



HAL
open science

”DU PINCEAU DE LA CONTRIBUTION A L’ECHELLE DE LA PARTICIPATION. ”

Olivier Ertzscheid

► **To cite this version:**

Olivier Ertzscheid. ”DU PINCEAU DE LA CONTRIBUTION A L’ECHELLE DE LA PARTICIPATION. ”. Les Cahiers de la SFSIC, 2014, 9, pp.234-239. sic_01145203

HAL Id: sic_01145203

https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_01145203v1

Submitted on 23 Apr 2015

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - ShareAlike 4.0 International License

Figures de la participation numérique : coopération, contribution, collaboration.

ERTZSCHEID Olivier. DICEN. Axe 4.

"DU PINCEAU DE LA CONTRIBUTION A L'ECHELLE DE LA PARTICIPATION. "

LA SÉMANTIQUE DES USAGES.

Participer, collaborer, contribuer, coopérer, consulter. Autant d'instanciations sémantiques des modalités actuelles servant à qualifier et à décrire les usages massifiés du web.

D'après le Trésor de la langue française¹, la "contribution" peut être définie comme la "*part apportée à une oeuvre commune*". En l'occurrence, cette oeuvre commune sera constituée par le web ; la "collaboration" est "*la participation à l'élaboration d'une oeuvre commune*". La proximité sémantique des deux termes est évidente, même si dans le contexte du web 2.0 il est possible d'envisager des formes de collaboration non-nécessairement contributives. La collaboration relèverait alors davantage de *l'engagement*, et la contribution, de *l'action*. La "consultation" est "*l'action de consulter quelque chose, de l'examiner pour y chercher un renseignement, une information, une indication*". Toute dimension d'altruisme ou de construction d'un but ou d'une oeuvre commune est ici évacuée. Enfin la "participation" est "*l'action de participer à quelque chose*" en - deuxième sens - "*manifestant une adhésion, une complicité, une conscience d'ordre intellectuel*".

ÉCHELLES COLLABORATIVES.

Les études et les échelles "social technographics" du cabinet Forrester² sont des outils qui permettent de mieux qualifier les différents modes d'interaction en ligne et d'observer leur évolution au fil du temps. Cette échelle propose une typologie autour de 7 types d'interactions en ligne, des moins aux plus impliquantes :

- les inactifs (aucune interaction)
- les "spectators" (qui se contentent de lire d'écouter et de visionner des contenus en ligne).
- les "joiners" (qui maintiennent un profil sur des réseaux sociaux et en consultent d'autres)
- les "collectors" (qui ajoutent des "tags", utilisent des fils RSS et utilisent les systèmes de "votes" ou étoiles)
- les "critics" (qui postent des avis, des commentaires, sur les blogs, dans les forums, qui rédigent des revues - reviews - de livres ou de produits culturels).
- les "conversationalists" (qui utilisent principalement leurs "status" en termes de publication, d'avis ou de commentaire)
- les "creators" (qui ont une activité de rédaction et de publication ou de chargement - "upload" de contenus)

Cet article met en perspective diachronique 4 de ces études : 4ème trimestre 2006³, 4ème trimestre 2009⁴, 2nd trimestre 2010⁵ et, pour la plus récente, 3ème trimestre 2011⁶.

La première correspond au moment où le "volet social" du web a réellement commencé à s'installer dans les usages, comme le rappelle Wikipédia dans sa page consacrée au "web 2.0"⁷ : "*Cette expression utilisée par Dale Dougherty en 2003, diffusée par Tim O'Reilly en 2004 et consolidée en 2005 avec le position paper « What Is Web 2.0 » s'est imposée à partir de 2007.*" La dernière s'inscrit dans un web qui fait la part belle aux applications et à la multiplication des terminaux mobiles, mais également à la structuration d'une offre métier autour des problématiques communautaires dans le marketing (community manager), ainsi qu'à une grossesse essentielle de la collecte et du traitement de larges corpus de données (Big Data, Data Analyst, Dataviz).

¹ <http://atilf.atilf.fr/>

² http://blogs.forrester.com/category/social_technographics

³ <http://www.tccta.org/links/Committees/pub-archive/Social-Technographics.pdf>

⁴ <http://forrester.typepad.com/groundswell/2010/01/conversationalists-get-onto-the-ladder.html>

⁵ <http://allisterfrost.com/2010/09/29/>

⁶ [http://blogs.forrester.com/gina_sverdlov/12-01-04-](http://blogs.forrester.com/gina_sverdlov/12-01-04-global_social_technographics_update_2011_us_and_eu_mature_emerging_markets_show_lots_of_activity)

[global_social_technographics_update_2011_us_and_eu_mature_emerging_markets_show_lots_of_activity](http://blogs.forrester.com/gina_sverdlov/12-01-04-global_social_technographics_update_2011_us_and_eu_mature_emerging_markets_show_lots_of_activity)

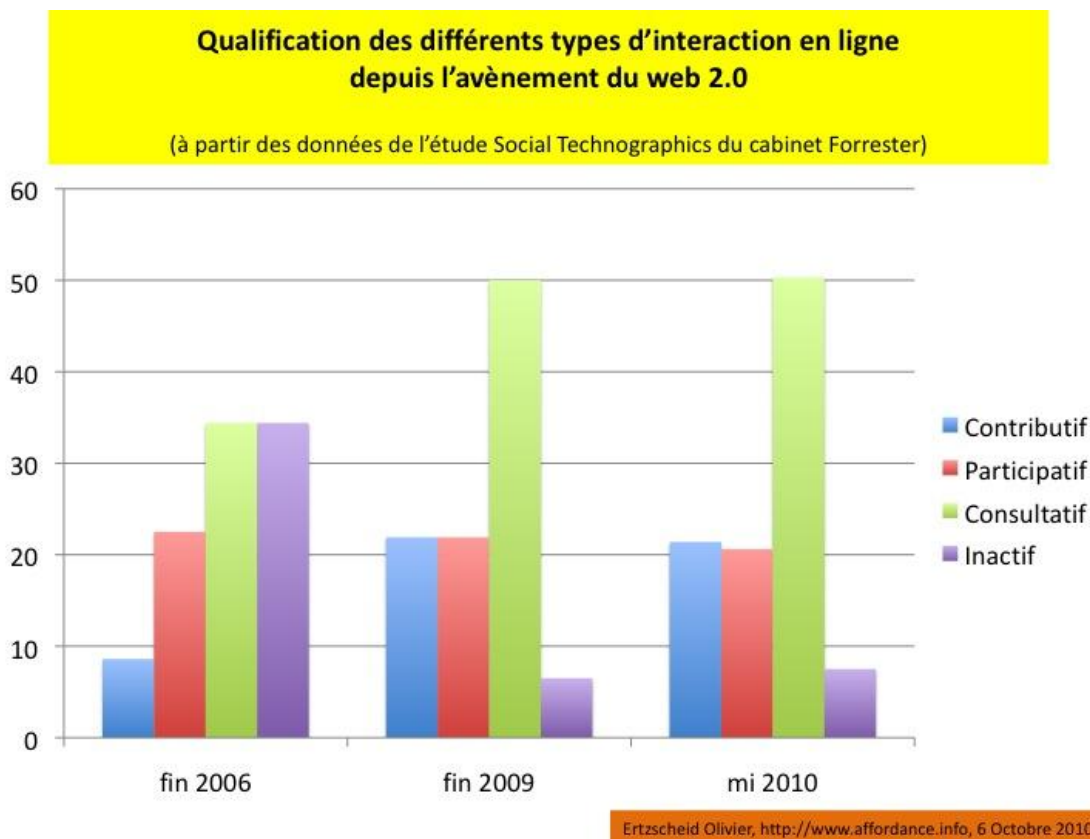
⁷ http://fr.wikipedia.org/wiki/Web_2.0

WEB CONSULTATIF, PARTICIPATIF ET CONTRIBUTIF.

Nous définissons comme "**contributifs**" les comportements en ligne les plus qualifiés (en terme de compétence ou de niveau d'interaction) et s'inscrivant dans une logique de production de contenus originaux ("creators" et "conversationnalists"). Nous définissons comme "**participatifs**" les comportements en ligne se résumant à des opérations documentaires apparentées à l'indexation, au commentaire ou à l'amélioration (wiki par exemples) de ressources existantes ("collectors" et "critics") avec valeur de post-production. Nous définissons comme simplement "**consultatifs**" les comportements en ligne à seule visée exploratoire, c'est à dire apparentés à l'acte de lecture ("spectators" et "joiners").

OBSERVATIONS GÉNÉRALES

Pour une meilleure lisibilité, les pourcentages "relatifs" des études Forrester ont été ramenés en pourcentage "absolus", de manière à ce que la somme des différents segments soit égale à 100%.



Les données de l'étude fin 2011 de Forrester⁸ donnent les chiffres suivants :

- Inactifs : 14% ; Spectators : 73% ; Joiners : 68% ; collectors : 23% ; Critics : 36% ; Conversationnalists : 36% ; Creators : 24 %

Soit en pourcentages absolus :

- **Inactifs** : 5% ; **Web consultatif** : 51,5 % (Spectators : 26,5 % ; Joiners : 25 %) ; **Web participatif** : 21,5 % (collectors : 8,5% ; Critics : 13%) ; **Web contributif** : 21 % (Conversationnalists : 13% ; Creators : 9 %)

4 ENSEIGNEMENTS

De plus en plus d'internautes sont "impliqués", même si cette implication est, pour moitié, à seule visée consultative (activité de lecture).

⁸ http://blogs.forrester.com/gina_sverdlov/12-01-04-global_social_technographics_update_2011_us_and_eu_mature_emerging_markets_show_lots_of_activity

Premier enseignement, la part des inactifs, dominante aux commencements du web 2.0 (plus de 30% en 2006), s'est drastiquement réduite pour se stabiliser et ne plus concerner qu'environ 5% des internautes fin 2011.

Second enseignement, le web "participatif", qui rassemble les activités documentaires (ou méta-documentaires) d'indexation (collaborative ou non - folksonomies), de commentaire, de vote qualitatif, ou d'écriture collaborative sur des contenus produits par d'autres, même s'il est régulièrement en très légère baisse conserve une part relativement constante, à hauteur d'un peu plus de 20% des usages (21,5% fin 2011)

Troisième enseignement, le web "consultatif" explose en passant de 34 à plus de 50% des usages et semble stabilisé à cette hauteur (51,5% fin 2011)

Enfin, les usages réellement "contributifs" de publication, de mise en ligne de contenus et d'activité "profilable" ou visant à initier des conversations sur différents types de réseaux sociaux, s'ils peuvent apparaître assez faibles, sont proportionnellement ceux qui augmentent le plus en étant presque multipliés par 3, passant de 8% en 2006 à plus de 21% en 2011. La pregnance des écosystèmes (Twitter et Facebook notamment) dans lesquels profils et statuts sont au centre de l'ensemble des interactions suffit à expliquer cette croissance.

UN CYCLE DOCUMENTAIRE RÉPARTI.

Le web compte donc autant de gens qui produisent de contenus que de personnes exerçant sur lesdits contenus une activité de nature documentaire. Un monde à l'équilibre entre ceux qui exercent une autorité (au sens "d'auteur") et ceux qui "balisent", qui "labellisent", ceux qui *autorisent* nos parcours, qui supportent nos navigations. Pas encore une "intelligence collective" (au sens de Pierre Lévy), mais un cycle documentaire semblant à l'équilibre, un monde dans lequel, comme le dit Bernard Stiegler⁹ (presque) tout le monde "*produit des méta-langages*", mais sans le savoir, à la manière d'un monsieur Jourdain de la documentation. Et un formidable "terrain" scientifique pour les sciences de l'information. Barthes écrivait déjà (Critique et vérité, Paris, Seuil, 1966, p.76) : "*Le Moyen-Age, lui, avait établi autour du livre quatre fonctions distinctes : le scriptor (qui recopiait sans rien ajouter), le compiler (qui n'ajoutait jamais du sien), le commentator (qui n'intervenait de lui-même dans le texte recopié que pour le rendre intelligible), et enfin l'auctor (qui donnait ses propres idées en s'appuyant toujours sur d'autres autorités).*" Le web rétablit l'essentiel de ces fonctions, à une échelle inédite qui nécessite d'étudier, de mesurer et de qualifier le réagencement de ces énonciations documentaires et documentées.

DANS L'OMBRE DES SILOS.

Pas question pour autant de sombrer dans l'irénisme. Ni de faire l'impasse sur le développement d'un web d'écosystèmes propriétaires reposant essentiellement sur des internalités (web des silos). Chaque écosystème à intérêt à maintenir cet équilibre entre une moitié de "spectateurs passifs" et une autre de participants plus ou moins engagés, comme il a intérêt à favoriser et à augmenter la part des niveaux participatifs, et particulièrement celle des "critics", ces derniers étant en effet au centre du modèle de plus en plus pregnant de la publicité contextuelle¹⁰.

Le risque est que cet ensemble de modalités, reposant par nature sur la possibilité de recours permanent à des externalités documentaires stables, ne soit à terme condamné par un modèle dans lequel la publicité semble être le dernier vecteur de porosité entre des écosystèmes de plus en plus fermés. Sans ces externalités documentaires instituées, sans la possibilité de naviguer en dehors de parcours publicitaires pré-établis¹¹, c'est l'ensemble même des processus contributifs et collaboratifs qui pourrait être à terme entièrement redéfini, cédant la place à une majorité d'interactions de très bas niveau et de très mauvaise qualité (kakonomie¹²) sans garantie de bénéfice pour les acteurs aujourd'hui dépositaires d'une large majorité de ces interactions.

⁹ http://www.dailymotion.com/video/xf1ij9_7-en-guise-de-conclusion-l-avenir-d_tech

¹⁰ affordance.typepad.com/mon_weblog/2013/10/lhomme-est-une-pub-comme-les-autres-.html

¹¹ http://www.lemonde.fr/idees/article/2010/11/30/choisir-le-web-que-nous-voulons-l-exploration-ou-la-prison_1446539_3232.html

¹² http://affordance.typepad.com/mon_weblog/2011/01/kakonomie-culturomie-et-folksonomie.html