

Relinking expertise : de l'expérience privée à l'expérience médiatique du partage de vidéo en ligne

Julie Debaveye

▶ **To cite this version:**

Julie Debaveye. Relinking expertise : de l'expérience privée à l'expérience médiatique du partage de vidéo en ligne. Revue Canadienne d'Etudes Médiatiques, 2012, Numéro spécial (Experts et amateurs en Communication et culture), pp.115-140. halshs-00948605

HAL Id: halshs-00948605
https://shs.hal.science/halshs-00948605

Submitted on 18 Feb 2014

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.

Relinking Expertise : de l'expérience privée à l'expérience médiatique du partage de vidéo en ligne

Julie Debaveye, UMR 5206 Triangle, Université Lyon 2 et Université Laval

Résumé

Aux lendemains du G20 de Toronto en 2010, où plus de mille manifestants anticapitalistes ont été arrêtés, le public canadien découvre sur la toile les récits-vidéos de militants témoignant des brutalités policières et de la violation des droits civils : une manifestante est jetée au sol et tirée par le bras jusqu'à un véhicule de police, un homme âgé perd sa prothèse de jambe… Ces récits-vidéos concurrencent les reportages des grandes rédactions. Les interconnexions tissées au fil des jours grâce aux commentaires, réponses et hyperliens des internautes créent un genre alternatif d'information. Une investigation ethnographique de YouTube et Viméo nous permet d'étudier les différentes stratégies de négociation de l'information privée/publique dans les sphères publiques interconnectées et la gestion de l'accès technique et symbolique à l'identité du producteur et aux contenus dans les médias sociaux. Les appropriations faites par les militants révèlent des circuits locaux d'information et de pouvoir. Nous voulons voir comment ces dynamiques de savoir et de socialité contribuent à la construction d'une expertise informationnelle des militants.

Mots-clés : Médias sociaux, sphères publiques, expertise, vidéos, militant.

Introduction

Aux lendemains du G20 de Toronto en 2010, où plus de mille manifestants ont été arrêtés, le public canadien découvre sur la toile des récits-vidéos témoignant des brutalités policières et de la violation des droits civils dans les rues de Toronto. Ces récits-

vidéos concurrencent les reportages des grandes rédactions. Les militants s'opposent aux accords commerciaux et financiers du G20 et contestent le capitalisme, l'impérialisme et le colonialisme. La production d'une information non contrôlée par les médias *mainstream* et sa visibilité médiatique démontrent le potentiel révolutionnaire des médias militants.

Cette contribution porte sur les usages émergents du web et la production de formes et de genres alternatifs de savoir dans les médias. L'objectif de cet article est de mieux comprendre les modes de production discursive individuels et collectifs dans les plates-formes de partage de vidéo en ligne qui sont des médias de la socialité et du savoir. Cette approche herméneutique, épistémologique et ontologique, combine l'analyse de discours (Bahktine 1978; Barthes 1957, 1976; Bourdieu et Passeron 1964, Bourdieu 1982; Foucault 1971; Lacan 2006), l'ethnographie en ligne (Burgess et Green 2009; Lange 2007) et la sociologie de l'expertise (Collins et Evans 2002, 2007; Epstein 1996, 2008).

Sur le plan méthodologique, l'ethnographie en ligne permet d'observer en détail les types de négociation de l'information privée publique et les variations de significations. En nous fondant sur les catégories hybrides « *publicly private* » et « *privately public* » (Lange 2007), nous étudions les différentes stratégies de négociation de l'information privée/publique dans les sphères publiques interconnectées et la gestion de l'accès technique et symbolique à l'identité du producteur. Le contexte interprétatif permet de localiser des formes d'expertise hybrides qui émergent des transactions du sujet entre les sphères privées et subjectives et les sphères publiques (Habermas 1978, 1987). L'analyse des stratégies d'accès à l'identité sur YouTube et Viméo met en évidence des processus de contrôle de l'information par les militants dans l'expérience du partage de vidéo en ligne, déterminés par les médiations spatiales du pouvoir et de l'identité. La théorie des circuits médias adaptée par Lange (2007) à partir du concept de Rouse (1991) fournit un cadre adéquat à l'analyse des circuits média hétérogènes. Les représentations circulaires d'un micro-événement – l'arrestation de Lilia MacDowell[1] – inscrivent-elles l'information dans des micro-

[1] Les données ont été anonymisées afin de protéger les informations

réseaux qui interférent avec des flux globaux d'information et de consommation de manière à transformer les rapports de force?

La spécificité d'une expertise militante basée sur l'expérience

Les recherches en sociologie des sciences et techniques ont examiné les processus sociaux de construction de formes de savoir crédibles dans le domaine de la santé, du féminisme et de l'environnement (Collins et Evans 2002, 2007; Di Chiro 1997; Epstein 1995, 1996; Jasanoff 1990; Shapin 1995; Wynne 1992). Les analyses en *SEE* (*Study of Expertise and Experience*) ont mis en évidence la construction d'une « expertise basée sur l'expérience » (Collins et Evans 2007). La capacité à mettre en forme les savoirs issus de l'expérience par des médiations langagières fluides (« *acquiring and maintening fluency in the human language by continual social interaction* », Collins et Evans 2007, 7) est centrale. Dans une analyse du *AIDS Movement* aux États-Unis, Epstein (1996) montre que la construction de l'expertise militante, animée par une recherche permanente de l'attention publique, se fonde sur des stratégies d'autoreprésentation et de mise en voix (« *voicing* ») visant la reconnaissance progressive de l'expertise quotidienne détenue par les malades, les familles et les activistes. Grâce à l'amplification médiatique des revendications et des identités, les médias permettent l'engagement des publics, la construction d'une identité sociale partagée et l'apprentissage des procédures décisionnelles. C'est par la pratique quotidienne de la science, des médias et des luttes locales que les militants deviennent des experts et contribuent à une coproduction efficiente du savoir (Jasanoff 1990).

Cette construction des identités et des socialités au sein des pratiques sociales du groupe a été observée dans d'autres campagnes militantes, notamment celles des mouvements féministes pour l'environnement et la justice sociale. Dans une analyse de l'expertise environnementale et de la coopération transnationale aux États-Unis et en Inde, Di Chiro (1997) montre comment les alliances de femmes dans les luttes locales articulent les savoirs locaux (Geertz 1983) aux enjeux collectifs globaux. Diffusion et valorisation des savoirs d'expérience produisent des

---

sensibles et personnelles.

phénomènes de textualisation qui encouragent la reconnaissance de la valeur des textes ordinaires - « *messy texts of the ordinary* » (Epstein 1996, 420). Les pratiques de lien des stratégies, des identités et des significations génèrent des formes alternatives d'expertise ancrées dans l'expérience. Elles inscrivent les textes privés dans la matérialité des structures politico-économiques globales. Mais peut-on argumenter pour autant en faveur d'une efficience des pratiques militantes? Nous considérons que la sémiotisation des pratiques textuelles des groupes ayant lieu dans les échanges sociaux en ligne (Gillmor 2004; Thompson et al. 2000) peut agir comme révélatrice de l'expertise ordinaire.

Expertise et nouveaux médias

Dans une étude de la manifestation de Seattle en 1999, Castells montre que les nouveaux médias, marqués par les caractéristiques de variation d'échelle, d'interactivité, de flexibilité, d'attribution de la marque et de personnalisation (Castells 1999; 2001, 97), favorisent la production intensive et étendue de l'information, devenue un enjeu central de l'expertise. Les sphères publiques interconnectées fournissent davantage d'opportunités politiques et culturelles. Elles sont moins exposées aux opérations de filtrage et d'accréditation que les médias de masse. Une meilleure distribution du "capital physique" (Benkler 2006) rend poreuse la distinction entre les instances de production et autorise la contestation du médiacentrisme et des "*gatekeeper*" (Shoemaker 1991). Les sphères publiques médiatées facilitent l'instauration d'une « intimité non réciproque à distance » où « la quasi-interaction médiatisée […] crée en outre des genres particuliers de rapports interpersonnels, de liens sociaux et d'intimité » (Thompson et al. 2000 : 192), ce qui accentue la tension entre « *individuation* » (fermeture du sens dans des représentations individuelles) et « *communalism* » (fermeture du sens dans des identités partagées) (Castells 2001).

Cette reconfiguration des sphères publiques a été soulignée par de nombreuses analyses de la participation démocratique des publics (Bernstein 1997; Cohen 1985; Gitlin 1980; Granjon et Le Foulgoc 2010; Habermas 1978, 1987; Melucci 1983; Neveu 1995; Neveu et Rieffel 1991; Tilly 1985; Touraine 1978) et par les études des

réseaux sociaux (Benkler 2006; Boyd 2008, Boyd et Ellison 2007; Castells 1998; Shirky 2008, Turkle 1995). Les relations personnelles et interpersonnelles des militants dans les sphères publiques produisent un rapport tensif entre les identités privées, publiques et politiques. Les sphères publiques subsidiaires que constituent les mouvements sociaux offrent un potentiel de transformation (Calhoun 1992). Cependant, si les militants sont capables de mettre en œuvre des stratégies et des tactiques de communication intégratives, l'harmonisation de ces nouvelles formes de média avec des formes de média plus anciennes pose problème. Afin de faciliter la compréhension des échanges sociaux, il est nécessaire de repréciser les nouvelles frontières du privé/public qu'autorisent les médias sociaux.

Les transactions de l'expérience privée/publique dans les médias sociaux

Les histoires militantes en ligne du G20 de Toronto ont dévoilé, sur le mode de l'intimité réaliste, un visage autre de l'événement. L'analyse des processus de publicisation de l'identité privée (Calhoun 1992; Habermas 1978, 1987; Thompson 1995) vise à étudier la coordination de l'expérience personnelle et de l'expérience sociale via l'enchâssement de l'expérience personnelle dans des flux d'information globaux. L'approche pragmatique habermassienne met en évidence les transactions opérées par le sujet dans sa relation à lui-même, à autrui et au collectif (Habermas 1978, 1987). La narration du quotidien confronte le sujet à des effets d'ouverture et de fermeture du sens lors de la transaction des modalités d'expérience depuis le domaine privé invisible au domaine public visible. On distingue la définition de 'public' au sens d'affaires d'État de celle de 'public' au sens de visible (Thompson et al. 2000) :

> Ce qui est public, dans ce second sens, est ce qui est visible ou observable, ce qui est accompli devant des spectateurs, ce que tous (ou un grand nombre de gens) peuvent voir et entendre. Est privé, par contraste, ce qui est retiré de la vue, ce qui se dit ou se fait dans l'intimité, en secret ou au sein d'un cercle limité de personnes. Dans ce sens, la dichotomie public-privé fait écho au contraste entre le

> public et l'intimité, la franchise et le secret, la visibilité et l'invisibilité (Thompson et al 2000, 195).

Selon Boyd la définition du public est la suivante: « *a group bonded by a shared text whether that is a worldview or a performance* » (2008: 125). La communication des groupes d'affiliation militants revitalise le débat public dans de nouveaux espaces médias (Couldry et Curran 2003) qui constituent des circuits parallèles de micro-pouvoir comme lors du *WTO* de Seattle. Les groupes réactivent la participation des publics et démocratisent le processus de production grâce à la constitution d'archives de ressources publiques et accessibles - « *a living archive of contemporary culture* » (Burgess et Green 2009, 88). Cette dynamique d'exposition publique de la vie intime provoque des rapports d'extimité (Lacan 2006). Sur YouTube, elle ouvre un espace social de discussion collective des enjeux (Lange 2007). Les pratiques d'écritures et les autoreprésentations des militants donnent forme et visibilité aux identités et convertissent les problèmes privés en enjeux politiques au sein d'un même texte média (Livingstone 2005).

Les médiations spatiales de l'identité et du savoir

La participation des audiences productrices de nouvelles fait apparaître une génération de '*produser*' (Bruns 2007), de producteur-consommateurs (Jenkins 2006) et d'audiences expertes de l'information (Gillmor 2004) issue de la collision des médias corporatistes et des micro-circuits communautaires (Jenkins 2006). Leurs pratiques de convergence, de customisation et de « désintermédiation » (Gillmor 2004 : 13) donnent naissance à des formes de « créativité vernaculaire » (Burgess 2007). Une cartographie des groupes de savoir peut nous aider à mieux comprendre la transition des images privées aux images sociales et médiatiques auprès de larges audiences (Bloor 1976; Castells 1998, 1999, 2001; Jenkins 2006). En effet, les militants jouent le rôle d'intermédiaire dans l'interconnexion de savoirs à grande échelle au sein du processus d'écriture participative et conversationnelle. La transformation de la vie quotidienne en contenus symboliques repose sur l'ensemble d'habiletés communicationnelles qu'ils détiennent (Bruns et Humphreys

2007; Burgess et Green 2009; Di Chiro 1997; Gillmor 2004). Les mises en scène de soi dans les récits-vidéos militants remixent la tradition du journalisme citoyen et des médias alternatifs (Atton 2002; Couldry et Curran 2003, Couldry et al. 2007) en y intégrant des contenus indigènes et des savoirs locaux par des pratiques de *media literacy* (Ito et al. 2008, Ong 1982).

Dans une étude de l'identité et de la visibilité dans les médias sociaux, Cardon (2008) circonscrit cinq formes de visibilité virtuelle : le paravent (accès via moteur de recherche et mots-clés), le clair-obscur (accès à l'intimité réservé aux proches), le phare (accès à l'identité et à l'intimité), le *post-it* (accès à la présence en ligne), la *lanterna magica* (scission entre identité réelle et virtuelle, sous avatars). Ces stratégies de mise en visibilité de l'identité témoignent de négociations permanentes de l'identité civile, agissante, narrative et virtuelle. Néanmoins, les pratiques sociales d'engagement des audiences et des publics de fans et d'utilisateurs déterminent également la construction de l'identité, le succès des célébrités et l'accès à la visibilité. L'expertise des audiences (Gillmor 2004) participe de la gestion de l'image et de la réputation du producteur par un jeu complexe de ratifications de son identité. L'analyse de la construction de l'identité dans les médias sociaux vise à mettre en évidence ces négociations et les relations de pouvoir invisibles qui sous-tendent ces échanges.

Dans une ethnographie des médias en ligne, Lange (2007) propose de revisiter la théorie des circuits médias (Rouse 1991) issue de l'analyse des réseaux de migrations transnationales dans un contexte de transition du colonialisme au capitalisme transnational (Jameson 1984). Selon Rouse (1991), l'anthropologie encapsule les manières de représenter les univers sous investigation et les univers que nous habitons. Les échanges médiatés par téléphone entre un groupe de mexicains ruraux issus de l'immigration pour communiquer à distance constituent un circuit média qui coordonne la médiation technique et la médiation sociale et fait évoluer les formes produites par le groupe grâce à l'expérience partagée de moments de transition. Afin d'observer comment ces savoirs sont intégrés au centre de la structure de communication, Rouse utilise la dichotomie du centre

et de la périphérie. Chaque site périphérique a son propre centre qui est indépendant des autres. Le maintien de relations spatialement étendues permet l'inscription de textes transitoires dans le registre de la vie quotidienne : « *Those "ordinary" people who inscribe their transient texts in the minutiae of daily experience* » (Rouse 1991, 19). Cette perspective renouvelle et étend la problématique de l'accès à l'information. En observant comment le mouvement transforme les participants et comment les participants évoluent, par des pratiques sociales et intertextuelles au sein du mouvement, l'investigation ethnographique de YouTube (Lange 2007) approfondit qualitativement la question de l'identité dans l'expérience du partage de vidéos en ligne pour établir des modèles de comportements d'utilisateurs fondés sur l'auto-réflexivité et l'éthique des pratiques en ligne :

> YouTubers are attempting to shape social norms and reflexively negotiate the ethics of online behavior, operating from a position of grounded, insider knowledge, making it more likely that these interventions would be effective than the top-down enforcement of new regulations would be (Burgess et Green 2009, 97).

L'expérience privée et l'expérience publique du partage de vidéo en ligne

Lange (2007) souligne la fonction sociale du partage de vidéo en ligne en vue d'une meilleure compréhension des dynamiques sociales de groupe. La projection de l'identité permet l'agrégation de personnes appartenant à un même groupe social. Ainsi, le processus de publicisation de l'identité reflète différentes configurations sociales et divers degrés de visibilité. Toutes les personnes n'ont pas les mêmes attentes de ce qui est public. Selon le concept de « fractalisation» du privé/public (Gal 2002; Lange 2007), les perceptions de la dichotomie privé/public dépendent du contexte restreint ou étendu de projection. Les échanges interpersonnels, collectifs et symboliques peuvent modifier les frontières des mondes sociaux en présence. Lange donne l'exemple de la maison considérée comme espace privé par opposition au voisinage qui comporte aussi, au sein du cercle familial, des espaces publics (le salon par opposition à la chambre à coucher). De la même manière, les préoccupations des

communautés locales peuvent être perçues comme privées relativement aux affaires d'État (Thompson et al. 2000).

Dans le cas d'une forme « *publicly private* », l'auteur révèle ouvertement son identité mais il met en œuvre des moyens physiques de restriction d'accès à la vidéo ou des moyens symboliques d'accès à la compréhension du contenu (« *private joke* », noms codés, etc.). Dans le cas d'une forme « *privately public* », l'auteur masque en partie ou en totalité son identité et rend accessible les informations sur le contenu, comme *Vlad the Impaler* qui apparaît sur la vidéo avec un masque sur le visage (Lange 2007). Le positionnement du producteur-vidéo dans les configurations médiatiques se produit par une communication stratégique et symbolique déterminant l'accès à la vidéo des publics et des audiences du web. La condition d'amitié, le *tagging*, le titrage et la description de la vidéo sont les principales stratégies de filtrage de l'accès à l'information (Lange 2007). Les pratiques de *tagging* cryptiques ou stratégiques – certains mots-clés n'ayant pas de lien direct avec la vidéo postée – ou l'absence de visibilité du vidéaste sur la toile en comparaison d'autres profils rendent certaines vidéos moins accessibles.

D'autres éléments de la vidéo ne sont identifiables que si l'on partage le même contexte (Nissenbaum 2004). Une compétence d'interprétation des indices disséminés par le vidéaste au sein de la galaxie de signifiants qu'ouvrent la lecture et l'interprétation de textes polysémiques (Barthes 1976) est nécessaire. Le choix des indices témoigne de la volonté du vidéaste de les rendre lisibles et publics (Thompson et al. 2000). Les commentaires des internautes et des « *trolls* » (internautes postant des commentaires excessivement négatifs), négatifs, positifs ou « intelligents » (Lange 2007), les réponses, les liens, les hyperliens et les ratifications participent de cette mise en visibilité. Certains échanges de commentaires et de réponses entraînent des pratiques de « *friending* » (ajout d'amis) après le postage de la vidéo. Le postage de la vidéo établit des connexions médiées à distance entre des personnes qui ne se connaissaient pas auparavant et favorise le développement d'affinités interpersonnelles dans un environnement commun, sans nécessité de se côtoyer physiquement. L'accès à l'interprétation atteste de l'intimité du voyeur avec le réalisateur, soit par

l'appartenance au même univers social, soit par le partage de traits spécifiques et culturels. L'accès à l'identité ne repose pas seulement sur l'accès au nom du vidéaste, mais aussi sur l'accès aux informations symboliques et la compétence cognitive et culturelle du voyeur-lecteur à les comprendre.

Lorsqu'ils font appel à l'expérience de la vie quotidienne, les producteurs peuvent éluder des détails de leur vie privée, comme la localisation spatiale ou sociale (profession, famille, réseau d'amis). Confrontés à l'hyper-vigilance (angoisses générées par les prédateurs du net ou conséquentes à un stress post-traumatique), ils cherchent à en dire assez pour intéresser leurs audiences, condition *sine qua non* de l'accès à la visibilité, tout en se protégeant des effets collatéraux du tout-est-en-ligne. Les stratégies de restriction d'accès à l'information sont parfois liées à une surexposition publique de l'intimité privée qui crée un sentiment de vulnérabilité et d'angoisse (Jenkins 2009).

Analyse des récits-vidéos militants

Dans le but d'étudier les types de comportements privé/public des militants anti-G20 sur YouTube et Viméo et les dynamiques de relations à partir des traces laissées sur le réseau dans l'expérience du partage en ligne (Lange 2007), nous analyserons les stratégies privées/publiques que déploient les producteurs de vidéo dans la gestion de l'accès à l'identité et au contenu de la vidéo, ainsi que les hyperliens et les réponses des autres participants. Cet article présente les observations issues de l'analyse du processus de production et de mise en circulation de l'information locale et hyperlocale hybride produite par les militants afin d'enrichir la problématique traitant de l'extension de l'expertise.

Méthode

L'analyse des réseaux sociaux (Wellman et Berkowitz 1988) dégage les types de relations sociales liant les participants d'un réseau et la structure de leurs relations sociales. Trois vidéos militantes significatives ont été sélectionnées pour leurs caractéristiques spécifiques (diversité des pratiques, variation d'échelle et ouverture, cf. Burgess et Green 2009, 104) parmi un

corpus thématique de vidéos amateur constitué grâce aux moteurs de recherche YouTube et Viméo à partir des mots-clés « Violence » et « G20 Toronto ». Une analyse ethnographique des stratégies de publicisation de l'identité (Lange 2007) permet d'étudier les variations de comportement des producteurs au sein d'un même texte média : le récit de l'arrestation de Lilia, organisatrice communautaire, lors du G20 de Toronto en juin 2010. L'observation du contexte interprétatif aide à mieux comprendre les phénomènes de transition. Les données qualitatives sont issues de notes d'observations provenant du visionnage de vidéos du Sommet de Toronto, de l'observation des pratiques de conversation en ligne entre les participants (commentaires, réponses et liens), et de l'exploration intensive de YouTube et Viméo durant une période d'investigation d'un an. Des données de seconde main ont été collectées dans des documents et archives accessibles en ligne. L'analyse des vidéos, les observations et la revue de littérature mettent en évidence les stratégies de négociation adoptées et la manière dont les militants combinent expérience privée et expérience médiatique dans la pratique des médias. Comment les stratégies mises en œuvre lors de l'expérience du partage de vidéos en ligne permettent-elles aux militants de contrôler l'information et de se positionner vis-à-vis des audiences et des médias? Ont-elles un effet sur les régimes de visibilité ?

Résultats de l'analyse

Certaines vidéos révèlent des stratégies d'accès à l'identité ouvertes où l'identité est fortement revendiquée de type « *My name is* » alors que d'autres montrent des tactiques plus restrictives où l'identité n'est pas clairement revendiquée ou est dissimulée.

Vidéo « My name is »: V1. Lilia MacDowell

La vidéo postée par Lilia sur son vlog et YouTube le 22 juillet 2010, soit un mois après Toronto est un récit original autoproduit débutant par « *My name is* ». L'accès à l'identité de la narratrice est largement ouvert à la connaissance des publics. Arrêtée et emprisonnée lors du sommet de Toronto où elle comptait prendre

des photos, la productrice se représente elle-même comme actrice et commentatrice de son vécu : on peut observer un glissement d'une instance de témoin (« *witnessing* » TL : témoignage) à une instance de commentatrice et de productrice. Cet enchâssement de l'expérience vécue dans l'histoire démontre des prédispositions à la créativité et de fortes compétences communicationnelles et réflexives. Son attitude consciente face à l'écran apparaît dans les adresses directes au public :

« *If you can picture this* » (Traduction libre (TL) : si vous arrivez à vous imaginer ça)

Les tactiques d'autoreprésentation sont motivées par une recherche d'autonomie vis-à-vis des médias traditionnels. Le sentiment d'appartenance au groupe militant est visible dans la réaffirmation de son opposition ferme aux accords économiques du G20 et dans ses allusions à la préexistence de réseaux (*Alternative media Centre*) et de sociabilités antérieurs (luttes aux Pérou, au Botswana…) (Lange 2007). La divulgation d'informations privées sur son poids et sur sa perte de contrôle physique ayant conduit la productrice à s'uriner dessus pendant sa détention, les allusions à son vécu, à ses occupations, à la culture de la non violence ou au militantisme politique indiquent un degré important d'exposition publique de ses pensées, de son état émotionnel, de son histoire personnelle et de ses motivations.

En projetant son identité dans deux circuits médias parallèles, sur son vlog et sur YouTube, Lilia articule deux types de socialité. Elle réaffirme son positionnement au sein de son réseau d'amis et d'affinités sur le vlog, espace restreint et semi-privé, accessible à partir de son identité et personnalisé par de nombreux documents personnels. Elle s'adresse à de larges audiences (1437 vues, 18 commentaires, 8 personnes aiment, 2 n'aiment pas) en vue de les inviter à une expérience commune partagée des médias (Burgess et Green 2009). Alors que YouTube est une plate-forme indéterminée, la possibilité d'accéder au blog en suivant le lien sous la vidéo permet la transition à un espace spécifique (Jenkins 2009). L'accès au blog implique une participation active des audiences afin de transformer leur expérience des médias en accédant à des contenus perçus initialement comme privés.

Certains commentaires positifs des internautes vont dans le sens

d'une compréhension générale du contenu et d'une connaissance des valeurs de la culture militante:

« *Turn your haters into motivators* » (TL: Fais de tes trolls une motivation)

D'autres expriment une attitude défavorable ou un rejet :

« *bahahahahhahahahahahhhaha donate your money to the homeless, better then wasting it on expensive ads from the same media you nuts so vigoriously oppose...* ». (TL: Mouahahaha. Donnez votre argent aux sans abris plutôt que de le dépenser dans de la publicité coûteuse pour le même média auquel vous idiots vous opposez si vigoureusement).

Ces commentaires soulignent la difficulté des audiences à saisir la complexité des échanges sociaux des militants confrontés à une situation paradoxale d'exposition personnelle, interpersonnelle, intensive et massive dans des médias globaux. La réponse collective de la productrice aux commentaires des audiences dévoile une réticence à s'engager dans un échange interpersonnel et intime avec les participants, notamment avec les trolls. Cependant, elle rebondit sur leurs commentaires pour promouvoir son agenda personnel :

« *Thanks for the positive sentiments, and I appreciate the support of such wonderful, thoughtful people :) (…) Perhaps those who oppose should spend some time researching G20 policies (…) Their agenda seek to disempower and subjugate. Mine is an agenda of liberation!* » (TL : Merci pour les sentiments positifs, j'apprécie le soutien de personnes si formidables et réfléchies (…). Peut-être que ceux qui critiquent devraient prendre le temps de faire des recherches sur les accords du G20 (…) Leur *agenda* vise à marginaliser et dominer. Mon *agenda* c'est la libération !).

Une exploration du contexte historique par la lecture du premier récit posté par la militante sur *Media Coop* montre que la quantité d'informations sensibles consenties y est plus importante que sur YouTube. Le contexte de solidarité évoqué à la fin de la vidéo détermine le degré d'exposition consenti en fonction de l'« intégrité contextuelle » (Nissembaum 2004). Les références internes et les connexions implicites délimitent l'accès symbolique au contenu de la vidéo des autres participants. Une

connaissance précise du contexte fonde les capacités d'interprétation du référentiel commun de valeurs et l'accumulation du capital culturel (Bourdieu et Passeron 1964). La production d'une forme « *publicly private* », une mise en scène extensive de l'identité aux contenus largement attractifs et faisant l'objet d'une promotion intensive de l'identité mais avec un accès restreint au contenu symbolique (Lange 2007), atteste d'un degré élevé d'engagement personnel dans les médias. La fractalisation de la distinction privé/public (Gal 2002; Lange 2007) fait varier les contenus d'interprétation lors de la mise en relation avec les enjeux publics associés : les informations peuvent être perçues comme publiques pour un militant local familier des préoccupations du mouvement anti-G20 et privées pour un lecteur *étranger*. Les effets de médiatisation se déroulant dans des contextes historiques, sociaux et géopolitiques particuliers influencent donc notre perception de ce qui est privé ou public dans les informations révélées en ligne par les internautes.

Vidéo cryptique : V2. Max Le Sceptique.

La seconde vidéo postée le 29 juin 2010 par Max Le Sceptique sur Viméo, fait également le récit de l'arrestation de Lilia sous la forme d'un captage vidéo en direct. Si son comportement est de type « *publicly private* », on observe néanmoins plusieurs mécanismes de restriction d'accès à l'identité, au contenu ou à l'accès technique à la vidéo, par des pratiques cryptiques de dévoilement de l'information qui constituent autant de variations pertinentes à l'intérieur d'une même catégorie de formes et de pratiques. Le producteur se présente donc comme un voyeur et un commentateur qui respecte la focalisation sur Lilia.

Le récit parodique présente l'épisode de l'arrestation comme un mode d'emploi du *kidnapping* en sept étapes. L'auteur ne consent que partiellement la révélation de son identité (diffusion sous pseudonyme, pas de visage, usage de titres plutôt que d'une voix off). L'accès à l'identité du producteur est possible quoiqu'indirect : l'identité n'est visible que dans le mot-clé et à la fin de la vidéo. Cette tactique exprime une stratégie cryptique d'accès à l'information car l'information est finalement révélée mais à condition de se prêter au jeu. Les mots-clés en revanche

ciblent une audience plus large : « Canada », « Toronto », « G20 », « Violence », « 2010 ». Parmi la communauté d'utilisateurs, il s'agit d'un profil relativement visible (11,1 K en téléchargement, 10 « j'aime », 7 commentaires).

Toutefois, si l'accès technique à la vidéo est largement ouvert aux publics par l'usage de mots-clés génériques, la vidéo est postée sur Viméo, une plate-forme communautaire « respectueuse » ouverte aux personnes créatives qui interdit les vidéos commerciales, promotionnelles et pornographiques et tout contenu non produit par les utilisateurs, contrairement à YouTube. Ce choix indique une stratégie de restriction de l'accès à une audience spécifique, artiste et engagée. De ce fait, le producteur se positionne dans un espace de communication intermédiaire, s'inscrivant dans un circuit-média plus restreint que YouTube (40 millions de visiteurs uniques environ) et plus large que le vlog, qui fait apparaître un type de socialité spécifique dans un réseau d'affiliés. L'accès aux contenus symboliques illustre le mieux la stratégie cryptique adoptée par le producteur et les mécanismes de restriction d'accès. La vidéo, présentée comme une production du Gouvernement du Canada et de Stephen Harper, présente une distanciation ironique martelée par des titres parodiques, marqueurs symboliques créateurs de sens. D'autres indices textuels, la polarisation des acteurs représentés - foule festive versus policiers patibulaires - l'inscription de symboles militants et pacifistes - acclamations, applaudissements, drapeaux roses, oiseaux dessinés à la craie - renvoient, par un jeu de références internes implicites, aux valeurs de solidarité et à l'humour partagé par la communauté de militants. L'accès au contenu symbolique et interprétatif suppose la reconnaissance et la compréhension des idées et des valeurs d'extrême-gauche, de l'anarchisme ou de la contre-culture, comme le pacifisme, la désobéissance civile et l'antimilitarisme. Les amis du producteur, les membres du mouvement ou les sympathisants ont davantage accès au contenu interprétatif que les néophytes.

Les commentaires des participants majoritairement positifs montrent une connivence et une complicité avec le producteur et le contenu symbolique des images : alors que Max Le Sceptique élude l'identité civile de Lilia, un commentateur cite son nom et un

autre poste un hyperlien renvoyant au récit de *Media Coop*. Cette nouvelle connexion modifie la quantité d'informations initialement consenties, élargit le circuit média en y intégrant un réseau parallèle (Lange 2007) et permet l'articulation de l'agenda communautaire à l'agenda des médias (Burgess et Green 2009). Des variations de comportement s'observent : alors que le premier commentateur adopte une posture de fan, le second ajoute de la valeur à l'information. En raison de l'ambiguïté des perceptions de ce qui est privé ou public (Weintraub 1997), le producteur ratifie cette participation en ne censurant pas le commentaire. Plusieurs connexions émotionnelles se produisent : un participant exprime une envie de vomir après le visionnage de la vidéo et la lecture du récit de Lilia sur *Media Coop*, un autre cite le nom d'un officier de police impliqué pour violation des droits civils dans le cadre du Sommet de Toronto, tout comme l'avait fait Lilia dans sa vidéo. Cette démarche atteste de tactiques de communication en miroir. Des hyperliens vers d'autres ressources faisant état d'intimidations policières matérialisent la circularité de l'information au sein du groupe et capturent l'expérience sociale commune hors ligne.

« *Everyone needs to know that, just as in Montobello 2007, the COPS were behind the riots that lead to these horrible civil rights violations. And the fact is no one is now talking about WHY people were protesting in the first place. Please pass the message on. Here is the article*: globalresearch.ca/index.php?context=va&aid=19928 (TL : Tout le monde doit savoir ça, comme à Montebello en 2007, les policiers étaient derrière les émeutes qui ont conduit à ces horribles violations des droits civils. Et le fait est que personne ne dit POURQUOI les gens protestaient au départ. Merci de faire passer le message. Voici l'article).

Les participants négocient le cadrage de l'information (modèle du test et de l'erreur) et la valeur de l'information initiale selon leur perception du privé/public. Ces pratiques de textualité et d'ouverture du sens produisent des dynamiques de résistance, inscrivent des textes intimes et des pratiques locales dans des flux transnationaux (Thompson 1995) et connectent des œuvres de la *fan culture* à des travaux professionnels (Jenkins 2006). Deux des commentateurs sur sept seulement sont des amis du producteur.

L'expérience de moments partagés peut donc avoir lieu sur la base d'une agrégation par intérêts communs ou d'une liaison émotionnelle ('*reliance of the emotional*', Burgess et Green 2009 : 53).

Vidéo Anonyme : V3. Invasions.

La vidéo postée par Invasions s'inscrit dans la deuxième catégorie identifiée par Lange (2007) « *privately public* ». Une forme « *privately public* » consiste à ne pas dévoiler d'informations sur son identité (son nom, son visage ou son apparence physique) tout en établissant des connexions intenses avec les audiences de la plate-forme à partir de contenus largement accessibles: « *You'll never know our real names or our real faces but you will know our entertainment* » (*Vlad the impaler*, in Lange 2007; TL : « Vous n'aurez jamais accès à nos vrais noms et à nos vrais visages, mais vous connaîtrez notre jeu »). Cette pratique est assez répandue sur le net, quoique moins fréquente dans les vidéos témoins.

Comme le précise Invasions, la vidéo postée le 10 décembre 2010 est réalisée à partir d'un montage d'extraits d'actualité collectés sur le net dont la vidéo produite par Lilia. Les mots-clés employés indiquent une stratégie d'ouverture de l'accès technique à la vidéo, sans mécanismes de restriction d'accès. L'hyperlien indiqué sous le pseudonyme du producteur renvoie à un site du même nom, présentant plusieurs vidéos du sommet, de la musique et un bouquet de liens. Elle fait partie d'un ensemble de vidéos postées dans la catégorie « éducation ». Les productions musicales du site mentionné sous le pseudonyme peuvent permettre à des proches ou amis d'identifier le réalisateur, mais rien n'autorise une association du pseudonyme avec l'identité civile du producteur par les utilisateurs de YouTube. Les contenus sont largement accessibles au public, puisqu'il s'agit d'un mixage de contenus médiatiques traditionnels et de vidéos témoins pris sur le web. Le producteur adopte donc un positionnement de lecteur. Si cette vidéo ne dévoile pas d'intimité physique avec le réalisateur, elle présente son intimité cognitive et psychologique. La pratique d'édition (ou curation), qui consiste à présélectionner des contenus jugés dignes d'intérêts pour les audiences en fonction de sa propre subjectivité, opère un *zoom* identitaire sur les enjeux

centraux et les figures importantes du sommet de Toronto. La vidéo donne à voir l'agenda des mouvements militants et réorganise les contenus d'information différemment des médias *mainstream*. La vidéo-événement produite par Lilia est recontextualisée dans le flux global d'images. Le mixage de vidéos et d'images sous la forme kaléidoscopique est une pratique courante des producteurs amateur. L'inclusion de la vidéo de Lilia crée un lien d'affiliation avec la productrice et souligne une revendication d'identité collective; mais la focalisation sur la productrice se dilue au fur et à mesure des recontextualisations de son histoire et de son incorporation dans des contextes de plus en plus globaux. Cette vidéo illustre le décentrage de l'identité personnelle de Lilia et son recentrage sur l'identité du groupe.

La quantité d'informations exposée par le producteur est non négociable, aussi bien en terme d'identité que de contenu d'information. En effet, le commentaire laissé par un des participants faisant un parallèle avec le contexte égyptien est resté sans réponse. Dans une démarche « *privately public* » avec un faible investissement du producteur auprès des audiences, la participation des audiences est peu active et le profil du producteur reste peu visible (124 vues, 2 commentaires).

Ces trois vidéos présentent les caractéristiques de diversité, de variation d'échelle et d'ouverture, constitutives des vidéos militantes (Burgess et Green 2009) et énoncent des stratégies d'accès répondant à la catégorisation de Lange (2007). L'analyse des vidéos révèle que l'acquisition de l'expertise par les participants est inégale. Des compétences cognitives, culturelles et techniques sont nécessaires pour accéder à l'identité et aux contenus interprétatifs : l'apprentissage du langage spécialisé, de compétences technologiques, de pratiques d'écriture; la connaissance fine du contexte politique, local, des savoir-faire sociaux; le capital culturel (Bourdieu et Passeron 1964) et l'expérience personnelle. Ces compétences et maîtrises peuvent être acquises dans une pratique intensive et régulière des médias et lors d'expériences de socialisation hors ligne. De plus, certaines habiletés comme le charisme et le *leadership* ne peuvent s'apprendre que dans la pratique continue de l'engagement politique. Les manières de lire et de décoder l'information

dépendent de la prise de conscience progressive des participants de l'occupation de nouveaux espaces hybrides de socialité et des identités et des significations attachées à l'intimité (physique ou psychologique). Certains producteurs s'engagent de manière proactive et co-créative dans l'élaboration de contenus, d'autres sont plus à l'aise dans un rôle de lecteur et de commentateur. Nous voyons comment la façon dont les militants utilisent les médias sociaux pour produire des textes culturels et politiques, où l'information fait l'objet de multiples décontextualisations et recontextualisations (Jenkins 2006), révèle différentes dynamiques de socialisation et d'apprentissage au sein du groupe et différentes topologies dans les circuit-médias (Lange 2007). La translation de l'agenda personnel en agenda communautaire et en agenda global mise en évidence par cette exploration de YouTube provoque une propagation étendue de l'identité militante. Le récit-vidéo de Lilia qui semble répondre aux attentes des militants est décontextualisé et recontextualisé sur YouTube mais également dans les médias alternatifs - *CMAQ*, *Mediacoop* - et corporatistes - des photographies de Lilia en première page (*New York Times*, 27 juin 2010, *Toronto Star* et *Metronews*, 28 juin 2010) et plusieurs articles détaillés sur le récit de son arrestation (*Toronto Star* et *Canoe.ca* le 23 juillet 2010). L'intérêt des médias pour les contenus militants encourage le processus de transition des mondes ordinaires vers les mondes médiatiques (Couldry 2003).

Conclusion/discussion

L'écriture collaborative dans les réseaux militants vise à résorber les inégalités de la participation en faisant circuler dans les médias sociaux un même texte média qui valorise le vécu et les histoires personnelles et s'agrège les audiences actives pour y intégrer des savoirs expérientiels, des savoirs tacites et des ressources. Les récits-vidéos en ligne constituent des textes multimodaux car ils se situent à l'intersection des catégories textuelles et des pratiques sociales, sémiotiques et littéraires dans les médias (Kress 2003, Ong 1982). La transmission du savoir comme produit culturel (Epstein 2008), les pratiques textuelles hétérogènes de « *voicing* » et leur incorporation dans les discours politiques, culturels et économiques, via une mise en forme des textes en images symboliques (De Certeau 1990; Shapin 1995)

sont au cœur du processus de construction de l'expertise militante. L'analyse de la manière dont les participants rendent public leurs histoires privées met en évidence des stratégies de visibilité et d'identité plébiscitées par les audiences par des actions de ratification et d'exclusion qui déterminent la promotion de l'identité et sa visibilité. L'inscription du récit de Lilia dans un processus social de textualisation de l'information s'accompagne de dynamiques de pouvoir et de procédures de contrôle et de délimitation du discours (Bourdieu 1982; Foucault 1971). L'analyse des circuits-médias locaux souligne les dimensions microscopiques du pouvoir social (Collins et Blot 2003) qui vont déterminer l'inscription d'une *literacy* critique dans l'économie scripturaire (De Certeau 1990) par une influence sur le cadrage de l'information dans les médias globaux, comme l'indique la couverture médiatique de l'arrestation de Lilia et les reprises de son histoire par les médias corporatistes. Cela donne lieu à de nouveaux rapports de pouvoir entre les militants et les médias qui se trouvent en concurrence médiatique (Neveu et Rieffel 1991). Ces formes d'expertise émergentes s'inscrivent dans un processus plus général de co-création de savoirs et d'expertise collective grâce à une meilleure répartition des sources et de l'autorité (Gillmor 2004). L'émergence d'un genre d'information politique hyperlocal et hybride, la participation accrue des audiences (« *bottom up participation* » Jenkins 2006, 2009; « *bottom up politics* » Gillmor 2004), l'inclusion de formes de savoir ordinaires, culturelles et locales autoproduites dans les discours de savoir au sein des sphères publiques et *in fine* la régulation sociale omniprésente des fans permettent la construction d'une expertise informationnelle des groupes militants.

Remerciements

Je remercie les organisateurs de la Conférence « Extension de l'expertise » pour les échanges et les discussions fertiles, les évaluateurs anonymes de la revue pour leurs suggestions et commentaires de valeur, et également l'UMR 5206 Triangle et le DIC Laval pour le soutien financier de ce projet.

Bibliographie

Atton, Chris. *Alternative media*. London : Sage publications, 2002.

Bakhtine, Mikhaïl. *Esthétique et théorie du roman*. Paris: Seuil, 1978.

Barthes, Roland. *Mythologie*s. Paris: Seuil, 1957.

Barthes, Roland. *S/Z*. Paris: Seuil, 1976.

Benkler, Yochai. *The Wealth of networks: how social production transforms market and freedom*. New Haven and London: Yale University Press, 2006.

Bernstein Mary. "Celebration and suppression: The strategic uses of identity by the lesbian and gay movement." in *The American Journal of Sociology* 103/3 (Nov. 1997): 531-565.

Bloor, David. *Knowledge and Social Imagery*. Chicago: University of Chicago Press, 1976.

Bourdieu, Pierre et Jean-Claude Passeron. *Les Héritiers, les étudiants et la culture*. Paris : Minuit, 1964.

Bourdieu, Pierre. *Ce que parler veut dire, l'économie des échanges linguistiques*. Paris: Fayard, 1982.

Boyd, Danah. "Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life." in *MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and DigitalMedia Volume*, édité par David Buckingham. 119-142. Cambridge, MA: MIT Press, 2008.

Boyd, Danah et Nicole B. Elisson. "Social Network Sites: Definition, history and scholarship." in *Journal of computer-mediated Communication* 13/I (2007): 210-230.

Bruns, Axel. "Produsage: Towards a broader Framework for user-led content creation." Papier présenté à la Conférence *Proceedings : Creativity & cognition* 2007. Seeding Creativity: Tools, media and Environments, Washington, DC, 13-15 juin 2007. Gerhard Fischer, Elisa Giaccardi, Mike Einsenberg and Linda Candy, New York, Association for Computing Machinery, 2007, 99-106.

Bruns, Axel et Sal Humphreys. "Playing on the edge: Facilitating the emergence of a local digital grassroots." Papier presenté à l'Association of Internet Researchers conference, Vancouver, 17-20, Oct. 2007.

Burgess, Jean. "*Vernacular creativity and new media*." Phd Diss., Queensland University of Technology, 2007.

Burgess, Jean et Joshua Green. *YouTube: online video and participatory culture*. Cambridge : Polity press, 2009.

Calhoun, Craig. *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, MA: MIT Press, 1992.

Cardon, Dominique. « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 » in *Réseaux* 2008/6, n°152 (2008) : 139-168.

Castells, Manuel. *L'Ere de l'information: tome 1: La société en réseaux*. Paris : Fayard, 1998. *L'Ere de l'information: tome 2 : Le pouvoir de l'identité*. Paris: Fayard, 1999.

Castells, Manuel. *La galaxie Internet*. Paris: Fayard, 2001.

Cohen, Jean. "Strategy or identity: New theoretical paradigms and contemporary social movements." in *Social Movements, Social research* 52/4 (1985): 663-176.

Collins, Harry. M. et Robert Evans. "The third wave of Science Studies: Studies of Expertise and Experience." in *Social Studies of Sciences* 32/2 (2002): 235-96.

Collins, Harry M. et Robert Evans. *Rethinking expertise*. Chicago : University of Chicago Press, 2007.

Collins James et Richard K. Blot. *Literacy and literacies. Texts, power, and Identity*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

Couldry, Nick. *Media Rituals: A Critical Approach*. London and New York : Routlege, 2003.

Couldry, Nick et James Curran. *Contesting media power: alternative media in a networked world*. Lanham : Rowman & Littlefield publishers, 2003.

Couldry, Nick, Sonia M. Livingstone et Tim Markham. *Media consumption and public engagement: beyond the presumption of attention*. New York : Palgrave Macmillan, 2007.

De Certeau, Michel. *L'invention du quotidien.1. Arts de faire*. Paris : Gallimard, 1990.

Dewey, John. *L'art comme expérience* (1ère éd. 1934). Pau, Publications de l'Université de Pau/Farrago 2005.

Di Chiro, Giovanna. "Local actions, global visions: Remaking environmental expertise." in *Frontiers: A Journal of women studies*, vol. 18, n°2, Intersections of feminisms and environmentalisms (1997): 203-231.

Epstein, Steven. "The Construction of Lay Expertise: AIDS Activism and the Forging of Credibility in the Reform of Clinical Trials." in *Science, Technology, & Human Values* 20/4 (1995): 408-437.

Epstein, Steven. *Impure science: AIDS, activism, and the politics of knowledge*. Berkeley: University of California press, 1996.

Epstein, Steven. "Culture and Science/Technology: Rethinking Power, Knowledge, Materiality and Nature." in ANNALS, *AAPSS*, 619, sept. (2008): 165-182.

Foucault, Michel. *L'ordre du discours. Leçon inaugurale au Collège de France prononcée le 2 décembre 1970*. Paris: Gallimard, 1971.

Gal, Susan. "A semiotics of the public/private distinction." in *Differences: A Journal of Feminist Cultural Studies*, 13/1 (2002): 77-95.

Geertz, Clifford. *Local knowledge: further essays in interpretative anthropology*. New York: Basic Books, 1983.

Gillmor, Dan. *We the media: grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol: O'Reilly, 2004.

Gitlin Todd. *The whole world is watching. Mass media and the making and unmaking of the new left*. Berkeley: University of California Press, 1980.

Granjon, Fabien, et Aurélien, Le Foulgoc. « Les usages sociaux de l'actualité, l'expérience médiatique des publics internautes. » in *Réseaux* (2010) : 160-161.

Habermas, Jürgen. *L'espace public, archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris: Payot, 1978.

Habermas, Jürgen. *Théorie de l'agir communicationnel*. Paris: Fayard, 1987.

Ito, Mizuko et al. "Foreword." à *Youth, Identity, and Digital Media* de David Buckingham. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008

Jameson, Fredric. "Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism." In *New Left Review* 146 (1984): 53-92.

Jasanoff, Sheila. *The Fifth branch: Science advisers as policy makers*. Cambridge: Harvard University Press, 1990.

Jenkins, Henry. *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press, 2006.

Jenkins, Henry. "What happened before YouTube?" in *YouTube Online and participatory culture* édité par Burgess, Jean et Joshua Green. Cambridge: Polity press, 2009.

Kress, Gunther. *Literacy in the new media age*. New York: Routledge New York, 2003.

Lacan, Jacques. *Le séminaire livre XVI, d'un autre à l'autre*. Paris: Seuil, 2006.

Lange, Patricia. G. "Publicly private and privately public: Social networking on YouTube." in *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13/1, article 18, (2007). http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/lange.html.

Livingstone, Sonia. Introduction à *Audiences and publics: when cultural engagement matters for the public sphere* de Sonia Livingstone, 9-16. Intellect Books, Bristol, UK, 2005.

Melucci, Alberto. « Mouvements sociaux, mouvements post-politiques. » in *Revue Internationale d'action communautaire* 10/50 (automne1983) : 13-30.

Nardi, Bonnie. A. "Beyond bandwidth: Dimensions of connection in interpersonal communication." in *Computer-Supported Cooperative Work* 14 (2005): 91-130.

Neveu, Érik. « Les sciences sociales face à l'espace public, les sciences sociales dans l'espace public. » In *L'espace public et l'emprise de la communication* édité par Isabelle Paillard, 37-64. Grenoble : Ellug, 1995.

Neveu, Érik. *Sociologie des mouvements sociaux*. Paris: La Découverte, 1996.

Neveu, Érik et Rémy Rieffel. « Les effets de réalité des sciences de la communication » in *Réseaux* 9/50 (1991) : 11-40.

Nissenbaum, Helen. "Privacy as contextual integrity." in *Washington Law Review*, 79/1 (2004): 101-158.

Ong, Walter.J. *Orality and literacy. The technologizing of the world*. London, England: Methen, 1982.

Rouse, Roger. "Mexican migration and the social space of postmodernism." in *Diaspora*, 1/1 (1991): 8-24.

Shapin, Steven. "Cordelia's Love: Credibility and the Social Studies of Science." in *Perspectives on Science* 3/3 (1995): 76-96.

Shirky, Clay. *Here comes everybody: the power of organizing without organizations*. New York: Penguin, 2008.

Shoemaker, Pamela J. *Gatekeeping*. Californie: Sage, 1991.

Thompson, John B. *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. 1er éd. Stanford: Stanford University Press, 1995.

Thompson, John B. *Political scandal. Media and visibility in the media age*. Cambridge : Polity Press, 2000.

Thompson John B., Pasquier Dominique et Relieu Marc. « Transformation de la visibilité » in *Réseaux* 18/100 (2000) : 187-213.

Tilly, Charles. "Models and realities of popular collective action." in *Social Research* 52/4 (1985): 718-747.

Touraine, Alain. *La voix et le regard*. Paris: Seuil, 1978.

Turkle, Sherry. *Life on the screen: identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster paperbacks, 1995.

Weintraub, Jeff. "The theory and politics of the public/private distinction." in *Public and Private in Thought and Practice* édité par J. Weintraub & K. Kumar, 1-42. Chicago and London: University of Chicago Press, 1997.

Wellman Barry et S.D. Berkowitz. *Social structures: A network approach*. New York: Cambridge University Press, 1988.

Wynne, Brian. "Misunderstood Misunderstandings: Social Identities and Public Uptake of Science." in *Public Understanding of Science* 1: (1992): 281-304.