

# L'intelligence du grand nombre : la puissance d'agir des contributeurs sur Internet - limites et possibilités

Serge PROULX,

serge.proulx@telecom-paristech.fr

*Professeur titulaire, École des médias, Directeur, Laboratoire de communication médiatisée par ordinateur (LabCMO), Université du Québec à Montréal, Chercheur associé, Télécom ParisTech (Paris).*

---

## 1. La puissance d'agir des sujets sociaux

La question théorique qui retient mon attention pour amorcer la réflexion aujourd'hui est celle que les chercheurs anglo-américains appellent la problématique de l'*agency*, concept lié le plus souvent à celui de l'*empowerment* des acteurs sociaux humains. Pour la communauté des chercheurs francophones, la piste à explorer au départ consiste certainement à considérer la manière par laquelle le concept philosophique et sociologique d'*agency*, surtout utilisé par les Anglo-américains, peut être traduit en français – idem pour le concept d'*empowerment*. Ainsi, Jérôme Vidal, dans un ouvrage récent (Vidal, 2008), propose un commentaire sur la traduction française du concept d'*agency* qui introduit une distinction intéressante. Il rejette d'emblée les termes neutres qui restent obscurs ou laborieux pour le lecteur francophone, comme ceux d'"agence", d'"agentivité" ou d'"agencéité". Il s'agit là de traductions non seulement trop hermétiques, mais, de plus, ces termes apparaissent fermés à une réappropriation critique de la problématique politique véhiculée par ce concept. Vidal retient plutôt deux autres termes. Ainsi :

- l'*agency* se traduirait soit comme la "capacité d'agir" des acteurs sociaux, un concept que ne renierait pas une sociologie critique de la domination: "*Capacité d'agir* aurait l'intérêt de dresser une passerelle entre la problématique de l'*agency* et les sociologies de la domination qui, comme celle de Pierre Bourdieu, posent que la capacité statutaire (légitime, reconnue, officielle) conditionne (le développement de) la capacité (affective, psychique, intellectuelle, physique...) effective – mais ce serait rabattre la problématique de l'*empowerment* sur celle, institutionnelle, de l'habilitation." (Vidal, 2008, p. 17). Contre cette lecture limitée de Bourdieu proposée par Vidal, il faut bien voir que la théorie de la domination de Bourdieu est fondée d'abord sur le sentiment d'injustice que le sociologue éprouve devant le fait que la domination apparaît souvent aux yeux des dominés comme un état des choses "naturel", c'est-à-dire "que les dominés ne se reconnaissent de capacités que celles que l'ordre de la domination veut bien leur reconnaître" (Nordmann, 2006, p. 9). Le travail de Bourdieu a consisté à comprendre par quels mécanismes cet ordre des choses avait pu être intériorisé (incorporé) par les sujets dominés qui en viennent à penser leur situation à l'aide des catégories cognitives proposées et imposées par l'ordre social, par la domination. Le système d'explication proposé par le sociologue s'est déployé en une tension dialectique entre un niveau structural objectif (position de l'agent dans un champ) et un niveau subjectif

d'intériorisation de la structure par le biais des habitus. Or, il faut bien reconnaître – et c'est là, la faiblesse épistémologique de Bourdieu – que dans ce système explicatif, c'est le niveau structural qui fut privilégié systématiquement comme explication de dernière instance.

- l'*agency* se traduirait soit comme la “puissance d'agir” des sujets sociaux, concept s'inscrivant davantage dans la tradition philosophique spinoziste, dont Michel Foucault et Gilles Deleuze sont des héritiers : “*Puissance d'agir* aurait le grand mérite de faire référence au fond spinoziste auquel reconduit comme par nécessité la notion, Spinoza étant assurément le grand penseur de la puissance d'agir (*potentia agendi*), et ses héritiers actuels (par le biais d'un certain marxisme, de Deleuze, de Foucault) étant à peu près les seuls à porter cette question dans l'Hexagone.” (Vidal, 2008, p. 17)

Sans vouloir entrer en polémique avec Jérôme Vidal, notons tout de même que plusieurs sociologues, économistes et philosophes français contemporains explorent systématiquement aujourd'hui ce que l'héritage spinoziste peut apporter au développement actuel des sciences sociales, y compris par l'examen rétrospectif d'un certain héritage spinoziste sur la trajectoire de pensée de Pierre Bourdieu (voir: Citton et Lordon, 2008). S'interrogeant sur l'invisibilité des problématiques de l'*agency* et de l'*empowerment* dans l'univers des sciences sociales francophones, Vidal va jusqu'à se demander si la question de l'*agency* ne constituerait pas le point aveugle des sociologies contemporaines de la domination et de l'aliénation. Penser l'*agency* comme puissance d'agir des sujets humains pourrait fonder une alternative à la sociologie de la domination; cette approche pourrait conduire les sciences sociales contemporaines à penser la liberté autrement. Cette manière de voir apparaît compatible avec une autre sociologie, une approche donnant pleinement la parole aux acteurs ordinaires, une sociologie qui “laisse penser les acteurs” et qui leur reconnaît la capacité de fournir eux-mêmes des explications légitimes de leur situation (Latour, 2006). Cette pensée de l'*agency* pourrait nous aider :

“à sortir du face à face entre les sociologies du déterminisme et les philosophies du “miracle”, de l' « acte » ou de l' « événement ». À refuser de voir dans la liberté l'autre du pouvoir ou de la domination. À ne pas présupposer que la liberté trouve sa source dans un sujet absolument souverain. À penser la liberté comme production et comme relation, et, indissociablement, à penser la liberté comme productivité: comme capacité pratique d'être affecté et de produire des effets.” (Vidal, 2008, p. 18)

Alors qu'une définition de l'*agency* comme « capacité d'agir » réduirait celle-ci à la capacité des acteurs (dominés) à résister (symétriquement) au système de domination qui les contraint – capacité de résister trop souvent « récupérée » par la puissante logique de domination et d'aliénation des masses – une définition de l'*agency* en termes de « puissance d'agir » investit au contraire les sujets sociaux d'une compétence plus forte, en l'occurrence: du pouvoir même de formuler une critique effective et ainsi, de *faire dévier* le cours de la reproduction du monde social. Dans le cadre d'une problématique de la puissance d'agir des sujets sociaux, ceux-ci possèdent – de manière analogue à la pratique de certains arts martiaux – la compétence de s'approprier momentanément la force qui les domine pour renverser le sens de son mouvement et tenter alors d'inverser le cours du pouvoir. Ainsi pouvons-nous imaginer des sujets sociaux intervenant de manière paradoxale et symbolique dans le tissu des rapports de force, poussant la logique du système jusqu'à l'absurde, en posant, par exemple, des gestes de dérision ou de détournement de symboles dans l'arène publique.

Ces gestes participeraient ainsi d'un mouvement de déconstruction des stéréotypes véhiculés par les

logiques dominantes; en d'autres mots, ils seraient partie prenante d'un mouvement de *dénaturalisation* des « pris pour acquis » cognitifs du monde social, des « évidences du sens commun », rejoignant en cela le projet contre-hégémonique d'un Antonio Gramsci (Hall, 1996), projet repris et poursuivi notamment par des chercheurs contemporains se réclamant des *Postcolonial studies* qui travaillent à déconstruire les stéréotypes racistes liés par exemple à la couleur de la peau ou au fait d'appartenir à des groupes ou nations ayant subi le processus de colonisation (Spivak, 1988, 2005).

Une caractéristique importante de l'*agency* pensée comme puissance d'agir est sa dimension collective. Pour pouvoir prétendre d'un *empowerment* conséquent, les sujets sociaux doivent se penser à la fois comme *communauté épistémique* (c'est-à-dire comme lieu de production collective d'une connaissance commune et circulant librement aux fins de partage et de bonification permanente) et comme *acteur collectif* (c'est-à-dire susceptible d'intervenir efficacement dans l'arène publique), de manière à disposer d'une puissance d'agir collective et démocratique.

Comment cette problématique de l'*agency* pourrait-elle nourrir nos réflexions sur ce phénomène relativement nouveau qui consiste, pour les utilisateurs des plateformes du Web relationnel, à fournir des « contributions » aux corpus des contenus circulant dans l'univers Internet? Peut-on identifier les conséquences politiques, éthiques et économiques de cette explosion des contributions numériques pour les ensembles sociaux ?

## **2. Les contributions des utilisateurs du Web relationnel : une dimension constitutive du capitalisme informationnel**

Dans le cadre de la mutation actuelle de l'environnement médiatique, un phénomène apparaît majeur, c'est celui de l'émergence de *médias individuels de communication de masse* du fait de l'usage omniprésent des nouvelles plateformes collaboratives du Web relationnel (blogs, sites de réseaux sociaux, *podcasting*, wikis) (voir Castells, 2006). Deux logiques sociales s'affrontent en ces lieux dématérialisés. D'une part, les contributions en ligne des internautes participent massivement – sans même que les utilisateurs en soient nécessairement conscients – à un formidable système de captation capitalistique des contributions des utilisateurs profanes par les entreprises géantes de l'Internet (Google, Yahoo, Microsoft...). Cette logique économique de captation des contributions est au fondement même du capitalisme informationnel contemporain : ce sont ces millions de contributions individuelles qui, une fois agrégées en corpus gigantesque par les entreprises propriétaires des plateformes relationnelles, constituent la source directe de la production de la valeur en régime de capitalisme informationnel. D'autre part, l'utilisation de ces *médias individuels de communication de masse* fait naître chez les internautes des aspirations d'*empowerment* favorisé par un usage possible du capital social constitué dans les sites de réseaux sociaux à travers une prise de parole à l'échelle de groupes et de communautés, et ouvrant vers un idéal de démocratie participative. Nous sommes ici devant l'émergence d'une logique sociale et politique émancipatrice qui contraste radicalement avec la logique économique précédente de captation capitalistique des contributions du plus grand nombre.

Dans les environnements numériques d'Internet, les modes de création et de distribution des contenus ont connu depuis moins d'une décennie des transformations importantes, bouleversant les modèles traditionnels adoptés jusqu'ici par les industries culturelles. Quatre traits significatifs caractérisent ces évolutions dans les usages marqués par l'émergence d'une « culture participative » (Jenkins, 2006b). Tout d'abord, les usagers sont considérés comme étant au centre des dispositifs : ils sont incités à produire et diffuser leurs propres contenus en ligne. Ce trait est souvent désigné par les expressions

*user-generated content* (UGC) ou *user-created content* (UCC) (OCDE, 2007). Seconde particularité, cette participation semble facilitée par la faiblesse des efforts cognitifs et techniques requis pour exploiter les outils de ces nouvelles plateformes (quoique des inégalités dans l'accès et l'appropriation des outils perdurent par ailleurs). Ce contexte favoriserait ainsi l'expansion de pratiques de création et d'échange de contenus chez les utilisateurs profanes ou amateurs (Leadbeater et Miller, 2004). Troisièmement, ces mutations s'appuient sur le développement de grands collectifs en ligne ou de communautés gigantesques d'utilisateurs, organisés en réseaux de très grande taille et structurés *a priori* de manière non hiérarchique (Surowiecki, 2005) : c'est au niveau de cette troisième caractéristique que nous pourrions parler de la mise à contribution d'une *intelligence du grand nombre*. Quatrièmement, ces transformations font naître des modèles économiques originaux (Gensollen, 2006) fondés sur des agrégations monumentales de contributions souvent minimes à l'échelle individuelle.

Cette rationalisation marchande de la production-distribution des biens informationnels s'articule à des modes exploratoires de découverte par *serendipity* – l'utilisateur repérant des contenus qu'il ne recherchait pas *a priori* (Auray, 2007, 2009). Amorcées en 1999 par la propagation des échanges pair à pair de fichiers musicaux (*peer to peer* - p2p), auxquels les entreprises du disque ont été confrontées (Moreau, 2008), de nouvelles formes participatives se multiplient, exigeant des adaptations stratégiques dans plusieurs secteurs des industries culturelles. Ces nouvelles pratiques laissant place à des téléchargements illégaux de contenus audio, texte et vidéo, d'importantes controverses ont animé l'espace médiatique depuis quelques années concernant la protection du droit d'auteur qui est mise en tension par la promotion d'une libre circulation des biens informationnels (en France, les escarmouches autour de la loi Hadopi en 2009 sont emblématiques de cette nouvelle problématique).

Ces nouvelles pratiques collaboratives de création et d'échange de contenus sur Internet correspondent à des secteurs très divers. Mentionnons, à titre d'exemples, différentes pratiques correspondant chacune à un type particulier de participation en ligne :

- encyclopédie collaborative : les contributeurs à l'encyclopédie *Wikipédia* qui offrent de nouvelles manières de construire des savoirs encyclopédiques dynamiques (Levrel, 2006) ;
- journalisme citoyen : les sites de journalisme citoyen qui interpellent les règles traditionnelles du journalisme (Jeanne-Perrier et al., 2005) ;
- logiciel libre : les formes communautaires de développement du logiciel libre qui se constituent progressivement en alternative au logiciel propriétaire (Weber, 2004) ;
- mondes immersifs : la plateforme *Second Life* qui constitue un environnement numérique original où la création de contenus de divertissement dépend intimement des contributions permanentes des usagers (Boellstorff, 2008) ;
- *podcasting* : les pratiques de *podcasting* (baladodiffusion) qui invitent à des reconfigurations significatives des dispositifs de radiodiffusion (Berry, 2006 ; O'Neill, 2006).

L'observation de ces diverses pratiques révèle une importante évolution dans les usages d'Internet. Nous pensons qu'il existe une unité derrière cette diversité, dans la mesure où ces pratiques collaboratives partagent des caractéristiques communes. Dans la lignée des travaux d'Axel Bruns (2008) désignant ces nouvelles pratiques par le terme de *produsage* – les différenciant ainsi du processus traditionnel de *production* – nous souhaitons mettre en évidence – dans le cadre d'un nouveau programme de recherche que nous amorçons – les spécificités de ces phénomènes de

*contribution en ligne*. Dans la mesure où les usages contributifs ne sont généralement pas rémunérés financièrement, ces pratiques semblent motivées par de puissantes gratifications symboliques. D'où l'importance, dans ces environnements numériques, des pratiques de reconnaissance entre les internautes – c'est-à-dire : la confirmation de la valeur sociale d'un sujet par autrui (Honneth, 2002).

Plusieurs travaux contemporains en communication, culture et médias décrivent les environnements numériques – issus de la convergence entre informatique, médias audiovisuels et télécommunications – comme des lieux privilégiés de création culturelle par le plus grand nombre (Jenkins 2006a, 2006b ; Bruns 2008). Par ailleurs, dans des études récentes d'usage des innovations techniques, l'utilisateur est perçu dorénavant comme jouant un rôle de plus en plus actif dans le processus innovant (Oudshoorn et Pinch, 2003, 2008). À l'origine, ces travaux ont su décrire la capacité de l'utilisateur-innovant (*lead user*) à bien identifier « son besoin », puis à inventer une solution technique pour le combler, et enfin, à construire et tester un prototype dans des conditions concrètes d'usage (Von Hippel, 2005 ; Cardon, 2005). Ces travaux se sont prolongés par une prise en considération d'un bassin élargi d'utilisateurs susceptibles de contribuer au processus de *l'innovation ascendante* : Von Hippel a ainsi parlé – à tort ou à raison – d'une « démocratisation de l'innovation » (Von Hippel, 2005).

### 3. Un programme de recherche sur la contribution numérique

Dans le cadre du programme de recherche (2009-2012) que nous développons au Laboratoire de communication médiatisée par ordinateur (LabCMO), nous proposons d'analyser ces pratiques de création et d'échange à partir de quatre dimensions, à savoir : (a) le mode de visibilité médiatisée par le dispositif et facilitant la reconnaissance sociale des contributeurs ; (b) le niveau d'expertise dont font montre les internautes contributeurs ; (c) les normes et modèles de gouvernance des collectifs de contributeurs ; (d) l'insertion de tels usages contributifs dans le contexte d'une économie de l'immatériel et du processus d'échange de biens informationnels.

(a) *Mode de visibilité médiatisée et dispositif de contribution*. Il s'agit d'examiner, en respectant la diversité des usages, les éventuelles transformations de la visibilité résultant des interrelations entre usagers et dispositifs (Thompson, 1995, 2000). Cette problématique nous paraît décisive dans la mesure où la conception des outils Internet de seconde génération semble intégrer différents modèles de visibilité à partir desquels les utilisateurs déplaceraient – en se les appropriant – les frontières entre « ce qui peut être vu » et « ce qui ne peut être vu » (Cardon, 2008 ; Boyd, 2008). Or, cette spécificité contribue concrètement à renouveler les formes d'interaction et à altérer les procédés de présentation de soi. Elle conditionne également la reconnaissance mutuelle entre les usagers, celle-ci exigeant au préalable la visibilité (Voirol, 2005b). Nous souhaitons décrire les processus par lesquels les usagers s'engagent dans la construction des catégories du visible et de l'invisible, d'une part, et identifier les présupposés normatifs présidant à la définition de « ce qui vaut d'être vu » et de « ce qui ne vaut pas d'être vu », d'autre part (Voirol, 2005a).

(b) *Niveau d'expertise et qualité des contributions*. Les nouvelles plateformes collaboratives ont la particularité d'inciter les internautes ordinaires à participer directement à la création de contenus. Or, ces biens informationnels demeurent principalement générés par des « amateurs ». Ce constat nous amène alors à interroger leur statut au regard de celui des « professionnels » (Leadbeater et Miller, 2004). Il s'agit également d'examiner les processus par lesquels la figure de « l'expert » peut (re)surgir

dans les collectifs d'utilisateurs, en prêtant notamment attention à la reconnaissance des collaborations et des contributions entre les utilisateurs (Dejours, 2007). Au-delà de cette opposition devenue aujourd'hui emblématique entre professionnels et amateurs – opposition qu'il ne s'agit surtout pas d'ériger en paradigme d'étude attendu l'asymétrie de cette relation – nous procéderons plutôt à une évaluation de la qualité et du degré effectif d'expertise des contributeurs ordinaires (Collins, 2007 ; Collins et Evans, 2007). Cette expertise concerne aussi bien leur maîtrise des dispositifs techniques, que leur capacité à élaborer des contenus spécifiques, ou encore, leur compétence à communiquer dans les environnements numériques.

*(c) Normes et modèles de gouvernance des collectifs de contributeurs.* Les collectifs de contributeurs apparaissent *a priori* comme des entités non hiérarchiques. De fait, les participants organisent la diversité de leurs contenus, de manière à maximiser les conditions de l'exploration et de la découverte de leurs biens informationnels par les internautes (Auray, 2007). Aussi, des règles de gouvernance s'instituent de manière formelle ou informelle ; des cercles distincts de contributeurs se répartissent dans chaque communauté en fonction de leurs niveaux respectifs d'engagement (Cardon, 2005). Trois variables déterminent par ailleurs le degré d'ouverture de la gouvernance de ces collectifs en ligne : la perméabilité de leurs frontières vis-à-vis de l'environnement extérieur ; la possible discussion des normes permettant la pacification des conflits au sein des communautés et la transparence des critères par lesquels les usagers se voient attribuer une réputation par rapport au mérite de leurs contributions (Auray, 2008). Ce point n'est pas négligeable, dans la mesure où "les systèmes de réputation" pèsent lourdement sur l'équilibre et l'évolution des collectifs liés aux outils de seconde génération. Une analyse de la gestion de la réputation, c'est-à-dire d'une gratification symbolique proche de la reconnaissance, nous paraît en ce sens nécessaire.

*(d) Modèles économiques : la contribution dans le contexte de l'économie de l'immatériel.* D'un point de vue économique, les contenus médiatiques distribués par les plateformes collaboratives constituent des biens informationnels *non rivaux* : une fois acquis par des agents, ils continuent d'exister à la source (Gensollen, 2006). La rareté se déplace ainsi des corpus informationnels constitués par les utilisateurs, vers les procédures techniques et les organisations sociales qui permettent de les utiliser au mieux. Les contributeurs agrègent des informations déjà élaborées, dont le coût de fourniture est très faible et les internautes doivent, pour utiliser cet ensemble disparate, disposer d'outils de recherche et de contrôle de qualité (Auray, 2008). On passe ainsi d'une économie de l'attention, celle des médias de masse (Goldhaber, 1997), à une économie de la gratuité des contenus et du transfert de valeur vers les équipements et les services nécessaires à leur utilisation collective. La dimension économique des pratiques d'échange et de création de contenus exige – nous le disions précédemment – une réflexion sur la reconnaissance (Honneth, 2006). Dans un tel contexte économique, cette problématisation en termes de reconnaissance nous conduit à souligner les risques éventuels d'instrumentalisation de la bonne volonté lors de la constitution des collectifs qui organisent et gèrent les corpus. Les propriétaires des plateformes collaboratives possèdent en effet actuellement les droits d'utilisation des informations, qu'ils peuvent utiliser pour accroître l'efficacité marchande (Dujarier, 2008).

#### 4. L'intelligence du grand nombre

Prétendre qu'il existerait une « intelligence du grand nombre » apparaît à première vue paradoxal. Pensons à Gustave Le Bon qui dans sa *Psychologie des foules* (1895) affirmait que les foules agissaient comme des barbares incapables de réflexion, subissant l'influence des images plutôt que des arguments rationnels, mues par un inconscient collectif incontrôlable, susceptibles de comportements contrastés et variables, parfois même violents. Pensons aux analyses de Gabriel Tarde (1901) qui opposait le « public » (informé par la presse, se construisant à travers les conversations inter-individuelles dans l'espace public des cafés, capable de prise de décisions rationnelles) à la « foule » (dissipée, irrationnelle, improbable, dominée par ses passions, impossible à ordonner mais pouvant suivre de manière inattendue et massive les diktats d'un chef charismatique). Or, la foule est du côté du grand nombre. Aussi, vouloir attribuer une intelligence au grand nombre apparaît tâche difficile: comment faire du grand nombre le siège d'une intelligence collective alors même que la foule apparaît disqualifiée en matière de formulation ou de défense efficace d'opinions argumentées susceptibles de fonder des actions publiques pertinentes?

L'émergence d'Internet, et, en particulier, l'usage des nouvelles plateformes collaboratives, a pourtant remis à l'ordre du jour l'hypothèse d'une « intelligence des foules ». En 2004, James Surowiecki a publié un ouvrage sur la « sagesse des foules » (*The Wisdom of Crowds*), ouvrage qui a connu un retentissement en Amérique du Nord, en particulier dans le domaine de la gestion des affaires, et qui défend précisément la thèse de l'émergence d'une intelligence collective par la mobilisation de la foule. S'appuyant sur une série d'exemples liés au fonctionnement des marchés financiers, Surowiecki considère trois types de situations où sont traités successivement des problèmes relatifs à la connaissance, à la coordination et à la coopération dans la gestion des prises de décision. Pour connaître le « succès », Surowiecki insiste sur la nécessité de construire la foule des individus qu'il cherchera ensuite à impliquer dans la solution de problèmes spécifiques, à partir de quatre critères (diversité des origines et des compétences locales ; indépendance de jugement des participants vis-à-vis des choix effectués par les autres participants ; mise en place d'un dispositif destiné à capter les opinions individuelles des participants de manière à pouvoir les traduire éventuellement en consensus ; refus d'identifier une figure d'autorité qui aurait un pouvoir décisionnel de dernière instance). La « foule » dont il est question ici n'a rien à voir avec la foule décrite par Le Bon ou Tarde : il s'agit d'un ensemble d'individus caractérisé à partir de critères explicites, ce qui permet certainement d'éviter un certain nombre de dérives attribuées aux comportements des foules.

Surowiecki définit la foule comme étant « tout groupe susceptible d'agir collectivement dans la prise de décision ou la solution de problèmes » (grandes organisations privées ou gouvernementales, mais aussi regroupements plus restreints, comme par exemple : un réseau de scientifiques). Surowiecki inclut également dans son corpus des agrégats d'individus en action qui ne sont pas conscients qu'ils forment une entité collective, par exemple : des parieurs sur un champ de course ou des investisseurs dans le marché financier. Or, l'enchevêtrement des décisions individuelles des membres de ces agrégats conduit à la production sociale de paramètres affectant l'ensemble du groupe (par exemple, la quantité et l'orientation des investissements individuels sur le marché vont générer les cotes et le prix des actions en bourse). Paradoxe de cette « sagesse des foules »: l'auteur considère que les décisions collectives seront d'autant meilleures et pertinentes qu'elles reposeront sur une série de décisions individuelles prises de manière indépendante (c'est-à-dire sans subir l'influence des choix des autres participants).

L'une des plateformes où s'exprime de manière spectaculaire cette intelligence du grand nombre concerne l'encyclopédie collaborative en ligne Wikipédia. Il est certain que Wikipédia peut être attaquée sous plusieurs angles, en particulier celui de la fiabilité et de la désinformation : erreurs factuelles, danger de manipulation, danger de versions idéologiquement biaisées, contradictions entre les versions dans une langue et une autre pour un même article, risque de l'autopromotion qui s'affiche comme information, etc. Ces critères de fiabilité et de désinformation permettent ainsi d'évaluer cette encyclopédie en ligne à l'aune des encyclopédies traditionnelles. Mais ce qui apparaît fascinant avec Wikipédia est ce qui est radicalement nouveau. Plusieurs commentateurs ont souligné la facilité avec laquelle quiconque peut corriger les erreurs repérées. Ceci constitue un premier trait de la nouveauté. Il y a aussi d'autres traits originaux qui méritent que l'on s'y arrête : ainsi, de nouvelles manières « d'écrire ensemble » apparaissent... Qu'est-ce que ces pratiques d'écriture collective signifient pour la production des savoirs aujourd'hui ? Et pour la société informationnelle de demain ? Des chercheurs travaillent à identifier les mécanismes de régulation propres à ces pratiques de co-écriture qui se mettent en place. Par exemple, certains chercheurs introduisent sciemment des erreurs de manière à suivre les processus d'auto-correction et d'auto-régulation présents dans le dispositif. Et où se situe dorénavant l'autorité ? Ces pratiques collectives de production de savoirs représenteraient-elles une manière « citoyenne » de contester l'autorité des experts ? Une autre piste intéressante à suivre : en s'interrogeant sur les motivations des contributeurs, on se rend compte que plusieurs contributeurs désirent « communiquer leur passion » quant à un objet particulier de connaissance, que ce soit les papillons d'Afrique ou un obscur personnage historique... Nous retrouvons là l'expression d'un esprit libertaire déjà présent au moment de l'invention d'Internet (esprit libertaire des hackers enchevêtré paradoxalement au projet des militaires).

## **5. Le cas du journalisme citoyen en ligne : ouverture aux enjeux éthiques et politiques d'une « écriture citoyenne »**

L'usage des médias individuels de communication de masse a fait surgir les pratiques dites de « journalisme citoyen en ligne » (cette section, d'après : Proulx, 2009). Il s'agit de pratiques de production, de traitement et de diffusion d'information de type journalistique par des internautes qui ne sont pas des journalistes professionnels et qui utilisent les outils du Web relationnel. De simples utilisateurs participent ainsi de façon coopérative à la publication en ligne et au traitement d'une information de type journalistique. Du simple statut de lecteur, l'internaute rejoint celui de rédacteur et de commentateur : les utilisateurs deviennent *rédacteurs* de nouvelles, *commentateurs* des événements ou *réutilisent* l'information (sous d'autres formats). Or, que veut dire le vocable « citoyen » dans un tel contexte ? Veut-on faire référence ici à la simple expression des personnes ordinaires à côté de celle des journalistes ? Si tel est le cas, ces pratiques cyberjournalistes apparaissent alors comme un simple complément aux productions des médias traditionnels. L'utilisation de la logique du *crowdsourcing* signifie ici simplement la mobilisation d'un plus grand nombre de personnes pour le traitement et la publication en ligne (selon l'esprit de James Surowiecki, tel que présenté dans la section précédente). Il n'y aurait alors pas de véritable militance citoyenne dans ce cas de figure.

Par contre, si la citoyenneté désigne un mouvement de prise de parole de la part de personnes ordinaires cherchant à participer activement à la vie politique de la Cité, nous pouvons alors formuler l'hypothèse d'une participation de ces pratiques cyberjournalistes à la constitution d'une véritable alternative aux médias de masse traditionnels s'inscrivant dans la tradition des médias citoyens

engagés dits *médias autonomes* (Langlois et Dubois, 2006 ; Granjon, 2008). Dans ce deuxième cas de figure, il y aurait une brisure de la chaîne communicationnelle traditionnellement linéaire (allant du journaliste vers son public) pour constituer une logique en boucle, une chaîne circulaire et continue de la communication impliquant une participation active des publics citoyens à la publication en ligne de l'information. Ces publics actifs se feraient alors l'écho des mouvements sociaux et des groupes activistes exprimant des revendications sociales, politiques et culturelles.

Dans tous les cas de figure, ces pratiques cyberjournalistes font émerger des enjeux politiques et éthiques de même que des questions quant à l'avenir du journalisme. Un premier enjeu concerne la crédibilité des sources citoyennes et la qualité de l'information. Toute pratique rigoureuse suppose la mise en place de mécanismes de contrôle et de validation par les médias citoyens des informations soumises par les internautes. Aux yeux de certains analystes, la présence de journalistes professionnels dans les comités de contrôle éditorial apparaît cruciale pour assurer le contrôle de la qualité. Il s'agit en tout cas d'une question controversée puisque certains tenants du journalisme citoyen considèrent que des comités formés uniquement de porte-parole des citoyens peuvent faire l'économie du recours à des journalistes professionnels. La question demeure de savoir ce que signifie cette présence de plus en plus importante des non professionnels pour l'avenir de l'information journalistique et des entreprises de presse. Un second enjeu concerne l'intégration possible de ces pratiques citoyennes par des grands acteurs industriels de l'Internet ou par des entreprises de presse traditionnelles dont certains manifestent un intérêt marqué pour ce nouveau genre de journalisme. Ceci annonce certainement l'émergence de nouvelles associations et de stratégies collaboratives où s'entremêleront médias citoyens, médias traditionnels et grands acteurs de l'Internet. C'est en ce sens que l'on pourrait parler ici de l'instauration d'un régime de « coopération conflictuelle » entre médias *mainstream* et nouveaux médias individuels de communication de masse.

Recadrons maintenant l'émergence de ces nouvelles pratiques d'écriture citoyenne dans le contexte d'une problématique de la visibilité sociale des acteurs politiques. Nous formulons d'abord, après Castells, un double constat pour caractériser la force des médias dans la construction de l'espace public aujourd'hui (Castells, 2006). Premièrement, l'existence politique des acteurs sociaux est subordonnée à leur visibilité médiatique. Deuxièmement, ce sont les médias de masse traditionnels (grands réseaux de télévision et de la presse écrite) qui ont exercé jusqu'ici un contrôle serré sur la visibilité médiatique accordée aux acteurs politiques. La parole de ces derniers a, en effet, été fortement contrainte par la logique des médias traditionnels qui contrôlent significativement l'agenda des thèmes abordés tout autant que les règles de passage et le temps accordé aux différents acteurs politiques qui veulent s'exprimer sur la scène publique. L'avènement des médias individuels de communication de masse – émergence qui est l'une des caractéristiques majeures de la mutation actuelle de l'environnement médiatique – laisse entrevoir, à travers la prolifération des blogs politiques et journalistiques notamment (Paley, 2006), non seulement l'émergence d'espaces publics pluriels et hétérogènes mais aussi celle de nouveaux mécanismes de mise en visibilité publique des acteurs sociaux. Nous devons revenir ici à l'un de nos questionnements transversaux : l'émergence de ces nouveaux dispositifs numériques – équivalents fonctionnels d'un nouveau type de supports : les médias individuels de communication de masse – peut-elle faire écho aux principes d'une démocratie participative ? Et si oui, de quelle manière ? Il va de soi que les réponses à ces questions devront être formulées à partir d'enquêtes spécifiques (voir par exemple : Benvegna, 2007).

Le volet de notre nouveau programme de recherche concernant spécifiquement le cas du journalisme citoyen est ancré dans la série de questionnements suivants :

- quelles sont les formes principales de journalisme citoyen que nous pouvons repérer aujourd'hui sur Internet ? Peut-on parler du surgissement d'une authentique « écriture citoyenne » sur Internet ? Si oui, quels sont les traits significatifs de cette « écriture citoyenne » ? Comment articuler ce phénomène du journalisme citoyen avec l'importance accordée aujourd'hui aux utilisateurs amateurs dans la production des contenus sur Internet ?
- comment caractériser les plateformes idéologiques qui sont présentées par les initiateurs et les porteurs de ces projets de journalisme citoyen, plateformes devant en principe orienter et structurer ces nouvelles pratiques ? Y a-t-il une adéquation entre ces plateformes idéologiques et le traitement effectif de l'information offerte sur les portails de journalisme citoyen ?
- ces formes de journalisme citoyen constituent-elles réellement une alternative aux médias traditionnels grand public, comme le revendiquent ses protagonistes ?
- le journalisme citoyen peut-il se détacher du monopole exercé par les médias traditionnels grand public, sur la mise en agenda des principaux thèmes de l'actualité (*agenda-setting*) ?
- quelle importance le journalisme citoyen accorde-t-il aux règles éthiques et déontologiques dans ses pratiques de gouvernance et de rédaction ? Comment caractériser les principaux mécanismes mis en place pour modérer et réguler les pratiques des contributeurs sur ces sites ? Quel rôle est-il dévolu respectivement aux journalistes professionnels et aux contributeurs bénévoles dans le fonctionnement de ces modes de régulation ? Comment définir les nouvelles formes de coopération qui existent ou pourraient exister entre l'amateurisme des contributeurs citoyens et le professionnalisme des journalistes interpellés par le journalisme citoyen ?
- à l'échelle socio-économique de la mutation actuelle des industries culturelles des contenus et des pratiques du journalisme contemporain, comment caractériser les nouvelles formes de coordination qui enchevêtrent de manière triangulaire, médias traditionnels grand public, firmes géantes de l'Internet (Google, groupe Murdoch, Microsoft...) et responsables des sites de journalisme citoyen ?

L'analyse des formes d'une écriture citoyenne pourra ainsi mettre en évidence la tension vive traversant les pratiques de l'intelligence du grand nombre mobilisées sur Internet, à savoir : la confrontation entre d'une part, les aspirations à une démocratie participative et d'autre part, les dangers d'une réduction statistique de la vérité à laquelle pourrait nous conduire l'usage excessif des moteurs de recherche.

## **Bibliographie**

- Auray, N., « Le Web participatif et le tournant libéral : des communautés aux solidarités ». In F. Millerand, S. Proulx, J. Rueff, dir. *Web relationnel : mutation de la communication?* Presses de l'Université du Québec, Québec, 2009, à paraître.
- Auray, N., « Communautés d'information et gouvernance ouverte : frontières, statuts, conflits », *Work in progress*, Telecom ParisTech, texte inédit, 2008.
- Auray, N., « Folksonomy : a New Way to Serendipity », *Communications & Strategies*, 65, 2007, p. 67-91.
- Benvegno, N., « Des éoliennes en Atrébatie : les TIC dans la boîte à outils de la démocratie dialogique », *Hermès*, n° 47, 2007, p. 29-40.

- Berry, R., « Will the iPod Kill the Radio Star ? Profiling Podcasting as Radio ». *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 12 (2), 2006, p. 143-162. En ligne : <http://con.sagepub.com/cgi/content/abstract/12/2/143>
- Boellstorff, T., *Coming of Age in Second Life. An Anthropologist Explores the Virtually Human*. Princeton: Princeton University Press, 2008
- Boyd, D., « Facebook's Privacy Trainwreck : Exposure, Invasion and Social Convergence », *Convergence : The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14 (1), 2008, p. 13-20
- Bruns, A., *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond. From Production to Prodisage*. New York: Peter Lang, 2008
- Cardon, D., « Le design de la visibilité : un essai de typologie du web 2.0 », 2008  
En ligne : <http://www.internetactu.net/2008/02/01/le-design-de-la-visibilite-un-essai-de-typologie-du-web-20/> .
- Cardon, D., « De l'innovation ascendante ». Entrevue réalisée par Hubert Guillaud. *InternetActu*, Paris, 2005  
En ligne : <http://www.internetactu.net/?p=5995>.
- Castells, M., « Émergence des médias de masse individuels », *Le Monde diplomatique*, août 2006, p. 16-17.
- Citton, Y. et F. Lordon, dir., *Spinoza et les sciences sociales. De la puissance de la multitude à l'économie des affects*, Éditions Amsterdam, Paris, 2008.
- Collins, H., « A new program of research ? », *Studies in History and Philosophy of Science*, 38, 2007, pp. 615-620.
- Collins, H. et R. Evans, *Rethinking Expertise*. Chicago : U of Chicago Press, 2007.
- Dejours, Ch., « Psychanalyse et psychodynamique du travail: ambiguïtés de la reconnaissance ». In A. Caillé, éd. *La quête de reconnaissance. Nouveau phénomène social total*. Paris : La Découverte, 2007, p. 58-88.
- Dujarier, M.-A., *Le travail du consommateur. De McDo à E-Bay : comment nous coproduisons ce que nous achetons*. Paris : La Découverte, 2008.
- Gensollen, M., « La culture entre économie et écologie : l'exemple des communautés en ligne », in Xavier Greffe éd., *Création et diversité au miroir des industries culturelles*. Paris : La Documentation Française, 2006, p. 285-312.
- Goldhaber, M. H., « The Attention Economy and the Net ». *First Monday*, 2 (4), 1997 : [http://www.firstmonday.org/issues/issue2\\_4/goldhaber/](http://www.firstmonday.org/issues/issue2_4/goldhaber/)
- Granjon, F., « Les nouveaux résistants à l'ère du numérique. Entre utopie sociale et déterminisme technique », in Proulx, S., Couture, S., Rueff, J. (dir.), *L'action communautaire québécoise à l'ère du numérique*, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2008, p. 59-76
- Hall S., "Gramsci's relevance for the study of race and ethnicity", in D. Morley & K. H. Chen, dir., *Stuart Hall : Critical Dialogues in Cultural Studies*, Routledge, London, 1996.
- Honneth, A., *La société du mépris*. Paris : La Découverte, 2006.
- Honneth, A., *La lutte pour la reconnaissance*. Paris : Les éditions du Cerf, 2002
- Jeanne-Perrier, V., Le Cam, F., Pélissier, N., « Les sites web d'auto-publication : observatoires privilégiés des effervescences et des débordements journalistiques en tous genres », in Ringoot, R., Utard, J.-M. (dir.), *Le journalisme en invention. Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*. Rennes : Presses de l'Université de Rennes, 2005, p. 161-202
- Jenkins, H., *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York : NYU Press, 2006a.
- Jenkins, H., *Fans, Bloggers and Gamers : Exploring Participatory Culture*. New York : NYU Press, 2006b.

- Langlois, A., Dubois, F. (dir.), *Médias autonomes, Nourrir la résistance et la dissidence*, Montréal, Lux Éditeur, 2006.
- Latour, B., *Changer de société – Refaire de la sociologie*, Paris : La Découverte, 2006.
- Leadbeater, Ch. et P. Miller, « The Pro-Am Revolution : How Enthusiasts are Changing our Economy and Society ». *Demos*, 2004: <http://www.demos.co.uk/publications/proameconomy/>.
- Le Bon, G., *Psychologie des foules*, Paris : PUF, 1895.
- Levrel, J., « Wikipedia : Un dispositif médiatique de publics participants ». *Réseaux*, 138, 2006, p. 185-218.
- Moreau, F., « Numérisation et dématérialisation des échanges internationaux de musique enregistrée » in D. Cohen et Th. Verdier, éd., *La mondialisation immatérielle*. Paris : La Documentation française, 2008, p. 97-115.
- Nordmann, C., *Bourdieu / Rancière. La politique entre sociologie et philosophie*, Paris : Éditions Amsterdam, 2006.
- OCDE, Committee for Information, Computer and Communications Policy, *Participative Web : User-Created Content*. Paris : Organisation de Coopération et de Développement Économiques, 2007
- O'Neill, B., « CBC.ca: Broadcast Sovereignty in a Digital Environment ». *Convergence*, 12 (2), 2006, p. 179-197. En ligne : <http://con.sagepub.com/cgi/content/abstract/12/2/179> .
- Oudshoorn, N. et T. Pinch, eds., *How Users Matter. The Co-Construction of Users and Technologies*. Cambridge : MIT Press, 2003.
- Oudshoorn, N. et T. Pinch, « User-Technology Relationships : Some Recent Developments » in J. Hackett, O. Amsterdamska, M. Lynch, J. Wajcman, eds, *The Handbook of Science and Technology Studies*. 3<sup>e</sup> ed. Cambridge : MIT Press, 2008, p. 541-565.
- Paley, D., « Réécrire les médias. Les blogues comme espaces autonomes », in Langlois, A., Dubois, F. (dir.), *Médias autonomes, Nourrir la résistance et la dissidence*, Montréal, Lux Éditeur, 2006, pp. 181-194.
- Proulx, S., « La confiance : ce qui fait lien au temps de l'incertitude informationnelle » in C. Lobet-Marais, dir., *Variations sur la confiance : concepts et enjeux au sein des théories de la gouvernance*, coll. "Philosophie et Politique", Bruxelles : Peter Lang, 2009, à paraître.
- Spivak, G. C., "Can the Subaltern Speak?" in C. Nelson & L. Grossberg, dir., *Marxism and the Interpretation of Culture*, University of Illinois, Urbana, 1988, p. 271-313.
- Spivak G. C., "Scattered Speculations on the Subaltern and the Popular", *Postcolonial Studies*, 8, 2005, pp. 475-486.
- Surowiecki, J., *The Wisdom of Crowds*. New York : Random House, 2004.
- Tarde, G., *L'opinion et la foule*, Paris : Alcan, 1901.
- Thompson, J. B., *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Cambridge : Polity Press, 1995
- Thompson, J. B., « Transformation de la visibilité ». *Réseaux*, 100, 2000, p. 187-213.
- Dal, J., *La fabrique de l'impuissance I. La gauche, les intellectuels et le libéralisme sécuritaire*, Paris : Éditions Amsterdam, 2008.
- Voirol, O., « Visibilité et invisibilité: une introduction ». *Réseaux*, 129-130, 2005a, p. 9-36
- Voirol, O., « Les luttes pour la visibilité. Esquisse d'une problématique ». *Réseaux*, 129-130, 2005b, p. 89-121.
- Von Hippel, E., *Democratizing Innovation*. Cambridge : The MIT Press, 2005.
- Weber, S., *The Success of Open Source*. Cambridge : Harvard University Press, 2004.