

Communautés en ligne

Éric Guichard*

Décembre 2010

Ce texte est la version initiale (preprint) d'un article à paraître en 2012 dans le Dictionnaire des mondialisations (titre provisoire), Dir. Cynthia Ghorra-Gobin, Armand Colin.

1 Définition

La notion de communauté en ligne ou virtuelle est une catégorie fourre-tout dont l'emploi s'est développé avec l'internet, et qui est supposée signifier des formes d'interaction sociale alimentées au moins partiellement par les réseaux. Afin de comprendre les enjeux et les implicites de la notion, nous rappelons tout d'abord l'éventail sémantique des mots « communauté » et « virtuel » ; puis nous étudierons la popularisation de la notion et les motivations qui en sont à l'origine ; enfin, nous présenterons quelques cas de « communautés » dont nous verrons combien elles sont peu virtuelles.

1.1 La communauté, une notion vague

En France, la notion de communauté renvoie initialement à un objet mis en commun : la communauté des biens, vivre en communauté ; elle fait aujourd'hui plutôt référence à l'ensemble des personnes qui ont l'objet en commun. Il y a donc un déplacement de sens, importé des États-Unis, qui explique le succès d'une notion auparavant peu usitée et qui pourrait être avantageusement remplacée par l'un des mots suivants : fédération, association, collectif, groupe, classe sociale, comité, confédération, club, coalition, mutualité, cénacle, etc.

Deux exemples permettent de comprendre le flou de la notion :

1. la communauté des utilisateurs d'un logiciel, d'un système d'exploitation ou d'un appareil photo, qui souvent ne se connaissent pas. Ils peuvent avoir des intérêts

*Enssib-Ens-CIPh

partagés, mais de façon locale ou aléatoire. Ces catégories collectives, définies autour de «pratiques en commun» peuvent parfois se transformer en groupes de pression (les utilisateurs d'un jeu vidéo en ligne qui refusent l'abandon de l'anonymisation) mais elles sont rarement à l'origine d'une culture ou de relations sociales. On est ici dans une situation qui induit parfois de l'échange, mais alors éphémère et sans enjeu stable, sauf pour les vendeurs. Ici, c'est la catégorie marketing du client qui primerait.

2. La communauté scientifique, dont l'aspect unitaire ou solidaire est bien plus une représentation du sens commun qu'une réalité perçue de l'intérieur. Ici, la notion englobe une série de personnes dont on suppose qu'elles ont des formes régulières d'échange social du fait de valeurs communes ou d'un statut spécifique (les universitaires français, fonctionnaires). Mais ce sont surtout les non-scientifiques qui abusent de cette notion : nous sommes là dans le domaine de la projection sociale.

En pratique, la communauté renvoie à des milliers de types possibles d'associations, stables ou temporaires, entre deux personnes ou un grand nombre, de type ludiques ou professionnels, avec des possibilités de gradations entre chacun de ces pôles, et de nouveaux pôles.

Elle est surtout une manière de définir des stéréotypes. La communauté, c'est l'Autre en collectif, avec le mélange de fascination et de peur qui l'accompagne [de Certeau, 1975]. Le fait que des pratiques, des goûts, des territoires puissent *fabriquer* des communautés (la colonie de peuplement, les étudiants d'un internat) témoigne d'une vision naturalisée de la société : comme les photons ou les virus, les humains voient leurs conditions de vie modulées par des paramètres plus ou moins objectivables : ici la religion ou le lieu, là le logiciel de jeu. Nous voyons les limites de cette catégorie de classement, par exemple quand elles s'avèrent racialisantes : la «communauté asiatique», la «communauté musulmane», etc.

Nous retiendrons donc l'idée que la communauté est sollicitée quand nous sommes en peine de définir dans le détail un ensemble de personnes, dont on suppose que leurs pratiques, leur culture supposée ou leur apparence permettent de leur attribuer une identité commune, et d'en inférer des liens sociaux et des solidarités. Pour autant, le fait qu'un individu ait toujours plusieurs identités montre les limites de telles représentations sociales.

1.2 Le virtuel

Si nous traduisons ce mot par «non-réel» ou même par «en devenir», nous imaginons que la notion d'échange virtuel puisse troubler : ou l'échange se réalise, ou il n'est pas.

Et la virtualité présumée de la communication avec l'internet ne fait que rappeler sa filiation d'avec de précédents systèmes à communiquer, qui nous permettaient déjà de nous émanciper des contraintes d'unité de temps et d'espace : la poste, le télégraphe, le téléphone et la télématique.

Le succès de l'adjectif virtuel provient aussi de son usage chez les fondateurs de l'internet que sont les physiciens et les informaticiens. Dans leurs registres linguistiques, virtuel a un sens bien lâche : en optique, l'image virtuelle n'est pas plus ni moins réelle que l'image dite réelle ; la mémoire virtuelle de l'ordinateur est plus massive, moins volatile que la mémoire tout court car elle sollicite le disque dur ; de même, une machine virtuelle de type Java fonctionne d'une façon bien réelle. Nous sommes ici loin de l'irréel ou du potentiel.

Il reste néanmoins une situation où le virtuel sollicite la notion sensible de réalité pour signaler un écart d'avec elle : c'est le cas de la simulation, où la chute d'un avion ou le mitraillage d'un adversaire ne cause aucun mort. C'est peut-être ce sens (coupé du réel, permettant de se débarrasser des enjeux du réel) qui sollicite le plus nos imaginaires. S'ajoute à cela la forme parfois faiblement matérielle de l'internet (bits, wifi, etc.) et le caractère fortement psychique de nos pratiques, qui alimentent l'intuition d'une différence avec le monde sensible. L'adjectif «virtuel» serait alors utilisé parce qu'il signale un déplacement, une différence d'avec le monde faiblement réticulé difficile à détailler.

Ainsi, l'expression «communauté virtuelle» témoigne-t-elle de la difficulté que nous avons, en tant qu'humains, à analyser les nouvelles situations induites par les machines que nous avons développées. Ces machines sont fortement sribales [Guichard, 2008], étonnamment cognitives, et nous permettent de déployer notre activité préférée, si ce n'est vitale : la communication. Et les enjeux liés à cette modalité propre à l'humain sont tels qu'il sera bien difficile de l'analyser sans que s'infiltrant mille et un biais, qui

2.1 Le courrier électronique

Il est vrai que l'internet peut surprendre quant aux modes de l'échange qu'il induit. Si un internaute télécharge l'outil qui répond exactement à ses besoins précis mais qu'il n'arrive pas à s'en servir, et s'il envoie un samedi matin un mail à l'auteur (inconnu de lui) pour lui demander assistance, il peut être littéralement estomaqué quand il reçoit dans les heures qui suivent un courriel qui lui donnera la solution à son problème : il est possible qu'aucun autre mode d'échange antérieur ne lui aurait permis d'obtenir aussi rapidement un tel résultat.

Pour autant, une telle situation n'a pas incité le demandeur et Eddie Kolher (l'auteur de *gifscicle*, qui permet de produire du gif animé à partir d'images fixes) à construire les bases d'une communauté. Ce type d'échange invite plus à se pencher sur la part croissante de l'usage du courriel dans nos échanges qu'à se focaliser sur des expériences d'échange éphémères, fussent-elles gratifiantes. En l'espace de dix ans, notre usage du courriel, d'occasionnel, finit par nous occuper plusieurs heures par jour. Il est devenu un instrument incontournable de l'échange professionnel. Il permet parfois d'accroître son réseau social, mais il sert surtout à renforcer sa «communauté professionnelle», en communiquant de chez soi ou de l'étranger avec ses collègues. Il y a ici une positivité de la communication électronique et réticulée à ne pas négliger, même si elle se complète d'effets négatifs bien connus : accroissement des conflits du fait de la faible valeur d'illocution de l'écrit (et de sa difficile maîtrise [Olson, 1998]), surcharge cognitive consécutive à l'usage intensif du mail, amplifiée par la spectaculaire pollution qui l'accompagne : le spam ou pourriel.

2.2 Quelques communautés montées en épingle

Il existe de nombreuses «communautés» fréquemment décrites dans la presse : par exemple, les clients de Second Life, souvent cités vers 2005 et qu'on oublie un peu aujourd'hui. Si des abonnés de ce site payant expriment volontiers leur intérêt pour les questions artistiques, intellectuelles et plus largement créatrices, au point de passer plusieurs heures par jour sur le site de Linden Lab pour affiner leurs productions d'une façon collective, Second Life est aujourd'hui négligé au profit d'autres «agrégateurs» plus à la mode. Et l'accent a surtout été mis sur la possibilité qu'ont ces utilisateurs de se construire des *avatars* : des images sociales qui ne correspondent pas à celles de leur quotidien. Tout au plus pourrait-on voir ici la généralisation d'un processus auparavant spécifique aux hommes publics (élus, prêtres, dirigeants, etc.), dont la vie privée ne correspond pas toujours aux représentations qu'on s'en fait. Il semble par ailleurs que c'est parce que l'accroissement de la fortune de l'auteur du programme

en ligne (Philip Rosedale) ne soit plus spectaculaire qu'on s'intéresse moins à lui. De même pour les personnes qui, sur Second Life, se sent enrichies en s'installant agents immobiliers sur ce territoire numérique.

Le phénomène est analogue au sujet de World of Warcraft, un jeu en ligne multijoueurs fondé par la compagnie Blizzard Entertainment et désormais propriété de la compagnie Vivendi. C'est aussi un univers numérique payant, dont on connaît les charmes et les dangers. Les premiers sont abondamment évoqués par les joueurs, qui avouent passer parfois de nombreuses heures à s'organiser pour se battre contre des dragons qui rappellent le monde imaginaire du Seigneur des anneaux. Les seconds le sont tout autant, quand les participants à ce jeu évoquent les pratiques d'ostracisation ou d'exclusion, si fréquentes lors de ce type de ludisme. Et quand des psychologues rappellent aux parents les formes d'addiction que risquent leurs enfants, nous devons nous souvenir que des dépendances analogues existaient déjà avec le Minitel, les jeux vidéo de nos bars-tabacs et la TV. C'est donc le «nouveau» qui inquiète, et non pas la pratique en temps que telle. Plus, la majorité des «accros» à World of Warcraft sont des adultes, qui trouvent dans cet espace numérique des plaisirs qu'il serait vain de qualifier au plan moral ou sanitaire.

En 2010, on évoque fréquemment les deux milliards de participants à Facebook. Mais Facebook ne permet pas de supprimer son compte une fois celui-ci créé. Sa croissance est donc incessante. Et n'est-ce pas du fait que son fondateur dispose d'une fortune à faire pâlir d'envie de nombreux capitalistes que son logiciel en ligne fait parler de lui, alors qu'il n'a que 26 ans ? Dans le cas de ce système gratuit d'agrégation des individus, la fortune de Mark Zuckerberg provient de la publicité ciblée, si facilement réalisable à partir du réseau des contacts d'une personne dont on connaît les goûts. Et la focalisation sur ce type de «communautés» de consommation, de temps libre ou de distraction, n'est pas que le fait de médias assujettis à la doxa de dispersion de l'attention. Elle est assurément alimentée par les publicitaires, qui ont tout intérêt au parasitage de nos activités et attention, et aussi par les industriels qui ont un intérêt direct à la communication électronique en tout lieu et à tout moment (les fabricants de routeurs et de téléphones), les éditeurs de logiciels qui développent des outils permettant de travailler sur des bases de données gigantesques, les fabricants d'ordinateurs qui font fonctionner ensemble des centaines de milliers de machines. En d'autres termes, de tels usages sont excessivement stimulés par toute une industrie, qui voit là les conditions idéales de son développement et de son enrichissement. Nous fonctionnons aujourd'hui dans un régime discursif qui s'appuie sur le culte de l'innovation [Edgerton, 1998], et de l'éphémère, qui contraint autant nos pratiques qu'il assure que ces dernières sont libres et spontanées.

De telles incitations ont des effets performatifs : de nombreux professionnels, dési-

reux de tirer quelque promotion (publicitaire, universitaire, etc.) sont inscrits sur Facebook. Et d'autres sites, comme LinkedIn (<http://www.linkedin.com/>, 85 millions d'utilisateurs affichés) proposent aussi des mises en réseau, en jouant sur la carte de l'élitisme professionnel. Elles satisfont aussi un certain narcissisme : comme de nombreux autres outils qui permettent des formes d'interaction scribale, Facebook offre la possibilité (limitée) d'accéder à certaines archives, qui aident à dessiner le réseau de ses interlocuteurs. Ceci permet aux plus compétents d'afficher le graphe de certains fragments de leur univers social numérique quand d'autres, plus démunis, verront leurs archives se retourner contre eux (cf. les procès en diffamation pouvant mener à des licenciements).

3 Communautés concrètes

Si nous acceptons ce terme de «communautés» (en ligne plutôt que virtuelles) et lui donnons une épaisseur sociologique, nous espérons y retrouver des enjeux sociaux, des tensions, des rapports de force. Nous en avons déjà repéré quelques uns. Mais l'internet permet-il l'accroissement et le repérage de réels liens sociaux (d'amitié, de conflit, de solidarité, de domination, etc.), dans la durée et malgré un faible taux de rencontres ?

3.1 Communautés de programmeurs

La réponse est doublement positive. Un premier exemple, historique, est celui des informaticiens et, parmi eux, ceux qui font ou faisaient fonctionner cette énorme machine qu'est l'internet et ses programmes. Qu'elles soient spécialistes de Perl, de SVG, de XML ou d'autres langages, ces personnes se rencontrent physiquement de façon fréquente : à l'occasion de colloques, de réunions régulières, pour s'informer de leurs inventions, perfectionnements, projets. Elles travaillent aussi souvent ensemble : à l'université, en des centres de recherche, en des entreprises. Nous retrouvons là deux ingrédients fortement déterminants dans la construction des relations sociales : la rencontre régulière et l'activité professionnelle. À partir de là, il leur est aisé de développer des projets, en fait des groupes de travail, au plan international et avec des personnes qu'elles peuvent n'avoir jamais rencontrées : parfois en relation avec une rémunération, d'autres fois une passion (les deux étant compatibles, par exemple quand un projet intellectuel trouve une finalisation commerciale, ou quand une compétence reconnue trouve sa traduction sur le marché du travail). On comprend qu'alors des liens interpersonnels se développent : des inconnus deviennent des interlocuteurs réguliers, qui partagent une même motivation, de mêmes émotions (joie, colère, déception, enthousiasme) et qui

produisent en collectif un objet tangible, fut-il réductible à des lignes de code. Ici, la communauté en ligne n'a plus rien de virtuel et son épaisseur sociale est nourrie des mêmes paramètres que dans la vie «réelle» : la rencontre, la collaboration, les valeurs partagées, une culture manifeste qui se nourrit de l'échange. Et aussi, bien sûr, des conflits, résolus ou non, des solidarités qui se construisent et s'infléchissent.

Aujourd'hui, ces informaticiens ont une telle conscience de l'importance de la collaboration et du caractère collectif de l'inventivité qu'une partie de leurs activités consiste à concevoir des logiciels qui facilitent au mieux la «mise en commun» de leurs idées et productions. Ils construisent donc des outils qui leur permettent d'optimiser leurs pratiques communautaires : des gestionnaires de version de développement logiciels. Ayant pris conscience que la centralisation (des fichiers comme des autorisations de les modifier) s'avérait contraignante, ils développent aujourd'hui des méthodes qui permettent de réintégrer des variantes dans le corps principal d'un programme en cours de développement dès que ces dernières sont plébiscitées par un groupe de collaborateurs. *Git* est un tel outil, initialement développé par Linus Torvalds, le fondateur de Linux.

Autrement dit, ils ne font pas que réinventer des pratiques collaboratives : ils les mettent en place, dans un esprit très proche de l'élitisme démocratique. Ils consolident leur communauté sociale par le biais de méta-outils. Nous rencontrons ici une situation opposée aux communautés virtuelles décrites par les médias et les marketeurs : la collaboration des participants est manifeste, les acteurs se connaissent, les enjeux sont explicites.

3.2 La communauté comme produit textuel

En même temps, ces acteurs utilisent eux-mêmes l'expression de «communauté» pour définir les collectifs dans lesquels ils s'impliquent. Et le fait qu'ils se livrent à une auto-anthropologie de leurs pratiques intellectuelles pour en améliorer l'efficacité collective porte l'attention sur les méthodes qu'ils développent pour ce faire : elles sont graphiques (production d'arbres, de graphes) et statistiques, à partir de «données» écrites, souvent produites automatiquement par leurs propres activités. Ici, l'internet apparaît comme révélateur : en tant que machinerie scribale, fortement productrice d'«archives» produites sur les journaux (les *logs*) des logiciels de communication (serveurs web comme apache, de mail comme sendmail, etc.), il donne l'idée d'étudier et de traduire sous forme sociologique ces pratiques : requêtes adressées à un moteur de recherche, graphes communicationnels du courriel, des listes de discussion ou des sites web. De tels travaux sont développés depuis une dizaine d'années par des sociologues et ce sont aujourd'hui les physiciens (spécialistes des systèmes complexes) qui s'investissent dans

le repérage de grappes d'utilisateurs (clusters), de distributions statistiques spécifiques (lois de puissance, invariance d'échelle [Abry *et al.*, 2004]) et de graphes aux propriétés singulières. Ces études récentes (qui sont aussi celles des publicitaires de l'internet, comme Google) participent aussi de la production de discours sur l'idée de communauté. Mais ici, la dimension sociale de la communauté est souvent bien faible au regard de sa réalité graphique : ce ne sont plus les humains qui sont étudiés, mais les inscriptions éphémères, inconsistantes, évanescences d'une très faible partie de leurs faits et gestes, à qui on essaie de donner du sens, même si on intitule «réseaux sociaux» ces objets étudiés.

4 Conclusion

La notion de communauté en ligne, que nous préférons à celle de communauté virtuelle, est nourrie par trois facteurs :

- Les médias, publicitaires et industriels de l'internet, pour lesquels la communauté relève d'un concept marchand, que ce soit directement (Facebook, sites de rencontres, identitaires, etc.) ou indirectement (déploiement des machines en réseau).
- Une façon profane de traduire ses expériences en ligne et celles d'autrui.
- Le développement d'outils spécifiques à certains contextes professionnels : que ce soit pour faciliter le développement de logiciels ou traiter des indices de l'activité humaine sur les réseaux.

Il s'ensuit que la notion de communauté en ligne est fragile : elle peut autant témoigner d'interactions sociales banales et éphémères que stables et construites autour d'enjeux réels. Nous remarquons aussi que ces formes d'interaction peuvent être facilitées ou complexifiées, diversifiées ou normalisées par les réseaux et les logiciels en ligne. Mais c'est souscrire au déterminisme de l'innovation que de penser que l'internet reconfigure les figures du collectif : nos pratiques sociales. Celles-ci restent fondamentalement façonnées par des paramètres qui n'ont rien de virtuel : des valeurs, des idéologies, des contraintes professionnelles, des échanges réguliers. Autant de figures que l'on connaissait bien avant l'internet. Pour autant, cette chose n'est pas que médium : l'internet est aussi un outil cognitif et collectif qui nous excède : il n'est pas que mémoire, ni que réceptacle de nos pratiques singulières et collectives. Il est aussi le lieu duquel émergent de nouvelles pratiques intellectuelles à partir de sa réalité et de ses inscriptions, qui réorganisent, comme cela s'est toujours produit [Jacob, 1996], notre entendement du monde, et par suite nos représentations sociales : un «instrument fait monde» [Mathias, 2009], fruit d'un labeur collectif séculaire qui a produit une intrication inédite entre science et technique, entre pensée et instruments, l'internet n'est

plus simple reflet de nos cultures, mais devient le creuset où elles se forment et nous façonnent en retour.

Références

- [Abry *et al.*, 2004] ABRY, P., FLANDRIN, P., HOHN, N. et VEITCH, D. (2004). Invariance d'échelle dans l'internet. In GUICHARD, É., éditeur : *Mesures de l'internet*, pages 96–111. Les Canadiens en Europe, Paris.
- [de Certeau, 1975] de CERTEAU, M. (1975). *L'écriture de l'histoire*. Gallimard, Paris.
- [Edgerton, 1998] EDGERTON, D. (1998). De l'innovation aux usages. Dix thèses éclectiques sur l'histoire des techniques. *Annales Histoire, Sciences Sociales*, 4–5:815–837.
- [Guichard, 2008] GUICHARD, É. (2008). L'écriture scientifique : grandeur et misère des technologies de l'intellect. In *L'Internet, entre savoirs, espaces publics et monopoles*, volume 7–8, pages 53–79, Lyon. Sens-public. Actes du colloque international *L'Internet : Espace public et Enjeux de connaissance*, Collège International de Philosophie, Paris, 20–21 janvier 2006. <http://barthes.enssib.fr/articles/Guichard-CIPH2006.html>.
- [Jacob, 1996] JACOB, C. (1996). Lire pour écrire : navigations alexandrines. In BARATIN, M. et JACOB, C., éditeurs : *Le pouvoir des bibliothèques*, pages 47–83. Albin Michel, Paris.
- [Mathias, 2009] MATHIAS, P. (2009). *Qu'est-ce que l'Internet ?* Vrin, Paris.
- [Olson, 1998] OLSON, D. R. (1998). *L'univers de l'écrit*. Retz, Paris. Ed. orig. : *The World on Paper : The conceptual and cognitive implications of writing and reading* ; Cambridge University Press, 1994.