

La co-construction des informations et des savoirs sur le Web participatif : étude par les acteurs

Lionel BARBE

lionelbarbe@univ-lille3.fr

Laboratoire GERIICO

RÉSUMÉ. *Le travail de recherche proposé vise à l'établissement d'une typologie en clarifiant les jeux d'acteurs dans le cadre de la co-construction des informations et savoirs sur internet et en élucidant les faux-semblants. En effet, des profils d'internautes très différents se retrouvent sur ces sites, avec des motivations très diverses et parfois opposées : publicitaires, communicants professionnels et passionnés y côtoient professeurs, chercheurs et experts attirés. La structure traditionnelle hiérarchique des savoirs et des informations s'en trouve bouleversée. Cet éclairage conceptuel servira de pierre angulaire à la mise en question de la fiabilité de la co-construction des savoirs sur les sites participatifs et collaboratifs d'Internet.*

MOTS-CLÉS : *Médias participatifs, medias sociaux, typologie des acteurs, co-construction des informations et savoirs.*

ABSTRACT: *This paper aims at establishing a typology of participants to social media websites on internet in order to identify clearly who does what and why. Indeed, internet users with a very different profile are using social media websites with several and sometimes opposite goals. Publicists, communication professionals and passionate people melt with Professors, researchers and experts. The traditional academic structure of knowledge is no longer the same. This new approach analysing the typology of social media websites users is essential to question the reliability in co-building the knowledge on social media websites on internet.*

KEYWORDS: *Internet, Social media, Social media users, co-building of knowledge on internet*

1. Introduction

Au fur et à mesure de son développement, le Web participatif et collaboratif accroît son influence sur la sphère informative d'Internet. Experts, professionnels et profanes¹ [Epicum, Gillon, 2008] s'y retrouvent dans des jeux d'acteurs complexes dont une des conséquences est l'effacement apparent de la représentativité traditionnelle des connaissances. Dans ce contexte, il est légitime de s'interroger sur les conditions d'une telle fusion des acteurs dans le cadre d'une forte variabilité des objectifs. Si l'intérêt collectif ou les débats d'idées sont souvent avancés, ils ne sauraient suffire à expliquer l'ampleur du phénomène. Quels savoirs et quelles informations peuvent naître d'un mélange des genres aussi complexe ? Peut-on effacer des structures hiérarchisées de production des connaissances aussi anciennes que les connaissances elles-mêmes ?

¹ Par profanes, nous entendons simples citoyens, non spécialisés dans une catégorie particulière de savoir. Nous rejoignons sur ce point Martin Epicum et Patrick Gillon dans leur définition du mot « profanes ».

2. Cadre théorique

Nos recherches s'inscrivent dans le cadre des sciences de l'information et de la communication. Le cadre théorique s'associe à l'approche constructiviste héritière de l'école de Palo Alto, défendue par de nombreux chercheurs en sciences de l'information et de la communication. Sans tomber dans une approche techniciste, nous considérons qu'acteurs, technologies et usages s'inscrivent dans une dynamique réflexive, c'est-à-dire en se façonnant l'un l'autre pour aboutir à la création de dispositifs socio-techniques d'information et de communication, tels que proposés notamment par Michel Callon et Bruno Latour [Latour, 2006]. Nous entendons par « acteurs » des personnalités la plupart du temps humaines mais qui dans certains cas comme le spam ou les « bots », peuvent être des machines. Nous nous rapprochons donc de la définition de l'acteur tel que le conçoit la théorie de l'acteur-réseau. Notre travail de recherche s'inscrit dans le cadre global de la problématique d'un nouveau paradigme de l'information sur Internet, dont la co-construction des savoirs serait l'un des éléments fondamentaux. Résolument critiques, nous n'entendons pas répondre intégralement à cette question complexe, mais d'y apporter des éléments de réponses pertinentes.

3. Matériaux et méthodes

Notre corpus de recherche est vaste et s'étend chaque jour sur Internet avec la création de nouveaux sites. Cependant, nous avons concentré nos analyses d'acteurs des catégories de sites les plus probantes et des exemples les plus représentatifs possibles. Il s'agit en particulier des Wikis et de *Wikipedia*, des weblogs et des médias participatifs comme *Agoravox* ou encore *LePost*. Ces ressources d'information informelles ont pour particularité d'être co-écrites par une multitude d'internautes, que ce soit dans un mode collaboratif (*Wikipedia*), participatif (*Agoravox* ou *LePost*), ou commentatif (blogs). Nous n'avons pas inclus dans notre recherche les forums ou listes de discussions qui pourront faire l'objet d'une étude ultérieure.

Nous avons principalement utilisé deux méthodes d'études : l'observation des participations elles-mêmes aboutissant à la création d'une typologie qualitative, et l'analyse statistique à partir de fiches d'identités de participants lorsque cela était possible pour quantifier les groupes et catégories. Ces deux méthodes sont complémentaires selon que tel ou tel site fournit ou ne fournit pas d'information sur l'identité ou mieux sur les activités professionnelles ou les centres d'intérêt de ses participants. Plusieurs publications menées précédemment et abordant la question des motivations des utilisateurs nous ont par ailleurs été utiles [Anthony, 2005 ; Bryant, 2005]. Dernier point, nous n'avons pas hésité à solliciter les responsables ou principaux acteurs de sites internet pour obtenir des informations complémentaires ou en savoir davantage sur les caractéristiques de leurs participations.

4. Résultats

Nos recherches ont permis d'identifier quatre groupes correspondant à huit catégories de participants sur les médias participatifs du Web. Le groupe des experts, celui des professionnels, celui des profanes et celui des trolls et spammeurs. Par profanes, nous entendons les individus qui ne sont pas des spécialistes reconnus d'un ou plusieurs domaines de connaissance et n'agissent pas en tant que professionnels.

Acteurs	Fréquence (taux d'occupation du média)	Persistence	Mots clés	Dominante dans la relation à l'info	Objectifs	Motivations	Médias privilégiés	Aproche identitaire	
Experts (Chercheurs, professeurs, professionnels avertis)	Variable	Bonne	Science, connaissance, savoirs	Objectivité mais parfois dogmatisme et idéologies	Vulgarisation, mise en forme, synthèse. Informer	Partager une passion, rétablir une vérité	Encyclopédies en ligne, sites participatifs	Identité reconnue	
Professionnels de la communication et du marketing	Très élevée	Variable, dépendante de l'activité professionnelle	Débats, actualité	Subjectivité	Intéresser, créer de l'audience et du lectorat	Promouvoir son activité, vendre ou se vendre	Médias participatifs, Blogs	Identité ou marque reconnue et mise en exergue	
Professionnels de l'information	Elevée	Elevée	Information, libre diffusion, débats	Plutôt subjective	S'exprimer librement, créer des débats	Promouvoir sa personnalité	Medias participatifs, blogs	Identité reconnue	
Correcteur	Humain	Variable : de ponctuelle a très élevée	Variable	Mise en page, grammaire, orthographe, cotexte	Objectivité	Améliorer la mise en page et l'orthographe . Enrichir le cotexte (image, son, vidéo)	Améliorer la qualité d'un document. Contribuer à l'intérêt collectif	Wikis, médias participatifs	Anonymes ou identité reconnue Sauf : robots correcteurs
	Robot	Maximum	Maximum	Mise en page, orthographe	Objectivité	Mise en page et orthographe	Aucune (robot)	Wikis, médias participatifs	
Profane opportuniste	Faible	Faible	Opinion, curiosité	Subjective	Partager ses opinions	Participer au débat	Commentaires : médias participatifs et blogs. Wikis	Souvent anonyme	
Profane régulier	Très élevée	Elevée	Distribution, relais	Non applicable : dépend de l'information	Co-construction d'un projet	Auto-satisfaction, reconnaissance	Wikis	Variable	
Trolls	Très élevée	Variable	Mauvaise foie, nuisance, frustration	Hyper subjective	Détourner un débat ou une information	Défolement	Wikis, Blogs, médias participatifs	Anonyme	
Spammers (robots ou humains)	Très élevée	Variable	Publicité par saturation des canaux	La plupart du temps inadaptée : inadéquation	Occuper un espace de publication : promotion d'un service ou d'un produit	Gagner de l'argent de façon illégale	Commentaires : Blogs, médias participatifs	Anonyme	

Le premier groupe réunit des experts, des chercheurs, des professeurs et des professionnels spécialisés dont une partie de l'activité est consacrée à de la recherche théorique ou appliquée. Ce groupe, à l'exception d'une petite partie de profanes autodidactes, est à l'origine du contenu à haute valeur ajoutée mis en ligne sur les sites participatifs. Nous savons [Barbe, 2006] que ce groupe représente environ 15 % des utilisateurs sur un site participatif comme *Agoravox*. Les savoirs, la culture et les sciences sont les domaines privilégiés de ce groupe. Les experts contribuent de façon sélective à leurs sujets privilégiés. Ils se différencient des profanes réguliers dont l'essentiel du travail consiste à copier, synthétiser et mettre en forme du contenu provenant de diverses sources préexistantes. Leur objectif est avant tout de mettre à disposition ou de vulgariser un savoir spécialisé de qualité. Il faut inclure dans ce groupe les informaticiens programmeurs investis dans la mise au point et l'évolution des technologies à la base des sites participatifs comme les wikis. Ces informaticiens ont beaucoup contribué aux premières plateformes participatives sur internet. C'est pourquoi les savoirs liés aux nouvelles technologies et à l'informatique ont fortement marqué les débuts de *Wikipedia* et des premiers *Weblogs*. Cette prévalence technique est encore présente : cinq des

dix plus grands *Weblogs* français selon *Wikio*² traitent de technologie. Ne cherchant pas directement le profit ou la reconnaissance, acquis par d'autres moyens, la catégorie des experts cultive une relation à l'information dominée par l'objectivité. Cependant, cette catégorie n'est pas exempte d'une vision dogmatique ou idéologique, notamment en sciences humaines ou dans des disciplines qui peuvent faire l'objet de débats comme la politique ou l'économie. De nombreux membres de ce groupe sont facilement identifiables sur les portails scientifiques de la Wikipédia Francophone.

Notre deuxième groupe est celui des professionnels. Ce groupe contient deux catégories : celle des professionnels de l'information et celle des professionnels de la communication et du marketing. Ces professionnels liés à des activités commerciales, quasiment absents des débuts des médias participatifs, en font désormais partie intégrante. Il est difficile de les quantifier car leur présence est très variable selon les types de médias mais on les trouve en particulier sur les médias participatifs comme *Agoravox* et les *Weblogs*. Leurs motivations sont opposées à celles des experts car ils recherchent délibérément le profit, que ce soit sous forme de promotion indirecte de leurs activités, de vente de biens ou de services en ligne. Leur objectif final est souvent masqué et consiste à vendre des biens ou des services. Leur taux d'occupation des médias est souvent très élevé puisqu'il s'agit pour eux d'une activité professionnelle ou en voie de professionnalisation. Leur relation à l'information est subjective car leur but est de créer de l'audience pour focaliser l'attention sur leurs activités. Ces professionnels agissent toujours sous leur identité ou leur marque. Parmi eux, on trouve notamment des éditeurs de blogs comme Eric Dupin de *presse citron*, *Theothea.com* ou *abonéobio.com* sur *Agoravox*, et bien d'autres encore. Ces professionnels sont de plus en plus nombreux sur les médias participatifs qui constituent pour eux un excellent vecteur communicationnel à un coût nul, excepté le temps qu'ils y consacrent. Il s'agit donc d'une nouvelle forme d'autopromotion rendue possible par la structure en réseau d'internet : pour chaque article publié, un lien renvoie directement ou indirectement vers un site commercial.

Seconde catégorie, les professionnels de l'information, et notamment les journalistes, nombreux à éditer des blogs et à écrire des articles sur ces nouveaux médias. Dans une précédente publication [Barbe, 2006], nous indiquions qu'environ 8% des participants au site *Agoravox* sont des journalistes ou assimilés. Ce chiffre élevé peut sembler surprenant. En effet, pourquoi des individus ayant déjà la possibilité de publier des articles dans des médias traditionnels souhaiteraient-ils participer à des médias amateurs ayant une visibilité moindre ? Il semblerait que ces journalistes soient attirés par la liberté de publication et la possibilité de créer des débats sur internet. Il s'agit pour eux de livrer leur opinion personnelle sans contrôle hiérarchique et de débattre librement de sujets qu'ils estiment importants. La promotion de leur personnalité fait partie de leur motivation et dans de nombreux cas, ils éditent parallèlement un média personnel. La forte présence des journalistes dans les médias participatifs et leur façon de se fondre, en apparence, avec d'autres catégories, va également dans le sens d'un flou identitaire, voire d'un « professionnalisme du flou » [Ruellan, 1992], traversé par la profession qui voit le marché de l'information fortement concurrencé sur internet.

Le second grand groupe de notre étude est celui des profanes qui constituent la majorité des participants. Il s'agit d'individus « lambda » appartenant à diverses catégories sociales, montrant au moins ponctuellement un intérêt pour les médias participatifs et collaboratifs au point d'avoir une démarche active.

La première catégorie de ce groupe est celle des correcteurs. Leur particularité est qu'ils peuvent être des individus ou encore des programmes spécialement élaborés pour « lire » les contributions

² Classement des blogs Wikio (www.wikio.fr), février 2009.

automatiquement, à l'image par exemple des moteurs de recherche. Sur *Wikipedia*, ces programmes interviennent de diverses façons : correction des fautes d'orthographe, modification des typographies, amélioration de la mise en page. Ils peuvent également modifier les liens hypertexte, détecter et annuler des actes de vandalisme, tel « Salebot ». Au niveau théorique, ces bots s'inscrivent dans la théorie de l'acteur réseau de Michel Callon et Bruno Latour en tant qu'acteurs non humains et nous leur avons donc appliqué les mêmes critères que pour les individus. Leur cycle d'activité est permanent, et bien entendu, étant dépourvu de volonté propre, leur action dépend étroitement des programmeurs humains qui les ont créés. Les correcteurs humains ont une activité proche de celle des bots, mais leur capacité d'action est plus étendue, notamment sur la grammaire et la structuration des phrases. Leur activité est variable. Certains correcteurs passent plusieurs heures par jour à améliorer *Wikipedia*, d'autres interviennent de manière ponctuelle lors de la consultation d'un article. Les correcteurs ne sont pas motivés par la promotion de leur personnalité et agissent souvent de façon anonyme. Leur motivation serait de contribuer à l'intérêt collectif en améliorant la qualité des documents. Certains acteurs appartenant à d'autres catégories sont aussi des correcteurs, mais notre typologie est basée sur l'activité principale de l'utilisateur. La catégorie des correcteurs ne comprend donc que les individus ayant comme activité principale la correction d'articles et la mise en page.

Autre catégorie, celle des profanes opportunistes. Ces contributeurs sont généralement des lecteurs qui, ponctuellement, éprouvent le désir de participer au contenu d'un article, par exemple sur *Wikipedia*, ou à un débat sur les blogs et les sites participatifs. Le taux d'occupation et la persistance de ces contributeurs est faible et ils ne représentent que quelques pour cents du contenu total édité [Barbe, Icic, 2006], par exemple, sur l'encyclopédie libre. Ces contributeurs sont souvent anonymes, n'éprouvant pas le besoin de s'identifier en l'absence de volonté de suivre leurs contributions à long terme. Leur relation à l'information est subjective. Ils participent à des débats sur les sites participatifs davantage qu'ils n'apportent un contenu réellement nouveau.

La dernière catégorie de ce groupe est celle des profanes réguliers. Ce sont parfois de très importants contributeurs et ils participent souvent à l'administration des médias auxquels ils participent, notamment sur *Wikipedia* et sur *Agoravox*. Ils publient l'essentiel de l'information généraliste, notamment en géographie, histoire, musique et politique, etc. Ces contributeurs passionnés sont au cœur de la co-construction des savoirs sur internet, notamment parce qu'ils font office de guides pour les autres catégories. Disposant d'un réel temps libre, ils s'investissent véritablement dans les projets jusqu'à devenir parfois de véritables professionnels. Le cas français le plus connu est celui de Florence Dévouard, une mère de famille ayant profité de son congé parental pour s'investir dans *Wikipedia* au début du développement de l'encyclopédie libre dans sa version française. Le passe temps se transformant en une véritable activité professionnelle, Florence Dévouard est devenue par la suite Présidente du conseil d'administration mondial de la Fondation *Wikimedia*. Les motivations des profanes réguliers sont variables, mais plusieurs études suggèrent que le positionnement identitaire et le sentiment de participer à une importante œuvre collective sont au cœur de leurs préoccupations [Endrizzi, 2007]. Cette catégorie est parfois accusée d'avoir la main mise sur les choix éditoriaux des projets, notamment du fait de son omniprésence parmi les modérateurs et les administrateurs des médias contributifs en ligne.

Plusieurs polémiques³ ont d'ailleurs eu lieu sur *Wikipedia*. Certains contributeurs ont alors dénoncé

³ Par exemple : l'affaire Bogdanov. Cette polémique concernant la biographie d'un des frères Bogdanov sur *wikipedia* a abouti au verrouillage de la page en question alors que l'intéressé y dénonçait des incorrections mais était accusé de vouloir rédiger sa propre fiche de façon subjective.

une censure indirecte du contenu publié⁴.

Dans le cas des blogs, leurs éditeurs sont par nature les seuls décisionnaires du contenu publié sur leur propre média. Les profanes réguliers constituent en quelque sorte la charpente des médias collectifs et participatifs car leur rôle est multiple, allant de l'édition à la modération, incluant corrections et améliorations structurelles.

Notre dernier groupe est celui des trolls et des spammeurs. Ces deux catégories ne participent à la co-construction des informations et savoirs que par un biais négatif : leurs interventions contraignent les structures de surveillance et de contrôle à se renforcer. Mais leurs objectifs sont différents. Alors que les trolls n'ont qu'un but de défoulement et n'interviennent la plupart du temps que de façon ponctuelle et désorganisée, les spammeurs agissent par appât du gain. Ils misent sur une diffusion chaotique mais massive de messages à caractère commercial. Bien que l'e-mail soit la cible privilégiée des spammeurs, ils n'hésitent pas à s'introduire dans les médias participatifs, et en particulier sur les blogs dont les commentaires ne sont pas modérés avant publication. L'impact de l'activité des trolls et des spammeurs est variable. Généralement faible en ce qui concerne les grands médias, elle peut être réellement problématique pour les petits sites n'ayant pas les moyens de contrôler à chaque instant le contenu édité par les internautes.

5. Conclusion

Nous avons constaté la forte variabilité des profils types des utilisateurs/contributeurs des sites participatifs et collaboratifs sur Internet. Du correcteur à l'expert, du commercial au profane opportuniste, les motivations sont diverses et révèlent des relations à l'information elles aussi extrêmement variées. Si, dans certains cas, l'intérêt collectif et les débats d'idées priment, dans d'autres cas, les médias participatifs vont constituer des filets vers lesquels diriger une audience importante et gratuite dans des buts commerciaux ou d'autopromotion. Par ailleurs, si la catégorie des experts a pour but la mise à disposition des savoirs et la vulgarisation de sujets complexes, nous retrouvons dans les catégories des profanes et des professionnels de nombreux opportunistes et idéologues visant à influencer la perception des informations par le plus grand nombre. Cette grande variabilité des motivations et l'absence de statut légitime posent la question de l'évaluation de la qualité [O'Neil, 2009] des savoirs collectifs sur internet. Cette question devient préoccupante lorsque, comme sur *Wikipedia*, la plupart des contributeurs sont anonymes, ce qui n'est généralement pas le cas sur les sites de journalisme participatif. Dans ces circonstances, la lecture d'un article sur un seul site collaboratif ne peut suffire à valider qualitativement son contenu. Davantage que pour toute autre source d'information, les jeux d'acteurs sur les médias participatifs nous incitent à la méfiance. Pour les médias personnels que sont les *Weblogs*, le problème est identique : leur orientation dépend de leur unique éditeur. Le problème de la légitimité des informations et savoirs co-construits sur internet trouve donc sa réponse dans l'analyse des jeux d'acteurs. En effet, des profils ayant des objectifs aussi différents ne peuvent garantir un traitement qualitativement régulier de sujets aussi divers. L'absence de ligne et de politique éditoriale définies dans ces médias pose donc un réel problème d'interprétation : même si certains savoirs co-construits par des experts ou des passionnés répondent à des critères qualitatifs élevés, d'autres ignorent volontairement ou involontairement une partie du sujet ou interprètent de manière fallacieuse les faits. La résurgence de logiques commerciales sous-jacentes, notamment sur les sites participatifs et les blogs [HÉNAFF, 2008], vient étayer notre conclusion

⁴ <http://wikipedia.un.mythe.over-blog.com/article-20950572.html>

concernant le problème de légitimité de ces savoirs. Ces jeux d'acteurs nécessitent donc au préalable une forte acculturation au média et une capacité critique importante. Dans la plupart des cas, le recoupement des sources d'informations et leur traçabilité sera nécessaire dans le cadre de la consommation d'informations sur ces sites pour éviter les pièges et les faux-semblants.

6. Bibliographie

- Anthony D., W.Smith S., Williamson T., « Explaining quality in Internet collective goods: zealots and good samaritans in the case of Wikipedia », Hanover, Dartmouth College, 2005.
- Latour B., Akrich M., Callon M., *Sociologie de la traduction : Textes fondateurs*, Paris : Ed. Presse de l'école des mines de Paris, 2006.
- Barbe L., « Wikipedia et Agoravox : des nouveaux modèles éditoriaux ? », Conférence document numérique et société, *Semaine du document numérique*, 18 au 22 septembre 2006.
- Barbe L., « Les médias participatifs : des modèles éditoriaux émergeant sur Internet », Colloque international *Mutations des industries de la culture, de l'information et de la communication - 25, 26 et 27 septembre 2006*, Maison des Sciences de l'homme, Paris Nord.
- Bryant S., Forte A., Bruckman A., « Becoming wikipedia: transformation of participation in a collaborative online encyclopedia », *Proceedings of the 2005 international ACM, SIGGROUP conference on Supporting group work*, New York : ACM Press.
- Endrizzi L., « L'édition de référence libre et collaborative, le cas de wikipedia », *Les dossiers de l'INRP*, 2007
- Epicum M., Gillon P., « Wikipedia, un savoir collectif ouvert », *Revue Politique, revue de débats*, n° 54, Avril 2008, p. 51-53
- Hénaff N., *Parole authentique versus parole instrumentalisée : le pouvoir communicationnel des blogs*, Thèse de doctorat, Université Rennes 2, 2008, p. 177-187
- O'Neil M., « Wikipedia ou la fin de l'expertise ? », *Le Monde Diplomatique*, Avril 2009.
- Ruellan D., « Le professionnalisme du flou », *Revue Réseaux*, numéro 51, 1992.