



# Web social

## MUTATION DE LA COMMUNICATION

Sous la direction de  
Florence Millerand, Serge Proulx et Julien Rueff



Extrait de la publication



**Presses  
de l'Université  
du Québec**





# Web social

PRESSES DE L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC  
Le Delta I, 2875, boulevard Laurier, bureau 450  
Québec (Québec) G1V 2M2  
Téléphone: 418-657-4399 • Télécopieur: 418-657-2096  
Courriel: puq@puq.ca • Internet: www.puq.ca

Diffusion/Distribution :

**CANADA et autres pays**

PROLOGUE INC.  
1650, boulevard Lionel-Bertrand  
Boisbriand (Québec) J7H 1N7  
Téléphone: 450-434-0306 / 1 800 363-2864

**SUISSE**

SERVIDIS SA  
Chemin des Chalets  
1279 Chavannes-de-Bogis  
Suisse

**FRANCE**

AFPU-DIFFUSION  
SODIS

**BELGIQUE**

PATRIMOINE SPRL  
168, rue du Noyer  
1030 Bruxelles  
Belgique

**AFRIQUE**

ACTION PÉDAGOGIQUE  
POUR L'ÉDUCATION ET LA FORMATION  
Angle des rues Jilali Taj Eddine  
et El Ghadfa  
Maârif 20100 Casablanca  
Maroc



La Loi sur le droit d'auteur interdit la reproduction des œuvres sans autorisation des titulaires de droits. Or, la photocopie non autorisée – le « photocopillage » – s'est généralisée, provoquant une baisse des ventes de livres et compromettant la rédaction et la production de nouveaux ouvrages par des professionnels. L'objet du logo apparaissant ci-contre est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit le développement massif du « photocopillage ».

# Web social

## MUTATION DE LA COMMUNICATION

Sous la direction de

**Florence Millerand, Serge Proulx et Julien Rueff**

**2010**



**Presses de l'Université du Québec**

Le Delta I, 2875, boul. Laurier, bur. 450  
Québec (Québec) Canada G1V 2M2

*Catalogage avant publication de Bibliothèque et Archives nationales du Québec  
et Bibliothèque et Archives Canada*

Vedette principale au titre :

Web social : mutation de la communication

(Collection Communication)

Textes présentés lors d'un colloque tenu les 6 et 7 mai 2008 à Québec, Québec,  
dans le cadre du 76<sup>e</sup> Congrès de l'ACFAS.

Comprend des réf. bibliogr.

ISBN 978-2-7605-2497-2

1. Web 2.0 - Aspect social - Congrès. 2. Internet - Aspect politique - Congrès.  
3. Contenu créé par l'utilisateur - Congrès. 4. Médias sociaux - Congrès. 5. Communication  
électronique - Congrès. 6. Communautés virtuelles - Congrès. I. Millerand, Florence.  
II. Proulx, Serge, 1945- . III. Rueff, Julien. IV. Congrès de l'ACFAS (76<sup>e</sup>; 2008; Québec,  
Québec). V. Collection: Collection Communication (Presses de l'Université du Québec).

HM851.W42 2010 303.48'33 C2009-942255-7

Nous reconnaissons l'aide financière du gouvernement du Canada  
par l'entremise du Programme d'aide au développement  
de l'industrie de l'édition (PADIE) pour nos activités d'édition.

La publication de cet ouvrage a été rendue possible  
grâce à l'aide financière de la Société de développement  
des entreprises culturelles (SODEC).

**Intérieur**

Mise en pages: INFOSCAN COLLETTE-QUÉBEC

**Couverture**

Conception: RICHARD HODGSON

1 2 3 4 5 6 7 8 9 PUQ 2010 9 8 7 6 5 4 3 2 1

*Tous droits de reproduction, de traduction et d'adaptation réservés*

© 2010 Presses de l'Université du Québec

Dépôt légal – 1<sup>er</sup> trimestre 2010

Bibliothèque et Archives nationales du Québec / Bibliothèque et Archives Canada  
Imprimé au Canada

# TABLE DES MATIÈRES

**Liste des figures et des tableaux** ..... xix

**Introduction** ..... 1

*Florence Millerand, Serge Proulx et Julien Rueff*

1. La créativité ordinaire des usagers ..... 3
  2. Une cartographie interdisciplinaire de travaux récents ..... 4
  3. Plan de l'ouvrage ..... 6
- Bibliographie ..... 11

Chapitre 1

**Le Web social : au carrefour de multiples questionnements** ..... 13

*Serge Proulx et Florence Millerand*

1. Le Web social en tant que dispositif sociotechnique ..... 15
  2. Un contexte économique marqué par un capitalisme informationnel ..... 17
  3. Au carrefour de multiples questionnements ..... 18
    - 3.1. Pour une appropriation démocratique des dispositifs techniques contemporains ..... 19
    - 3.2. Pour une éthique de l'information produite par « le grand nombre » ..... 20
    - 3.3. Conséquences pour une politique de la culture à l'ère numérique ..... 23
  4. Mutation de la communication ? ..... 24
- Bibliographie ..... 26

**Partie 1**

**DE LA DÉMOCRATIE PARTICIPATIVE  
À LA CITOYENNETÉ NUMÉRIQUE**

Chapitre 2

**Le Web participatif et le tournant néolibéral : des communautés aux solidarités** ..... 33

*Nicolas Auray*

1. La signification sociale du Web 2.0 ..... 34
2. La communauté de production comme alternative au tournant néolibéral ..... 36
3. La communauté de recommandation comme réaction critique au contrôle de l'attention par des oligopoles ..... 40

4. Le repli compensateur pour soulager les souffrances liées à la défaillance des lieux sociaux d'intégration.....	42
5. Résoudre les contradictions entre ces trois récits explicatifs.....	44
Bibliographie.....	48

### Chapitre 3

<b>Le consumérisme politique 2.0: de l'utilisation militante et citoyenne du Web participatif par les consommateurs.....</b>	<b>51</b>
<i>Julien Bouillé</i>	

1. Le consumérisme 2.0: de son émergence à ses réalités actuelles.....	53
1.1. De l'émergence du consumérisme politique.....	53
1.2. Le Web participatif comme plateforme de mobilisation et de réalisation du consumérisme politique 2.0.....	55
1.3. Les communautés virtuelles: épicerie de la fronde consumériste.....	57
2. La description, par les méthodologies scientifiques, des usages du Web 2.0 dans le cadre du consumérisme politique.....	59
2.1. Les apports de la netnographie dans la compréhension du phénomène de consumérisme politique 2.0.....	59
2.2. Les autres méthodologies utiles à la conceptualisation du consumérisme politique 2.0: analyse de contenu et Web-cartographie.....	61
Conclusion.....	62
Bibliographie.....	62

### Chapitre 4

<b>Le Web 2.0 et l'idéal d'autoorganisation: l'exemple de la Wikipédia francophone.....</b>	<b>65</b>
<i>Suzy Canivenc</i>	

1. L'idéal d'autoorganisation.....	68
2. Hiérarchisation et pouvoirs.....	69
2.1. Des pouvoirs issus de statuts différents.....	69
2.2. Une hiérarchisation liée à l'ancienneté.....	70
3. Prolifération des règles et bureaucratisation.....	72
4. De l'autorégulation à l'hétérorégulation.....	73
4.1. La gestion des conflits.....	73
4.2. La socialisation des nouveaux contributeurs.....	74
Bibliographie.....	77

## Chapitre 5

**Les espaces numériques de concertation institutionnels dans l'évaluation des actions publiques locales** ..... 79*Grégory Spieth*

1. L'usager au cœur de la gestion publique locale .....	81
1.1. La gestion publique locale de nouvelles responsabilités envers le citoyen .....	81
1.2. La participation des citoyens et l'évaluation des actions publiques.....	82
2. Les espaces numériques: une nouvelle source de concertation au service de la gestion des actions publiques locales.....	83
2.1. Approches conceptuelles des espaces numériques institutionnels .....	83
2.2. Les espaces numériques et la dématérialisation des flux d'information.....	85
2.3. Les espaces numériques: nouvelle source au service de l'évaluation de l'action publique locale .....	87
Conclusion.....	88
Bibliographie.....	89

**Partie 2****FERMENTS D'UNE CULTURE PARTICIPATIVE**

## Chapitre 6

**Le Web relationnel: vers une économie plus sociale?** ..... 93*Michel Gensollen*

1. La numérisation et la libération de l'information.....	94
1.1. L'information libérée de ses soutiens .....	95
1.2. Valeur de l'information et algorithmes sociaux.....	95
1.3. Vers une société aux algorithmes plus complexes et dispersés.....	97
1.4. Vers une société d'innovation rapide.....	97
2. Le Web relationnel et la constitution de corpus collectifs .....	99
2.1. Les plateformes d'interaction en ligne .....	99
2.2. Corpus collectifs et création de valeur .....	100
2.3. Communautés en ligne et nouveau lien social.....	101
3. Le Web relationnel et l'émergence d'une économie sociale.....	103
3.1. La socialisation des goûts .....	103
3.2. La décentralisation des pouvoirs .....	104

3.3. La virtualisation.....	105
3.4. De l'homme économique à l'homme social: une transition difficile.....	107
Bibliographie.....	108

## Chapitre 7

### **Créer à l'ère des médias praticables: le *Net art 2.0*** ..... 111

*Jean-Paul Fourmentraux*

1. L'artiste hacker: inventeur d'œuvres et de programmes sociotechniques.....	114
2. L'image et la communication réinventées.....	119
Petit lexique de l'Internet participatif et du « Web 2.0 ».....	123
Bibliographie.....	124

## Chapitre 8

### **Le *podcasting* indépendant montréalais: un cas significatif au sein d'une culture participative en émergence** ..... 125

*Mélanie Millette*

1. Démarche particulière et éléments méthodologiques.....	126
2. Qu'est-ce que le <i>podcasting</i> ?.....	127
2.1. Le <i>podcasting</i> indépendant.....	127
2.2. Le <i>podcasting</i> : hybride à plusieurs niveaux.....	128
3. Culture de la convergence et culture participative.....	129
3.1. L'usage contributif au cœur de la culture en émergence ..	130
3.2. Culture, sous-culture et style.....	131
3.3. Génération sans fil.....	132
3.4. Étude du cas de Vu d'ici/Seen From Here.....	133
4. Du <i>podcasting</i> indépendant montréalais à la culture participative: valeurs en continuité.....	135
4.1. Authenticité et spontanéité des podcasters indépendants montréalais.....	135
4.2. Les valeurs de la génération sans fil.....	136
5. Style du <i>podcasting</i> indépendant et codes de la culture participative.....	136
5.1. Style « fait maison » du <i>podcasting</i> indépendant.....	137
5.2. Vers des codes stylistiques d'une culture participative: le <i>trash</i> et le <i>cool</i> .....	138
Conclusion.....	139
Bibliographie.....	141

## Chapitre 9

**Les musées et le Web 2.0: approches méthodologiques pour l'analyse des usages** ..... 145*Gaëlle Crenn et Geneviève Vidal*

1. Web 2.0 et expériences muséales: démarche et cadrage ..... 146
2. Les usages Web 2.0 dans la sphère muséale..... 148
3. Pistes pour l'analyse des usages à l'heure du Web 2.0..... 151
  - 3.1. Évolution de la notion d'usage..... 151
  - 3.2. Motivations des publics et représentations du musée .... 153
  - 3.3. Dispositifs méthodologiques ..... 155
- Conclusion ..... 156
- Bibliographie ..... 156

## Chapitre 10

**Vouloir un Web coopératif** ..... 159*Daniel Kaplan**Avec la collaboration d'Hubert Guillaud*

1. Portabilité, propriété ..... 160
2. La révolution des petits riens ..... 161
3. Où trouver du collectif?..... 162
4. Les agrégations spontanées ..... 162
5. L'outillage des coopérations..... 163
6. Le décodage..... 164
7. Appeler la participation ..... 164
8. Et si je ne veux pas participer? ..... 166

**Partie 3****LIEN SOCIAL, IDENTITÉS ET NOUVELLES SOLIDARITÉS**

## Chapitre 11

**Formats techniques, formats communautaires, formats d'engagement: le cas d'une communauté diasporique** ..... 171*Dominique Boullier, Simon Le Bayon et Françoise Philip*

1. BZH Network, l'intelligence collective en réseau: aperçu historique ..... 173

2. Les formats techniques pluriels de la communauté BZH Network .....	174
2.1 La gestation, un réseau socioprofessionnel: Viadeo .....	174
2.2. Une plateforme collaborative <i>open source</i> .....	176
2.3. Un outil de Web social grand public: Facebook .....	177
2.4. Des formats techniques nettement différenciés.....	177
3. Les formats communautaires.....	178
3.1. Viadeo: une communauté de transaction.....	178
3.2. Le site <www.bzhnetwork.com>: une communauté épistémique.....	180
3.3. Facebook: une communauté de sociabilité.....	181
3.4. Formats communautaires et principes de justification....	181
4. Aligner les formats techniques et les formats communautaires pour fabriquer la communauté.....	183
Conclusion: vers les formats d'engagement .....	184
Bibliographie.....	186

## Chapitre 12

<b>Approche statistique de trois composantes de l'identité numérique dans Facebook</b> .....	187
<i>Fanny Georges</i>	

1. Le système identitaire: modèle de l'identité numérique.....	190
1.1. Émergence d'un modèle identitaire commun .....	190
1.2. Méthode comparative de construction d'un modèle de l'utilisateur.....	191
1.3. Les trois composantes de l'identité numérique: identité déclarative, agissante et calculée.....	192
2. Facebook: une analyse statistique de l'identité.....	194
2.1. L'identité déclarative dans Facebook.....	196
2.2. L'identité « agissante » .....	197
2.3. L'identité calculée dans Facebook .....	198
3. Résultats de l'analyse quantitative de Facebook.....	199
3.1. Quelle est la dimension dominante de l'identité dans Facebook? .....	199
3.2. Les utilisateurs hypervisibles et cachés se distinguent-ils de la population moyenne?.....	199
3.3. Le souci de soi dans l'abondance ou la rétention .....	200
3.4. Communautés, amis, groupes.....	200
Conclusion.....	201
Bibliographie.....	203

## Chapitre 13

**Reconnaissance 2.0: controverses autour de la mise en visibilité des minorités sexuelles dans World of Warcraft..... 205**

*Julien Rueff*

1. Ébauche d'une problématique .....	206
2. Remarques préalables.....	206
3. Analyse du dispositif technique.....	208
4. Historique de la controverse .....	209
4.1. Le recrutement public des minorités sexuelles .....	209
4.2. Les processus de publication de la controverse.....	210
4.3. Juridicisation de la controverse .....	211
4.4. Blizzard se rétracte .....	211
5. Les enjeux de la controverse .....	212
5.1. Le statut juridique des metaverses.....	212
5.2. Les droits politiques.....	212
5.3. La préservation d'un espace de jeu.....	213
5.4. Les luttes pour la visibilité.....	214
Bibliographie.....	215

## Chapitre 14

**La participation dans les communautés épistémiques: don ou contribution ?..... 217**

*Anne Goldenberg*

1. Le don et ses mutations .....	218
1.1. Le don archaïque .....	218
1.2. Le don contemporain .....	219
1.3. Le don dans les communautés épistémiques .....	220
2. Aux frontières du don: l'utilité et l'intérêt .....	222
3. La contribution épistémique, quatre éléments caractéristiques... 223	
3.1. L'intérêt personnel ou l'utilité égocentrique.....	223
3.2. L'intérêt collectif ou l'utilité sociale .....	224
3.3. Une discussion argumentée.....	225
3.4. Une reconnaissance du travail accompli.....	225
4. La contribution ou la justification comme compétence .....	226
Conclusion.....	228
Bibliographie.....	229

## Partie 4

### DES DISPOSITIFS AUX SITUATIONS D'USAGE

#### Chapitre 15

#### **Contribution et coopération à distance via l'usage de messageries instantanées en entreprise** ..... 233

*Christian Licoppe, Serge Proulx et Renato Cudicio*

1. Le développement des « questions rapides »  
comme genre communicationnel ..... 234
  2. Accessibilité médiatisée par la messagerie instantanée  
et *distribution forte* de l'activité..... 239
  3. Questions rapides, expertise et division asymétrique  
du travail cognitif..... 243
  4. Conclusion: une forme de contribution proche du don? ..... 247
- Bibliographie..... 249

#### Chapitre 16

#### **Web participatif et pratiques d'innovation en organisation: des valeurs transmissibles?** ..... 253

*Claudine Bonneau*

1. Autonomie et standardisation: pratiques individuelles  
et collectives en organisation ..... 254
  2. Logiciel libre en organisation: quand le code source ouvert  
est verrouillé..... 256
  3. Études de cas: implantations en entreprise et à l'université ..... 257
    - 3.1. Contexte des implantations  
au sein des deux organisations-utilisatrices ..... 257
    - 3.2. Le choix du code source ouvert: stratégies d'affaires  
ou valeurs communes?..... 258
    - 3.3. Les interactions entre usagers-employés et programmeurs:  
quelle différence? ..... 260
    - 3.4. Qu'en est-il des interactions et du partage  
avec la communauté? ..... 261
- Conclusion ..... 263
- Bibliographie..... 264

## Chapitre 17

<b>L'encadrement des contributions « amateurs » au sein des sites d'information: entre impératif participatif et exigences journalistiques</b> .....	265
<i>Arnaud Noblet et Nathalie Pignard-Cheyne</i>	
1. De l'impératif participatif .....	266
2. Les formes de la participation.....	270
2.1. La participation-réaction .....	270
2.2. La participation-suggestion .....	272
2.3. La participation-contribution.....	273
2.4. Des contenus centrés sur l'opinion et le commentaire....	273
3. De la juxtaposition de la participation à son intégration dans l'offre journalistique.....	274
3.1. Le participatif juxtaposé .....	275
3.2. Le participatif intégré .....	276
3.3. Les formules hybrides.....	278
4. Conclusion: vers une redéfinition de l'impératif participatif? ...	280
Bibliographie.....	282

## Chapitre 18

<b>Usages des folksonomies: analyse comparative des systèmes et pratiques de <i>tagging</i></b> .....	283
<i>Maxime Crépel</i>	
1. Cadrage théorique et méthodologique.....	284
1.1. Choix techniques et usages effectifs des systèmes de <i>tagging</i> .....	284
1.2. Méthodologie .....	286
2. Multiplicité des politiques de développement des systèmes de <i>tagging</i> .....	286
2.1. Indexation, navigation et visualisation: vers une normalisation des systèmes? .....	287
2.2. Centralité et valorisation des systèmes de <i>tagging</i> .....	287
2.3. Fermeture et contrôle des systèmes: maîtriser les folksonomies .....	288
2.4. Naviguer entre popularité et diversité.....	289

3. Usages du <i>tagging</i> : entre logiques individuelles et communautaires .....	290
3.1. Diffuser et classer ses productions artistiques .....	290
3.2. Logiques d'usage des systèmes de <i>tagging</i> .....	291
Conclusion.....	293
Bibliographie.....	294

## Chapitre 19

<b>Dynamiques interactionnelles et rapports à l'information dans les forums de discussion médicale ...</b>	297
<i>Viviane Clavier, Maria Caterina Manes-Gallo, Evelyne Mounier, Céline Paganelli, Hélène Romeyer et Adrian Staii</i>	

1. Cadre et hypothèses.....	298
2. Typage des échanges d'information .....	300
3. Étude du lexique .....	305
4. Analyse des types de prédictions verbales dans les témoignages .....	307
5. Les forums de discussion médicale: dynamiques interactionnelles et types d'information .....	309
Conclusion.....	311
Bibliographie.....	311

## Partie 5

### REGARDS CRITIQUES SUR L'IDÉAL DU WEB RELATIONNEL

## Chapitre 20

<b>Confiner le clair-obscur: réflexions sur la protection de la vie personnelle sur le Web 2.0.....</b>	315
<i>Dominique Cardon</i>	

1. La rupture des espaces en clair-obscur.....	317
1.1. La visibilité en clair-obscur.....	318
1.2. La rupture du clair-obscur .....	319
2. Protéger le clair-obscur.....	322
2.1. Plus clair.....	323
2.2. Plus opaque.....	324
Conclusion.....	325
Bibliographie.....	327

## Chapitre 21

**Quelques pistes de réflexion en vue d'une approche critique du Web collaboratif** ..... 329*Jacob T. Matthews*

1. La participation des usagers comme source de valorisation : quelques rappels historiques..... 331
  2. L'intermédiation comme mode de développement du système des industries de la culture et de la communication..... 333
  3. Le Web 2.0 dans la filiation des industries culturelles..... 335
- Conclusion: captation et mise en valeur d'un nouveau « sujet global » ..... 337
- Bibliographie..... 340

## Chapitre 22

**La sensibilité épistémique face à Wikipédia**..... 341*Fabien Dumais*

Bibliographie..... 351

## Chapitre 23

**Le journalisme participatif, un maillon dans la chaîne numérique de l'information d'actualité** ..... 353*Franck Rebillard*

1. Le journalisme participatif, définitions et évolutions ..... 354
    - 1.1. La création d'informations en amateur, première voie du journalisme participatif..... 355
    - 1.2. L'intervention des internautes dans la sélection éditoriale comme voie plus récente..... 357
  2. L'inscription du journalisme participatif dans la filière de l'information en ligne..... 358
- Conclusion..... 363
- Bibliographie..... 364

**Notices biographiques**..... 367

**LISTE DES FIGURES  
ET DES TABLEAUX**





Internet a pris aujourd'hui la forme du Web social : en mobilisant les technologies 2.0, Internet devient un lieu participatif où l'utilisateur est appelé à créer des contenus, à les échanger, à les remixer. Il est invité à se mettre en valeur à travers des sites de réseaux sociaux et à s'exprimer dans des blogues personnels ou politiques. L'utilisateur est ainsi placé au centre du Réseau des réseaux. Phénomène largement médiatisé, il reste peu connu du point de vue de ses pratiques dans les principaux domaines où il se déploie : information, communication, travail, loisirs, éducation, science.

Les recherches sur ces nouveaux usages interpellent plusieurs communautés scientifiques intéressées par les rapports entre technique, communication et société. Cet ouvrage propose une cartographie interdisciplinaire de ces travaux récents. En réunissant des analyses dans des sphères variées (culture, jeu, travail, journalisme, démocratie participative, éducation, santé) et des essais critiques sur l'utopie du Web social, les auteurs de cet ouvrage interrogent les figures de l'Internet contemporain : le Web social annonce-t-il une mutation de la communication ?

*FLORENCE MILLERAND est professeure au Département de communication sociale et publique de la Faculté de communication de l'Université du Québec à Montréal (UQAM).*

*SERGE PROULX est sociologue et professeur titulaire à l'École des médias de la Faculté de communication de l'Université du Québec à Montréal (UQAM).*

*JULIEN RUEFF est membre du Laboratoire de communication médiatisée par ordinateur (LabCMO) à l'Université du Québec à Montréal (UQAM).*

#### COLLABORATEURS

Nicolas AURAY

Claudine BONNEAU

Julien BOUILLÉ

Dominique BOULLIER

Suzy CANIVENC

Dominique CARDON

Viviane CLAVIER

Gaëlle CRENN

Maxime CRÉPEL

Renato CUDICIO

Fabien DUMAIS

Jean-Paul FOURMENTRAUX

Michel GENSOLLEN

Fanny GEORGES

Anne GOLDENBERG

Daniel KAPLAN

Simon LE BAYON

Christian LICOPPE

Maria C. MANES-GALLO

Jacob T. MATTHEWS

Florence MILLERAND

Mélanie MILLETTE

Evelyne MOUNIER

Arnaud NOBLET

Céline PAGANELLI

Françoise PHILIP

Nathalie PIGNARD-CHEYNEL

Serge PROULX

Franck REBILLARD

Hélène ROMEYER

Julien RUEFF

Grégory SPIETH

Adrian STALL

Geneviève VIDAL



9 782760 524972

ISBN 978-2-7605-2497-2