

RÉSUMÉS – *Abstracts*

Nathalie Coutinet, *Redéfinir les TIC pour comprendre leur impact sur l'économie*

Les difficultés d'évaluation des répercussions des TIC au début des années 1990 ont conduit les économistes à modifier leurs outils statistiques de mesure des performances économiques. Les institutions nationales et internationales (ONU, OCDE) ont alors entrepris de développer de nouvelles définitions et nomenclatures adaptées aux caractéristiques de ces technologies. Ces réformes doivent aboutir, en 2007, à la création au niveau international d'un secteur de l'économie de l'information.

Mots-clés : comptabilité nationale, nomenclatures, secteur, information et communication.

How to Define ICT to Get a Better Understanding of their Economical Impact?

The difficulties of evaluation of the ICT impact at the beginning of the Nineties led the economists to modify their statistical tools for measurement of the economic performances. The national and international institutions (UNO, OECD) then undertook to develop new definitions and nomenclatures adapted to the characteristics of these technologies. These reforms must succeed, in 2007, with creation at the international level of a sector of the economy of information.

Keywords : national account, nomenclature, sector, information and communication.

Aline Rutilly et Bernard Spitz, *Les nouveaux enjeux de la révolution numérique*

Les nouveaux facteurs-clefs du succès de l'ère post-révolution numérique incluent la maîtrise de nouveaux outils de *marketing*, le niveau d'investissements technologiques et la compréhension de tendances globales et mondiales. La régulation pourrait être proactive pour anticiper et préparer la transition numérique dans des champs aussi décisifs que la régulation de la concurrence et des critères de concentration.

Mots-clés : régulation, concurrence, concentration, révolution numérique.

New Issues in Digital Revolution

New key factors of success in the post-digital revolution era for players include new marketing tools, higher technological investment and understanding of global trends. Regulation could be proactive to anticipate and prepare the digital transition in major issues such as competition regulation and concentration rules.

Keywords: *regulation, concurrence, concentration, digital revolution.*

Alain Le Diberder, Histoire du multimédia: un succès et deux enterrements

Le mot multimédia possède plusieurs sens précis et un sens général très vague. Mais ce brouillard sémantique masque deux histoires exemplaires, emmêlées mais distinctes. Dans l'une média signifie «manière de coder l'information», alors que dans l'autre le mot recouvre des branches des industries de la communication. La première est un cas exemplaire de pensée abstraite concrétisée, une bonne illustration de l'intérêt des recherches fondamentales théoriques. La seconde tradition, réincarnée dans le thème de la convergence au moment de la «bulle technologique», fournit un très bon exemple de l'autonomie de l'économie par rapport à la technologie. La première histoire est celle d'un succès, la seconde celle de deux vagues d'échecs.

Mots-clés : multimédia, Internet, secteur économique, convergence, technologie, interface.

Multimedia History: One Achievement and Two Funerals

The word multimedia is polysemic, with several precise meanings, and a general very vague one. It reflects a semantic turmoil originating its history: in one sense, the word media signifies “way of coding information”; in the other, it refers to an economic sector. In the first sense, the technological accomplishment is exemplary; in the second one, reincarnated in the “convergence” theme during the “dot-com bubble”, we can see an excellent example of how economics takes autonomy on technology. First history is the one of an achievement; the second one is paved by two failures.

Keywords: *multimedia, technology, interface, economic sector, convergence.*

Pascal Petit, TIC et nouvelle économie: entre mirages et miracles

La diffusion souvent très rapide des technologies de l'information et de la communication a conduit à spéculer sur l'émergence d'une nouvelle économie. Ces anticipations furent déçues par à la fois la crise boursière et l'atonie des gains de productivité. Mais la mise en œuvre de ces technologies pose des

problèmes spécifiques. Leur efficacité impose des formes de coopération nouvelles entre les acteurs, ce qui dans tous les domaines, économique, domestique et politique, implique à la fois apprentissages et changements institutionnels.

Mots-clés : technologies de l'information et de la communication, nouvelle économie, gains de productivité, réseaux.

ICT and New Economy: Between Mirages and Miracles

The rapid diffusion of the technologies of information and communication has led to speculate on the emergence of a new economy. These expectations have been wronged by the crisis of the stock markets and by the poor productivity performances. But putting to use these technologies raises specific issues. Their efficiency requires new forms of cooperation between agents in all domains, economic, domestic and political, all of which implies learning processes and institutional changes.

Keywords : technologies of information and communication, new economy, productivity gains, networks.

Patrick-Yves Badillo et Serge Proulx, Mondialisation de la communication, à la recherche du sens perdu

La mondialisation apparaît inhérente à la logique économique capitaliste. La longue marche de la mondialisation s'est accélérée avec la déréglementation américaine des télécommunications. Or, les dualités et les fractures se renforcent dans ce nouvel ordre. En réalité, ne sommes-nous pas aujourd'hui dans un monde où se déploient à outrance des technologies sans information et sans communication ? Un monde dont il faudrait retrouver le sens perdu...

Mots-clés : mondialisation, capitalisme, déréglementation, télécommunications, fracture numérique.

Globalization of Communication, the Quest of the Lost Meaning

Globalization appears to be inherent to the economic logic of capitalism. The process of globalization has accelerated with the deregulation of telecommunications in the USA. The new world order is now characterized by social and economic gaps and by digital divide. In truth, are we not today in a world where technologies without significant information and authentic communication are being exaggeratedly deployed? A world whose lost meaning must be recovered...

Keywords : globalization, capitalism, deregulation, telecommunications, digital divide.

Emmanuelle Walkowiak, *Coordination, communication et modernisation des entreprises*

Cet article analyse la transformation des modes de coordination associée à la modernisation des entreprises. Nous observons que l'adoption massive et transversale des technologies de l'information et de la communication et que la mise en œuvre de nouvelles pratiques d'organisation du travail (comme les démarches de qualité, le juste à temps ou les équipes de travail) conduisent à l'intensification de la communication des salariés, l'élargissement de leur périmètre de communication et plus largement au développement de réseaux de communication non hiérarchiques. Dans cette optique, nous envisageons la communication interpersonnelle comme un mécanisme de coordination privilégié dans les firmes qui se modernisent.

Mots-clés : communication d'entreprise, gouvernance d'entreprise, *management*, hiérarchie.

Coordination, Communication and Modernization of Firms

In this paper, we analyze the transformation of the coordination in firms that modernize. We observe that the massive and transversal adoption of information and communication technologies (ICT) and new practices of work organization (like quality standards, just-in-time production system or team work) lead to an intensification of the communication of workers, an extension of their communication perimeter, and more generally, to the development of non hierarchical communication networks. In this perspective, we consider the interpersonal communication as a favored coordination mechanism in firms that modernize.

Keywords : corporate communication, corporate governance, *management*, hierarchy.

Stéphane Olivesi, *Communication d'entreprise: une économie du pouvoir*

L'article explicite un certain nombre de principes de nature à rendre possible une connaissance à la fois critique et positive de la communication d'entreprise. Il souligne la nécessité de rompre tant avec les modèles sociologiques et économiques usuels qu'avec les lieux communs et les discours d'acteurs qui ne visent souvent que leur propre promotion. Il invite ainsi à renouer avec des démarches socio-économiques qui permettent de comprendre à quelles nécessités a pu correspondre le développement de la communication, à quelle visée pratique répond son déploiement organisationnel, et à quels jeux stratégiques associant salariés et employeurs elle donne lieu.

Mots-clés : communication d'entreprise, relations de pouvoir, rapport capital/travail.

Corporate Communication: an Economy of Power

This article elucidates some principles in order to make possible a critical and positive knowledge of communication in enterprises. It shows the necessity to break with the usual sociological and economical models as well as with clichés and actors' speeches which aim often only at their own promotion. It thus invites to revive the sociological and economical approaches, because they allow to understand which necessities could have corresponded to the development of communication, which practical designs match its deployment, and to which strategies associating employees and employers it leads to.

Keywords: *corporate communication, relationships of power, relationship between capital and labor.*

Pierre-Jean Benghozi, La gestion de projet dans le secteur culturel

En se référant, implicitement, à des modèles conceptuels issus des industries manufacturières, la plupart des travaux d'économie et de gestion ont du mal à rendre compte de phénomènes, qui ont souvent émergé dans le secteur de la communication et se diffusent désormais dans le reste de l'industrie. À l'inverse, les auteurs ancrés dans la communication, les médias et la culture connaissent et ont étudié, depuis longtemps, ces situations désormais de plus en plus fréquentes dans les secteurs industriels et des services, sans pourtant toujours réussir à relayer leurs analyses dans les débats théoriques plus généralistes. L'article s'attache à montrer, à partir de la gestion de projets, la fertilité du croisement des perspectives à la fois pour l'enrichissement des schémas théoriques généraux et pour une problématisation plus fine des situations à l'œuvre dans le champ de la communication.

Mots-clés : *gestion de projet, succession temporelle, organisation d'événement, événementiel, réseau, créativité.*

From Organization Management to Project Management

Since they refer, implicitly, to mechanistic models rooted in the manufacturing industries, most researchers in economy and management have scarcely giving account of some new phenomena emerging in the communication field, then spreading out in all the industrial sectors. At the opposite, the literature in communication, medias and culture did studied and characterized, for a long while, such situations which turn to be more and more frequent in industries and services; yet authors hardly succeeded in transferring their analysis and bringing an issue in more general theoretical debates. The present paper aims at demonstrating the fertility of crossing perspectives. Such avenue of research contributes to refine and enrich the general theoretical frames and help to develop a more problematic analysis of situations taking place in communication fields. As an illustration, we use the case of project management and temporary systems in creative industries.

Keywords: *project management, value of time, event management, network, creativity.*

Cécile Méadel, *Le marché eBay: qualification croisée des biens et des personnes*

Sous quelles conditions se réalise l'ajustement entre l'offre et la demande lorsque le marché bouleverse le jeu des intermédiaires qui s'y consacrent? L'article étudie les dispositifs mis en place sur Internet par la plate-forme d'intermédiation eBay; il met en évidence la centralité du processus de qualification qui définit l'objet matériel, ses parties prenantes et les conditions de l'échange. Il s'articule dans un dispositif sophistiqué et complexe qui permet à la fois au jeu de l'offre et de la demande de s'exercer et à l'intermédiaire de s'abstraire de la transaction.

Mots-clés: commerce électronique, qualification, intermédiaire, dispositif.

The eBay Market. How Goods and People Certify Each Other on Internet

Under which conditions is the adjustment between supply and demand achievable when the role of the market's intermediaries is deeply modified? The paper explores the question describing the various devices build up by the bidding commercial web site eBay. It highlights that the process of qualification, which defines together the transaction object, the actors and the exchange, is essential in the progress of the trade. The resulting sophisticated tool enables the functioning of this particular market and the eclipse of the intermediary.

Keywords: e-commerce, qualification, intermediary, commerce device.

Christophe Blanc, Éric Delbecque et Thomas Ollivier, *Intelligence économique: quand l'information devient stratégique*

L'intelligence économique constitue une nouvelle culture et une nouvelle pratique pour les acteurs économiques. Elle repose sur des actions de veille, de sécurité économique et d'influence. Elle répond à des modifications profondes de l'environnement global des entreprises. L'intelligence économique se structure aujourd'hui en une véritable profession et travaille activement à se doter d'un cadre déontologique.

Mots-clés: intelligence économique, veille, sécurité économique, influence, information.

When Information goes Strategic: Business Intelligence

Business intelligence constitutes a new culture and a package of new practices for the firms. It is based on competitive intelligence, operations of economic security and actions of influence. Business intelligence is a response to the deep changes that affect the global environment of business. Nowadays, business

intelligence is structuring itself into a real profession and is actively working towards endowing itself with a deontological frame.

Keywords: *business intelligence, competitive intelligence, economic security, influence, information.*

Jean-Michel Utard, *La publicité soluble dans l'économie...*

La conviction que la publicité est économiquement efficace est largement partagée par tous les acteurs : annonceur, publicitaire, consommateur, législateur. Cette évidence cependant ne trouve à s'étayer sur aucune preuve scientifique ou même empirique. La croyance en l'efficacité publicitaire apparaît alors comme une illusion nécessaire à qui la multiplicité des discours qui la portent confèrent la puissance d'un mythe.

Mots-clés : publicité, influence, croissance économique, médias.

The hypothetic Contribution of Advertising to the Value Economy

The belief that advertising is economically effective is widely shared by all the actors involved – advertisers, advertising agencies, consumers, lawmakers – even though there is no scientific or empirical evidence to prove it. Thus, the belief in the effectiveness of advertising seems to be a necessary illusion that has assumed the status of a myth thanks to the multiplicity of discourses that support it.

Keywords: *advertising, influence, economic growth, media.*

Joël Augros, *La politique marketing du cinéma hollywoodien*

Pour promouvoir son cinéma, Hollywood bataille sur plusieurs fronts : la publicité, les codes moraux et le *lobbying*. Quand leurs succès érigent le «Made in Hollywood» en marque de qualité, Hollywood réussit à s'arroger un avantage stratégique sur le cinéma mondial.

Mots-clés : marketing, Hollywood, MPEA.

The Hollywood Marketing Policy

To promote its cinema, Hollywood battles on several fronts : advertising and publicity, code and ratings, lobbying. When successful, these battles turn the “made in Hollywood” into a brand name. This brand becomes therefore a strategic advantage for Hollywood over the international movie business.

Keywords: *movies marketing, Hollywood as a brand, MPEA.*

Dominique Namur et Sandrine Paillard, *Science et communication: promettre ou éclairer*

Cet article traite des limites de la communication des chercheurs quand celle-ci porte sur des promesses. Elle est alors susceptible de renforcer les phénomènes de méfiance et de rejet par l'opinion publique. L'article défend l'idée selon laquelle l'objectif de la communication des chercheurs, quand celle-ci s'adresse au public, est avant tout d'éclairer la société sur ses choix, ce qui suppose de créer les conditions de la confiance et du dialogue entre citoyens et scientifiques afin de faire des décisions d'orientation de la recherche de véritables choix de société.

Mots-clés: marché de la science, vendre le projet scientifique, gouvernance de la science, opinion publique.

Science and Communication: Promises and Dialogs

This paper deals with the limits of communication when scientists build it on promises. Such a way to communicate may reinforce phenomenon of mistrust and rejection from public opinion. The paper defends the idea that the main goal of communication by researchers towards public opinion should be to enlighten society about its choices. This goal implies to build the conditions of trust and dialogue between citizens and scientists to make decisions on research orientations real choices of society.

Keywords: market of science, science marketing, science governance, public opinion.

Julie Bouchard, *La controverse médiatique sur le déclin économique de la France*

Au regard de l'analyse de discours, le déclin économique de la France n'existe pas. L'analyse des controverses médiatiques qui ont suivi la parution en 2003 de l'essai de Nicolas Baverez, *La France qui tombe*, montre en effet que ni l'histoire, ni la statistique, ni la comparaison géographique ne mènent à la conclusion définitive du déclin et qu'autour de celles-ci s'opposent «déclinophiles» et «déclinophobes». L'analyse de discours révèle la multiplicité des histoires ou des récits économiques autour du déclin, relativisant ainsi l'apparente neutralité des discours sur le déclin économique de la France.

Mots-clés: analyse de discours, controverses, déclin, économie, médias.

The Public Controversy about French Economic Decline

As an object of discourse analysis, the economic decline of France does not exist. An analysis of the controversies occurring in the medias after the publication in 2003 of the essay written by Nicolas Baverez,

La France qui tombe, *shows indeed that the use of history, statistics and geographical comparison does not lead to the evidence of decline. On the contrary, they opposed “declinophiles” and “declinophobes”. Revealing the multiple stories on economic decline, discourse analysis does not support the apparent neutrality of discourses on economic decline of France.*

Keywords: *discourse analysis, controversies, decline, economics, medias.*

Nick Couldry, *La télé réalité ou le théâtre secret du néolibéralisme*

La dimension mythique ou simplement rituelle est présente dans le système économique, et ne peut être occultée puisqu'elle fonde sa plausibilité et sa légitimité. Ce court article cherche à expliciter la relation entre deux facteurs: d'une part, un mouvement pressant (en particulier au Royaume-Uni) vers une économie de plus en plus appuyée sur le «travail émotionnel» des salariés, qui, de plus, méprise le statut du travail; d'autre part, les performances émotionnelles et les mises en scène rituelles des programmes de télé réalité. Je suggère en effet que de tels programmes, *Big Brother* ou *Loft Story*, sont un «théâtre secret» de la sphère économique néolibérale, où des jeux ritualisés normalisent les aptitudes requises dans une économie où le travail est toujours plus flexible: la passion, l'engagement émotionnel, l'adaptabilité individuelle, un mélange de conformité au groupe et d'ambition personnelle... Si la télé réalité cache cette «économie morale» du capitalisme, c'est que ce discours cesserait d'être effectif au moment où il deviendrait apparent.

Mots-clés: *ritualisation, télé réalité, économie morale, travail émotionnel, Loft Story.*

Nick Couldry, *Reality TV or the Secret Theatre of Neoliberalism*

The dimension of “myth” and “ritual” cannot be exorcised from the everyday cultures of economic formations; indeed, it may be essential to their plausibility and legitimacy. This short article asks what is the relation between (1) the shift (for example in the UK) towards increased economic reliance on employees’ “emotional labour” combined with an eroded work/life boundary and (2) the modes of emotional performance given ritual prominence in “reality TV” programmes”. The article suggests that reality TV such as Big Brother in the UK is, in effect, a “secret theatre” of the neoliberal workplace, allowing the acting out in the form of ritualised play many of the skills required in the “flexible” work economy: “passion”, emotional commitment, individual adaptability, the combination of team conformity and personal ambition. This is of course not always, or often, the meaning Reality TV presents on its surface. But if it were, this displaced education for what was once called the “moral economy” of capitalism could not be effective.

Keywords: *Reality TV, ritualization, moral economy, emotional labor, Big Brother.*

Gérard Leblanc, *L'économie, objet esthétique des émissions de télévision*

Ce texte vise à recomposer l'unité du système de représentations de l'économie, proposé par la télévision française. Cette unité serait régie autant par l'imprévisible que par les règles constitutives du réalisme en économie.

Mots-clés : réalisme économique, imprévisible, règles et systèmes, représentations.

Economy as Esthetic Object in Television Shows

This text aims to reconstitute the unit of the system of representations of the economy proposed by French television. This unit would be governed as much by unpredictability as by the rules constituting realism in economy.

Keywords : *economic realism, unpredictability, rules and systems, representations.*

Philippe Riutort, *Les nouveaux habits du journalisme économique*

Le journalisme économique a connu en France de profondes mutations à partir de la fin des années 1970 : son adhésion à l'économie a profondément changé de nature. Originellement critique, souhaitant concilier l'«économique» et le «social», il s'est progressivement converti aux nouvelles «lois» de l'économie. Cette conversion repose tout à la fois sur des causes internes (l'expansion de la presse spécialisée, la mutation des sources et des attentes du lectorat) comme externes (la diffusion de l'économisme dans l'espace public et politique).

Mots-clés : journalisme économique, modernisation, professionnalisation, économisme, vulgarisation économique.

The New Face of Economic Journalism

In France, economic journalism has gone through major transformations since the late 70s: its adhesion to economics has deeply changed its nature. It was first highly critical, in a stance designed to reconcile economics and sociology but it got progressively converted to the new laws of economics. This conversion has both internal factors (the development of the specialized press, the changes in sources, and the evolving expectations of the readership) as well as external ones (a wider circulation of economic issues in both the public and the political spheres).

Keywords : *economic journalism, modernisation, professionalization, economics, economic vulgarization.*

Frédéric Lebaron, *Les essais économiques et la construction de l'ordre social*

Genre peu légitime du point de vue académique, la production d'essais économiques est pourtant un élément important dans la diffusion en France d'un sens commun politico-économique, plutôt planificateur et «keynésien» dans les années 1950-1970, néo-libéral depuis les années 1980. Après plusieurs décennies, ce genre s'est développé et transformé, mais sa position sur le marché éditorial reste, semble-t-il, relativement solide. Particulièrement mobilisé lors du changement de régime économique de 1982-1983, avec le basculement du Parti socialiste dans le «cercle de la raison» libérale, ce genre est, précisément, une composante à part entière de la construction d'un ordre social libéral dans les années 1980 et 1990. Le succès, à partir de 1995, d'essais critiques est une manifestation de la crise de légitimité rencontrée aujourd'hui par les politiques libérales.

Mots-clés: néo-libéral, essai, sens commun, doxa, marché éditorial, conversion, diffusion.

The Role of French "Economic Essays" during the 20th Century

Although not a very legitimate genre from an academic point of view, the production of economic essays has been an important element of diffusion in France for a political and economic common sense: rather planist and Keynesian in the 1950-70s, neo-liberal since the 1980s. After some decades, this genre has developed and has changed but its position on the editorial market remains seemingly solid. Strongly mobilized at the economic turning point of 1982-83, with the fall of the Socialist Party into the so-called liberal «cercle de la raison» (A. Minc), this genre is, precisely, an essential component of the construction of the liberal social order in the 1980s and 1990s. The success of critical essays as from 1995 testifies to the rising crisis of legitimacy which liberal policies now have to face.

Keywords: neo-liberal, essay, common sense, doxa, editorial market, conversion, diffusion.

Bernard Miège, *Billet irrévérencieux sur l'économique et le communicationnel*

Non seulement les sciences économiques dans leur ensemble n'ont abordé que tardivement les questions soulevées par l'information-communication, mais la diversité et même la pléthore actuelles des approches relevant de l'économie (peu compréhensibles de l'extérieur) dissimulent mal un penchant assez général pour une vision techno-déterministe, largement critiquée par les sciences de l'information et de la communication. Nombreux sont encore les économistes qui s'intéressent superficiellement aux phénomènes informationnels et communicationnels et ne regardent pas à l'intérieur de la «boîte noire»; cela ne facilite pas les coopérations inter-disciplinaires.

Mots-clés: déterminations techniques, épistémologie de l'information-communication, interdisciplinarité, pluralité des approches économiques.

Some Disrespectful Views on Economic and Communicational Cooperation

Not only have economics raised the important issues related to “information-communication” at a late date, but the diversity and even the actual multiple approaches linked to economics (uneasy to understand from the outside) conceal badly a rather general techno-determinist vision which is highly criticized by the scholars of communication studies. There are still many economists who show only a superficial interest in the informational and communicational phenomena and who do not look inside the “black box”. As a consequence, this does not render interdisciplinary cooperations easy.

Keywords: (technical) determinism, interdisciplinarity, epistemology of information and communication, interdisciplinarity, plurality of economic approaches.

Christian Pradié, Considérations sur le tiers-secteur médiatique

L'existence d'un tiers-secteur de la communication, s'appuyant sur la recherche d'une autonomie accrue de la gestion de médias, apparaît à des moments divers et selon des formes variées, en correspondant notamment à différents cadres juridiques. Ainsi dans la période récente, les exemples tiennent à des coopératives d'édition de presse, des télévisions associatives et à un forum regroupant des sociétés de rédacteurs.

Mots-clés : tiers-secteur, économie sociale, sociétés coopératives, radios associatives, télévisions associatives.

What About a Communication's Non-Profit Economic Field?

The existence of a non-profit sector of communication, based on a greater autonomy of media management, appears at different moments and in various forms, corresponding namely to different legal frames. Therefore, recently, this is illustrated by cooperative press editions, community televisions and a forum grouping together societies of editors.

Keywords: non-profit sector, social economy, cooperative societies, community radios, community television.

Yves Thépaut, Le concept d'information dans l'analyse économique contemporaine

Trois grandes traditions marquent la courte histoire de l'économie de l'information. La première considère l'information comme un bien collectif aux propriétés originales. La deuxième analyse les mécanismes incitant à la révélation d'informations privées. Enfin, la troisième envisage les phénomènes sous-jacents de pouvoir et de dominance liés à la détention d'information et à la position des acteurs dans

des réseaux complexes de communication. Les développements récents de l'économie de l'information mettent l'accent sur les dynamiques économiques et sociales impulsées par la production, la diffusion, l'accès et l'appropriation de l'information, ainsi que les mécanismes institutionnels mis en œuvre pour réguler ces dynamiques.

Mots-clés : économie moderne de l'information, processus de recherche, coûts de transaction, paradoxes de l'information, pouvoir et asymétries informationnelles.

The Concept of Information in the Contemporary Economic Analysis

Three traditions mark the short history of the economics of information. The first one regards information as a collective good with original properties. The second one analyzes the incentive mechanisms revealing private information. The third one considers the phenomena of power related to the detention of information and to the position of actors in complex communication networks. Recent developments of the economics of information are concerned at the same time with economic and social dynamics involved in production, diffusion, access, and appropriation of information, and with the institutional mechanisms controlling these dynamics.

Keywords: *economics of information, search process, transaction costs, information's paradoxes, power and asymmetric information.*

Alain Rallet, Une économie de la communication?

À la différence de la notion d'information, celle de communication n'a pas donné lieu à un corpus théorique en économie. Il n'y a pas à proprement parler *une économie de la communication* comme il y a une économie de l'information. Cela tient à ce que les interactions sociales n'entraient pas dans le champ de l'analyse économique jusqu'à une date récente. La communication a toutefois été l'objet de deux types d'analyse: l'efficacité des structures de communication internes aux organisations, les effets réseaux dans les industries de la communication. Une économie de la communication est cependant en voie de constitution avec le poids croissant des interactions sociales dans la création de richesses comme sur Internet.

Mots-clés : notion d'économie de la communication, histoire de l'économie, management, réseau.

Is there any Communication Economy?

Unlike the notion of information, communication did not give place to a theoretical corpus in economics. Strictly speaking, there is no communication economics as there is for information. Since until

recent date, social interactions were not part of economic analysis. Nevertheless, communication was taken into account by two types of problems: the internal efficiency of communication within organizations, the network effects in communication industries. However, economics of communication is emerging through the increasing weight of social interactions in wealth production as Internet shows it.

Keywords: *the concept of economy of communication, economics history, management, network, efficiency.*

Michel Mathien, Enseigner et étudier l'économie des médias

Enseigner l'économie des médias ou écrire dans ce domaine a été, à bien des égards, une gageure pour ceux qui relèvent des Sciences de l'information et de la communication. Il y a 25 ans, le terrain était vierge en savoirs établis comme en données régulières et accessibles. La situation évolue en liaison notamment avec les changements de fait des relations économiques à l'échelle mondiale. Dans le contexte de la phase idéologique de «la nouvelle économie» des années 1990 qui a engagé bien des travaux de chercheurs de «l'économie de l'innovation» depuis, les liens paraissent inévitables. Les SIC pourraient, encore jeter davantage de ponts avec l'économie et inciter les économistes à retrouver les dimensions sociales et humaines dans les échanges à la fois matériels et immatériels caractérisant la production des «biens culturels».

Mots-clés : sciences de l'information et de la communication, domaine d'enseignement, domaine de recherche, production des biens culturels.

Teaching and Researching on Media Economy

For long time, teaching or writing about media economy was a challenge for those who were engaged in media studies or communication studies. 25 years ago, neither established theories nor useful data were available. Things are evolving, particularly because economic relationships are changing in the world. The links seem inevitable when we consider the context of the ideological phase of "the new economy" in the 1990s which resulted in many works of researchers who studied the "innovation economy". The dot-com rash was a factor of stimulation, and now communication specialists should find the opportunity to tighten their association with economists, bringing in particular social and human concerns in both material and immaterial exchanges characterizing the production of "cultural goods".

Keywords: *media studies, communication studies, teaching field, research field, culture economy production of cultural goods.*

Nathalie Moureau, *Société de l'information et modèles de star system*

Si c'est avec l'avènement du cinéma, de la radio et de la télévision que le *star system* est apparu, il a pris une ampleur nouvelle avec les nouvelles technologies de l'information et de la communication. Quelles explications du *star system* les économistes donnent-ils ? Comment intègrent-ils l'information et la communication dans leurs analyses ?

Mots-clés : cinéma, télévision, radio, star, vedette, marque, information.

When Economy Meets the World of Information. The Star System Case Study

Initially the star system appeared in television, radio and cinema's and later became more influential and recognised by the public, given developments in communication and information. How do economists explain the star system phenomenon ? What is the role of information in their analysis ?

Keywords : movies, television, radio, star, brand, information.

Isabelle This Saint-Jean, *Autoréalisation et communication en économie*

Cet article développe l'idée selon laquelle la communication d'informations peut, en économie, contribuer à modeler la « réalité » même sur laquelle ces dernières sont sensées porter. Il montre d'une part comment cette idée est apparue dans la discipline économique vers la fin des années 1970 et d'autre part qu'elle se traduit par des conséquences épistémologiques importantes.

Mots-clés : histoire de l'économie, notion d'information, épistémologie, prophétie autoréalisatrice.

Self filling prophecies and communication in economy

This article develops the idea, according to which, in economy, communication of information can shape the "reality". It shows first how this idea has appeared at the end of the 70's in economics. Secondly, it stresses that if economists accept such an idea, they must then accept also its epistemological consequences.

Keywords : economics history, information concept, epistemology, self full filling prophecies.