacheux.

⁶ Ion J., « Mobilisations militantes et représentation politique », in : *Cosmopolitiques*, n°12, 2006.

1.1. Promouvoir une notion dont les médias ne parlent pas

Souvent très fortement dénoncé par les acteurs, la faible visibilité médiatique de l'économie solidaire est toujours d'actualité⁷. Certes, l'économie solidaire n'est pas absente des médias puisqu'il existe une presse spécialisée qui parle de ce secteur d'activité (Travailler dans l'économie sociale et solidaire, La lettre de l'économie sociale, etc.) qui est aussi couvert par la presse militante (Silence, Peuple solidaire, etc.). De plus, la presse quotidienne régionale répercute facilement les événements (forum, conférences, etc.) créés par les acteurs de l'économie solidaire, tandis que la presse nationale, y compris audiovisuelle, consacre quelques reportages à des activités comme le commerce équitable, le tourisme solidaire ou la finance solidaire. Il n'y donc pas une invisibilité totale de l'économie solidaire, mais une invisibilité partielle.

Ces discours sur un espace médiatique peu ouvert à l'économie solidaire reviennent régulièrement dans les discours des militants. Le site Internet par exemple est perçu comme un outil qui va permettre de faire connaître le projet politique de l'économie solidaire, de faire évoluer les représentations en militant « *pour le lien plutôt que pour le bien* »⁸. Pour les acteurs interrogés l'usage de l'Internet et la création de sites web constituent « *une stratégie pour gagner la confiance des adhérents et des militants* »⁹. Ainsi, en s'affichant sur l'Internet les acteurs tentent de toucher un large public et acquérir une notoriété et une visibilité. Cette démarche vise à compenser l'absence ou plutôt l'impression d'absence des discours sur l'économie sociale et solidaire dans les médias traditionnels.

1.2. Rencontrer le public cible de l'organisation

Le recours aux nouveaux médias recouvre un enjeu principal celui de l'image de marque des entreprises de l'économie sociale et solidaire auprès du public cible de l'organisation. Pour les acteurs le site est la vitrine de l'organisation. Il permet de faire connaître le discours militant porté par la structure, mais aussi de présenter les services offerts, d'attirer le public vers les services proposés : « *le site a vocation à présenter notre association afin que toute personne qui recherche un accompagnement pour son projet puisse nous connaître et nous contacter facilement* » souligne le responsable de l'association Active¹⁰.

Cette première partie nous a donc permis de comprendre pourquoi des organisations d'économie solidaire se lançaient dans la création de sites et de voir les éléments de la réalisation de cette volonté stratégique et les enjeux stratégiques derrière ce recours à l'introduction et à l'usage des NTIC dans les organisations de l'économie sociale et solidaire. Nous avons montré dans cette première partie de notre contribution, que l'usage des TIC est gouverné, *a priori*, par des enjeux instrumentales : mieux communiquer, plus vite, à moindre coût, partout, à tout moment, gagner en puissance et en efficacité.

Nous allons maintenant passer au deuxième volet de notre contribution, les pratiques et les usages des nouveaux médias dans les organisations de l'économie sociale et solidaire.

⁷ Dacheux, E., (sous dir).- *Communiquer l'utopie. Économie solidaire et démocratie*, Paris : l'Harmattan, 2007.

⁸ Leitmotiv que l'on rencontre dans la plupart des présentations de l'économie solidaire.

⁹ Extrait de l'entretien réalisé le 12 février 2008 avec Laurent Thoviste le directeur de rédaction du Portail de l'économie sociale et solidaire et travailleurs sociaux.

¹⁰ Extrait de l'entretien réalisé le 13 mars 2008 avec Sylvie Rochard la responsable d'Active.

2. Les pratiques et les usages des nouveaux médias dans les organisations de l'économie sociale et solidaire

A travers notre étude nous avons remarqué qu'à l'échelle des organismes de l'économie sociale et solidaire, l'appropriation des nouveaux médias et surtout de l'Internet dépend non seulement de critères techniques mais aussi de facteurs sociaux, notamment leurs objectifs, leurs « *façons de faire ou leurs Arts de faire* » (De Certeau 1980) et leurs modes d'organisation¹¹. Si les services de l'Internet ont été largement mobilisés au sein du réseau solidaire, à la fois en termes quantitatifs avec une utilisation de plus en plus systématique et en termes qualitatifs avec des usages de plus en plus diversifiés, c'est parce que l'objectif de l'association est de produire un discours alternatif.

A travers notre étude exploratoire, nous avons pu constater que les pratiques d'usages sont les suivantes :

- L'usage des nouveaux médias pour être en contact avec les internautes.
- L'usage d'Internet afin de participer à l'espace public et produire une information pour contourner un espace public peu ouvert aux activités de l'économie sociale et solidaire.
- Et enfin l'usage de nouveaux médias pour la diffusion de l'information.

Nous allons essayer de développer ces trois éléments dans les paragraphes suivants.

2.1. Les TIC comme outils de renforcement du rapport au public

Le rapport entre le social et les techniques de l'information et de la communication a été le plus souvent appréhendé dans les discours des acteurs des sites à travers le déterminisme flottant. L'examen de pratiques d'usages de nouveaux médias nous permet d'éclairer ces discours autour de l'usage de l'Internet comme moyen de contact avec le public et comme outil de participation à l'espace public.

Certains acteurs interrogés considèrent l'Internet comme un moyen de communication « précieux » à travers la messagerie électronique. Cette technique apparaît aux yeux des rédacteurs comme un outil de travail au même titre que leurs contacts avec les internautes. La messagerie (email) constitue pour eux « *un moyen d'entrer en contact avec les internautes qui ne sont pas toujours accessibles, mais elle rend les militants plus ou moins visible et connu par les internautes* »¹².

Partant, nous pouvons constater que l'Internet est utilisé comme un moyen de communication et de contact avec l'internaute. Avec le courrier électronique, les responsables des organisations peuvent entrer en contact avec les militants. La majorité des acteurs présentent ces relations avec l'internaute à travers les nouveaux médias comme importantes.

Nous soulignons ici que la possibilité d'interaction directe est perçue comme « *un effet positif à l'absence de la médiation* »¹³. En effet, cet outil de communication devient alors transparent aux yeux des responsables des organisations étudiées et les avis de quelques internautes deviennent, pour eux, les réactions du public mais aussi « *une façon de gagner de nouveaux adhérents* »¹⁴. Les caractéristiques de la messagerie qui sont mises en avant

¹¹ Floris, B., « Les TICs dans l'intégration organisationnelle des entreprises et du marché », in : *Actes du colloques international Usages organisationnels des TIC*, Rennes, 7, 8 et 9 septembre 2006.

¹² Extrait de l'entretien en date de 12 février 08 avec le directeur de rédaction du Portail de l'économie sociale et solidaire et travailleurs sociaux.

¹³ Georges E., « Internet au service de la démocratie ? », in : *2001 Bogues. Globalisme et Pluralisme. Tome 4. Communication, démocratie et globalisation*, Gaëtan Tremblay et Armand Mattelart (dir.), Québec : Presses de l'Université Laval, 2003.

¹⁴ Extrait de l'entretien en date de 12 février 08 avec le directeur de rédaction du site de l'association Active.

dans les discours des acteurs sont celle de l'ouverture à ce public, de l'échange de la proximité. Cette idée rejoint celle sur la production du discours les plus fort sur les promesses de l'Internet, la idée qu'on peut qualifier d'euphorie, et les responsables des organisations étudiées n'ont pas dérogé à l'enthousiasme général. En effet, « *certain ont vu dans la messagerie électronique l'avènement d'une communication directe et planétaire, rarement réalisable dans le cadre d'un média dans sa relation avec les destinataires* »¹⁵.

Nous avons essayé de montrer, à partir du discours des rédacteurs, ce que représente un outil de communication qu'est l'Internet en tant qu'un moyen de contact et de communication interpersonnelle avec les publics et comment cet outil est appréhendé. Ce passage nous paraît important du point de vue de l'appropriation du support par les professionnels mais aussi par l'organisation.

2.2. Organisation de l'économie sociale et solidaire, TIC et espace public

En matière d'utilisations collectives de l'Internet à des fins de participation à l'espace public, nous avons constaté que diverses situations peuvent existées. Les usages effectifs de cet espace public demeurent fortement diversifiés d'après nos observations. Les postures vis-à-vis de l'informatique et de l'Internet varient considérablement, allant d'une activité importante et variée (avec création de site multilingue, collaboration à un site collectif, élaboration d'une lettre d'information diffusée par listes, pratique régulière du courrier électronique et des échanges en groupe grâce aux listes et forums de discussion, aux chats, etc.).

De manière générale, les pratiques d'usages des TIC visent à « *contourner un espace médiatique peu ouvert à l'économie solidaire, pour accéder à l'espace public* »¹⁶. En effet, si aujourd'hui l'espace médiatique (presse, radio, télévision) constitue la voie d'accès privilégié à l'espace public¹⁷, l'espace public ne se réduit pas à cet espace traditionnel. D'une part, parce que l'espace public est aussi *un espace physique, un lieu d'engagement*¹⁸, d'autre part, parce que *l'espace médiatique actuel ne se réduit pas aux médias traditionnels*¹⁹.

Face à des médias traditionnels ne donnant qu'une *visibilité très partielle de l'économie solidaire*²⁰, les acteurs interrogés ont misé sur Internet pour toucher l'opinion et provoquer le débat public. Derrière la volonté stratégique commune d'accéder directement à l'espace public, on retrouve, en fait plusieurs raisons avancées par les acteurs pour justifier la création d'un site. Ces dernières peuvent être organisationnelles (renforcer la cohésion de l'équipe autour d'un projet concret, par exemple) ou communicationnelles (contourner un espace médiatique peu ouvert à l'économie solidaire). Parmi ces dernières, l'envie de donner une image dynamique et moderne de l'organisation ou l'espoir de toucher un public international ont été mentionnées par les responsables contactés.

¹⁵ Dacheux E., Goujon D., Zouari K.,- « Économie solidaire et TIC : stratégie de diffusion et analyse en réception », In : *XVIIIème Congrès de l'Association Internationale des Sociologues de Langue Française (AISLF)*, Université de Galatasaray Istanbul, Turquie, juillet. 2008

¹⁶ Floris, B., « Les TICs dans l'intégration organisationnelle des entreprises et du marché », in : *Actes du colloques international Usages organisationnels des TIC*, Rennes, 7, 8 et 9 septembre 2006.

¹⁷ Wolton D., *Internet et après ?* Paris : Flammarion 1999.

¹⁸ Ion J., « Mobilisations militantes et représentation politique », in : *Cosmopolitiques*, n°12, 2006.

¹⁹ Macé E., Maigret E., *Penser les Médiascultures*, Paris : Armand Colin, 2005.

²⁰ Larpin E., « Petite contribution à l'histoire des liens entre médias et économie sociale et solidaire », in : *Communiquer l'utopie. Économie solidaire et démocratie*, DACHEUX Éric (dir.), Paris : l'Harmattan 2008.

2.3. Les TIC comme outils de diffusion de l'information

En tant que système décentralisé, les TIC et Internet en particulier donne accès à un nombre considérable d'informations moins « filtrées » que sur d'autres supports de sens. Les concepteurs de sites dédiés à l'économie sociale et solidaire ont d'ailleurs vu celui-ci non seulement comme un moyen de stockage d'écrits interconnectés les uns aux autres, mais ils ont aussi considéré les sites Internet comme un environnement sophistiqué de recherche d'information qui permettrait un accès nouveau aux valeurs dont ils sont porteurs. Selon Vincent Mosco²¹, on retrouve souvent ici des discours qui participent du rêve des philosophes et des bibliothécaires : rendre l'ensemble de l'information disponible dans le monde sans que nous ayons besoin de temps, d'énergie et d'argent pour nous déplacer dans les lieux où sont stockées ces informations.

A travers notre étude nous avons remarqué que la mise en ligne d'informations représente tout de même un travail considérable²². La numérisation de documents pose des questions de différents ordres : économique (en termes de coût), technique (la difficulté à numériser certains documents fragiles) et juridique (des questions de droit d'auteur). De plus, nous avons constaté au sujet de sites de l'économie sociale et solidaire un manque de rapidité pour la mise en ligne d'informations et l'absence de la pratique systématique de l'archivage.

Nous avons essayé dans cette deuxième partie de notre contribution de s'interroger sur les usages effectifs des TIC et surtout d'Internet dans les organisations de l'économie sociale et solidaire. Nous avons montré que les usages sont de trois ordres : un moyen de contact avec le public et les adhérents, un moyen de participation à l'espace public et un outil de diffusion de l'information et des valeurs dont les acteurs de l'économie sociale et solidaire sont porteurs. La suite de notre article sera l'étude du rôle des nouveaux médias dans la reconfiguration des formes des organisations de l'économie sociale et solidaire.

3. Les entreprises du tiers secteur et les nouveaux médias

Parmi les champs économiques où l'introduction des NTIC et surtout d'internet suscite des réflexions remarquables, le domaine de l'économie solidaire et les entreprises du tiers secteur en général (Livian 2005). Les supports informationnels et communicationnels se diversifient et s'hybrident, la recomposition économique est incessante et le statut de l'information est très fluctuant.

Nous allons s'efforcer ici d'analyser et de penser les évolutions portées par l'introduction et les usages des TIC sur les formes organisationnelles instables, évolutives, et en rupture avec les problématiques de modèles de la norme²³. En nous appuyant sur ces réflexions, nous visons à alimenter les débats sur la problématique de la communication organisationnelle face aux TIC et voir comment les acteurs des entreprises de l'économie sociale et solidaire concernées par les TIC, font face aux enjeux organisationnels à travers la mise en œuvre de programmes de travail collaboratifs au sein de l'entreprise.

²¹ Cité par Georges E., « Internet au service de la démocratie ? », in : *2001 Bogues. Globalisme et Pluralisme. Tome 4. Communication, démocratie et globalisation*, Gaëtan Tremblay et Armand Mattelart (dir.), Québec : Presses de l'Université Laval, 2003.

²² Extrait de l'entretien en date de 12 février 08 avec le directeur de rédaction du Portail de l'économie sociale et solidaire et travailleurs sociaux.

²³ Le Moëne C., Loneux C., « Pourquoi les recherches sur les pratiques et usages des sciences et technologies de l'information et de la communication ne peuvent plus ignorer le contexte organisationnel ? » in : *Actes du colloque international : Usages organisationnels des TIC*, Rennes, 7, 8 et 9 septembre 2006.

Quoi qu'il en soit opportunité ou risque, les nouveaux médias et l'Internet en particulier constituent pour certains acteurs un défi à relever pour le développement de leurs activités et le renforcement de leurs positions sur le marché économique. En effet, l'analyse des résultats de notre enquête montre que les responsables des sites adoptent une attitude beaucoup plus pragmatique et justifient le recours aux nouveaux médias comme un enjeu majeur pour faire face aux « *contraintes externes et à la concurrence, mais aussi renforcer la visibilité médiatique partielle, et répondre aux exigences de flexibilité et de diversification des activités* »²⁴.

Nous évoquons ici une sorte d'affrontement entre un processus de rationalisation qui se développe dans les références métiers/rôles/missions des acteurs, issue du poids de fondamentaux encore présents dans l'esprit de nombreux acteurs²⁵. En effet, l'intériorisation des valeurs de la forme organisationnelle de l'économie sociale et solidaire semble s'opérer au travers de rôles joués par les acteurs en situation, et plus largement, dans la mise en scène, au sens où l'entend Goffman²⁶, de leur action pour qu'elle apparaisse sérieuse auprès de leurs partenaires. Ils s'adaptent de manière primaire, en se conformant au rôle que l'on attend d'eux, mais aussi de manière secondaire, dans la mesure où ils dérogent aux règles prévues pour conserver leur identité mais aussi pour parvenir à réaliser leurs objectifs. Ces *processus de cadrage*, qui conduisent à définir le contexte des interactions afin d'orienter les interprétations, s'appuient sur des normes extérieures, les adaptent, mais en même temps contribuent à les propager. Il y a finalement un point d'achoppement entre le symbolique et le fonctionnel. Si l'introduction des nouveaux médias a trouvé sa place et si elle est légitimée par les acteurs sur la base de motivations souvent identiques (changer, être plus performant, avoir un capital de mémoire réactive, mieux maîtriser les coûts et la réactivité de la démarche en équipe) ; elle est diversement intégrée dans les pratiques et diversement appropriée par rapport aux normes de fonctionnement et aux outils intégrés dans le dispositif. Il y a donc des enjeux significatifs liés à la légitimation, à l'identité, à la place, au rôle, et à une dimension collective des actions et des valeurs incarnées par les organisations de l'économie sociale et solidaire.

Les motivations vis-à-vis des TIC apparaissent comme très hétérogènes. L'usage des outils techniques devait fonder une culture de travail intensive et globalisée se traduit plutôt par des positionnements réactifs, individualisés. Pour autant, les acteurs de l'organisation possèdent en commun un sentiment sur l'obligation de changement et d'évolution : évolution des compétences, diversification de l'activité, dynamique de gestion de projets tracée mais les nécessités ne sont pas comprises de façon convergente ou orientées dans le même sens. D'un côté, on pense qu'on s'adapte en fonction des adhérents, de l'autre du fait du repositionnement des organisations étudiées dans le champ médiatique. On note alors un manque de traduction de l'outil dans l'activité qui s'affirme comme un cadre d'activité mobile et contingent.

Enfin, nous notons qu'avec l'usage des TIC (que se soit au travail ou au niveau de la diffusion de l'information) la structure profonde de l'organisation peut être modifiée et bouleversée par ces adaptations et régulations nouvelles, mais c'est sur le plan social, symbolique et référentiel que la scène se joue²⁷. Pour nous, l'introduction

²⁴ Extrait de l'entretien réalisé le 13 mars 2008 avec Sylvie Rochard la responsable d'Active.

²⁵ Linhart D., « Le discours d'accompagnement des TIC dans les entreprises », *La communication entre libéralisme et démoncratie*, Paris, Actes du colloque du 12 décembre 2000.

²⁶ Goffmann, E., *La mise en scène de la vie quotidienne*, Broché, Les Editions de Minuit, 1996.

²⁷ Le Moëne C., et Loneux C.,- « Pourquoi les recherches sur les pratiques et usages des sciences et technologies de l'information et de la communication ne peuvent plus ignorer le contexte organisationnel », in : *actes du colloques international Usages organisationnels des TIC*, Rennes, 2006.

des TIC et des nouveaux médias dans le tiers secteur ne signifie pas simplement une mutation collective, effective et globale qui se réalise mais elle forme un ensemble d'interactions, de tensions, de changements ponctuels et nuancés qui laisse entière la question du sens et du mouvement de l'organisation des activités de l'économie sociale et solidaire, traversée et réactivée par l'intégration des TIC dans les cultures et les structures.

Conclusion

Cette contribution s'est intéressée à la question de l'usage des TIC dans les entreprises de tiers secteur à savoir les entreprises de l'économie solidaire et les liens qu'elles entretiennent avec les nouveaux médias et les nouvelles technologies de l'information et de la communication (Wolton 1999, Georges 2001).

A travers une étude de terrain, nous avons mis en évidence que pour la majorité de responsables des organisations de l'économie solidaire interviewés, il semble bien que la technique constitue une donnée incontournable avec laquelle il faut compter. Nous avons aussi penché sur la relation étroite entre communication, organisation et nouveaux médias et nous avons montré que la conception et les formes de mobilisation actuelles des TIC contribuent à ce que nous proposons de désigner comme la fabrique d'une interchangeabilité organisationnelle, à travers celle des dispositifs d'information et de communication.

Pour finir nous considérons que le principe de commutation conçu comme capacité à établir des interactions efficaces entre composantes organisationnelles, peut être envisagé comme constituant d'une étape de cette fabrique de l'interchangeabilité. Cette évolution est en phase avec la maturation du modèle économique contemporain, et plus particulièrement avec ce qu'il mobilise comme formes renouvelées de pilotage et de contrôle, comme exigences de flexibilité organisationnelle et de compétitivité transversale dans les organisations du tiers secteur.

Bibliographie

- Dacheux, E., (sous dir), *Communiquer l'utopie. Économie solidaire et démocratie*, Paris : l'Harmattan, 2007.
- Dacheux E., Goujon D., Zouari K., « Économie solidaire et TIC : stratégie de diffusion et analyse en réception », In : *XVIIIème Congrès de l'Association Internationale des Sociologues de Langue Française (AISLF)*, Université de Galatasaray Istanbul, Turquie, juillet. 2008
- Floris B., « Les TICs dans l'intégration organisationnelle des entreprises et du marché », in : *Actes du colloque international : Usages organisationnels des TIC*, Rennes, 2006.
- Georges E., « Internet au service de la démocratie ? », in : *2001 Bogues. Globalisme et Pluralisme. Tome 4. Communication, démocratie et globalisation*, Gaëtan Tremblay et Armand Mattelart (dir.), Québec : Presses de l'Université Laval, 2003.
- Goffmann E., *La mise en scène de la vie quotidienne*, Broché, Les Editions de Minuit, 1996.
- Guyot B., « Les pratiques des TIC du côté des sciences de l'information : quelle influence sur les processus organisationnels ? », in : *Actes du colloques international Usages organisationnels des TIC*, Rennes, septembre 2006.
- Larpin É., « Petite contribution à l'histoire des liens entre médias et économie sociale et solidaire », in : Laville J-L, Dacheux É., (sous dir.), *Économie solidaire et démocratie*, Revue *Hermès* N°36, 2003.
- Le Moëne C., et Loneux C.,- « Pourquoi les recherches sur les pratiques et usages des sciences et technologies de l'information et de la communication ne peuvent plus ignorer le contexte organisationnel », in : *actes du colloques international : Usages organisationnels des TIC*, Rennes, 2006.
- Macé E., Maigret E., *Penser les Médiascultures*, Paris : Armand Colin, 2005.
- Ion J., « Mobilisations militantes et représentation politique », in : *Cosmopolitiques*, n°12, 2006.
- Wolton D., *Internet et après ? Une théorie critique des nouveaux médias*, Paris : Flammarion, 1999.