

Les usages sociologiques du numérique

Quelques pistes de réflexions avant de mettre en œuvre une enquête à partir des réseaux sociaux

Christophe Gobbé – UCA

Séminaire d'épistémologie – L3 sociologie

Introduction

Confinement oblige, mais pas seulement, nous sommes de plus en plus amenés à utiliser les réseaux sociaux pour mener des recherches. D'abord parce que ces réseaux sociaux constituent en eux-mêmes des espaces de la vie sociale à analyser ; ensuite parce que ces réseaux donnent accès à une multitude d'informations qui peuvent être fructueuses dans le cadre d'une recherche sociologique ; enfin la crise sanitaire de 2020 a conduit nombre de sociologues à proposer une réflexion sur la manière dont les acteurs s'approprient l'espace numérique (ex. le réseau thématique sociologie du sport de l'Association Française de Sociologie organise en avril prochain un colloque sur le thème : « les usages sportifs du numériques »). Nouvelles pratiques, nouvelles formes de communication, nouvelles formes de mise en scène de soi, nouveaux *business models*, le risque serait certainement de tomber dans le piège du « tout nouveau » ou du « rien de nouveau » sans se demander ce que ces nouveaux usages ont vraiment inventé. Par ailleurs ces nouveaux outils interrogent sur ce qu'il est possible – et nécessaire – de transposer des modes habituels d'investigation sociologique et les questions qu'il convient de se poser dans un univers un peu différent. Questions méthodologiques, bien entendu, mais rien n'est véritablement interdit : on sait depuis Merton que c'est la sérendipité¹ qui prévaut dans ce domaine pour peu qu'on prenne le soin d'un travail réflexif sur la démarche mise en œuvre. Questions épistémologiques également car le monde numérique n'est pas tout à fait le même que le monde ordinaire. Lorsqu'une discipline investit un nouvel espace, elle doit se questionner sur ses modalités de mise en œuvre, et sur la définition même de cet espace, ce qui n'est jamais une évidence. Par exemple, on parle de « communautés Internet » mais le terme a-t-il réellement à voir avec l'usage habituel du mot « communauté » ? On sait les polémiques théoriques qui ont pu exister autour des questions des « tribus »² par exemple ; on peut

¹ MERTON Robert K., « Le modèle de la sérendipité », *Temporalités*, trad. Keda Black et trad. Arnaud Saint-Martin, , n° 24, 29 décembre 2016.

² MAFFESOLI Michel, *Le temps des tribus : Le déclin de l'individualisme dans les sociétés postmodernes*, 3e éd., Paris, La Table Ronde, 2000.

raisonnablement supposer un débat encore plus vif autour des « communautés virtuelles » en questionnant ce qu'il y a de véritablement commun entre ceux qui se retrouvent sur ces espaces. Questions éthiques, enfin : l'espace numérique est aussi un espace a priori de convivialité, de confidentialité, d'échange, régi par une loi économique sous-jacente omniprésente : Bourdieu avait montré au sujet du marché de l'art qu'il n'y a pas plus mercantile qu'un espace économique qui ne se dit pas³ ; de la même façon, derrière l'ensemble des réseaux sociaux, il y a des systèmes de filtrages qui visent à accroître l'efficacité d'un modèle économique. La gratuité apparente de certains espaces virtuels cache une finalité omniprésente qui est d'en accroître l'efficacité financière, c'est-à-dire le profit⁴. Par ailleurs, le contrôle et la mise à disposition d'informations qui ne nous sont pas destinées posent des questions sur la construction de ces informations mais aussi sur leur usage scientifique : que faire par exemple d'images à destination privée et qui pourtant sont collectivement accessibles ? Dans le cas d'une recherche indigène, le chercheur est tiraillé par un sentiment de trahison vis-à-vis d'un univers qui lui est familier⁵, ou des remords vis-à-vis d'acteurs avec lesquels il a créé des liens⁶. Ce sentiment est encore plus fort certainement lorsque l'on se fait l'observateur invisible, mais aussi indiscret – pour ne pas dire voyeur – d'un groupe d'individus qui se donnent à voir dans un espace public en oubliant parfois que cet espace est justement public.

Par conséquent, il y a des questions à se poser pour faire un bon usage sociologique de ces réseaux sociaux. C'est donc l'objet de cette intervention qui sera divisée en 2 parties. Une première partie portera sur des considérations générales sur l'espace numérique, quelques apports – non exhaustifs – sur la définition et la typologisation des espaces virtuels et des propositions d'un bon usage de ces espaces ; une seconde partie, plus illustrative, reposera sur un travail mené sur la manière dont les femmes pratiquantes d'aikibudo au Maroc se mettent en scène sur les réseaux sociaux.

³ BOURDIEU Pierre, « La production de la croyance : contribution à une économie des biens symboliques », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 13, n° 1, 1977, p. 3- 43.

⁴ VERCHÈRE Raphaël, *Philosophie du triathlon*, Le Crest, Les éditions du Volcan, 2020.

⁵ SORIGNET Pierre-Emmanuel, *Danser*, Paris, La Découverte, 2012.

⁶ BEAUCHÈZ Jérôme, *L'empreinte du poing. La boxe, le gymnase et leurs hommes*, Paris, EHESS, 2014.

Première partie : Les enjeux de définition et de typologisation

1. « Communautés virtuelles » : les apories d'un concept valise

Dans un texte célèbre, Pierre Bourdieu explique que l'un des enjeux d'un champ est la définition même de ce champ⁷. L'un des enjeux des réseaux numériques est la définition même de ces réseaux. Dans la littérature scientifique, c'est le chercheur américain Howard Rheingold qui a été l'un des premiers à parler de *communautés virtuelles* comme des

« groupements sociaux qui émergent du Web quand suffisamment d'individus mènent des discussions publiques assez longtemps, et avec suffisamment de sentiments humains afin de constituer des réseaux de relations personnelles dans l'espace virtuel. »⁸

Le problème de cette définition est triple : d'abord elle émerge à l'époque où l'usage d'Internet est encore balbutiant et ne rend pas compte ensuite, des plateformes multiples qui se sont développées depuis et dont les finalités, les modalités de financement et les organisations se sont largement diversifiées et structurées. Enfin, elle repose sur deux termes, « communautés » et « virtuelles » qui peuvent faire polémique ou qu'il convient de questionner.

Le mot « communauté » renvoie à Ferdinand Tönnies (1855-1936) qui décrit dans son livre *Communauté et société*⁹ le passage d'une organisation sociale fondée sur le sang, l'affection, le respect et la crainte de la communauté traditionnelle, à un ordre rationnel fondé sur le contrat et l'intérêt, la *société*. La communauté serait donc la structure sociale élémentaire des organisations sociales traditionnelles, ou, si l'on se situe dans une perspective sociohistorique, prémoderne : elle renverrait donc à un lien social fondé sur un commun, des valeurs, des idées, des centres d'intérêts. D'autres auteurs, Weber¹⁰, Huizinga¹¹, Theweleit¹², ont questionné les formes d'organisations

⁷ BOURDIEU Pierre, « Quelques propriétés des champs », *Questions de sociologie*, Paris, Minuit, coll. « Le sens commun », 1984, p. 113- 120.

⁸ RHEINGOLD Howard, *The virtual community : homesteading on the electronic frontier*, New York, Harper Collins, 1993, p. 3.

⁹ TÖNNIES Ferdinand, *Communauté et société*, Paris, Retz, coll. « Les classiques des sciences humaines », 1977.

¹⁰ WEBER Max, *Les communautés*, Paris, La Découverte, 2019.

¹¹ HUIZINGA Johan, *Incertitudes : Essai de diagnostic du mal dont souffre notre temps*, Paris, Vrin, 2003.

¹² THEWELEIT Klaus, *Male Fantasies*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1987.

communautaires, notamment les communautés masculines du début du XXe siècle. Néanmoins, la promotion du terme « communautés » ou « tribus »¹³ durant les années 1980-90 est une rupture avec les sociologies héritées du marxisme et reposant sur l'existence même de rapports sociaux de domination. Dans un monde fluide, liquide¹⁴, postmoderne, on recréerait des identités discrétionnaires en édifiant des groupes, par-delà les classes sociales, fondés sur des centres d'intérêts communs. En se basant sur les travaux de Michel Freitag¹⁵, Olivier Bernard postule par exemple que l'identité est

« à la jonction de deux processus intimement liés : elle est “ce dans quoi” l'individu se reconnaît et “ce dans quoi” les autres le reconnaissent. L'identité est une construction sociale et l'individu a toujours en principe une pluralité d'identités, socialement et subjectivement définies. Chacune d'elle est une fonction sociale, intériorisée sous la figure d'un “personnage” par l'assomption singulière de la reconnaissance reçue des autres. »¹⁶

Ainsi, chacun de nous construirait une pluralité d'identités, au gré des choix – d'où le terme discrétionnaire – pour peu qu'on se reconnaisse et que l'on soit reconnu dans un espace déterminé. Les réseaux sociaux – sur lesquels O. Bernard a beaucoup travaillé par la suite –, constitueraient alors des espaces opportuns pour forger une image de soi. De tels postulats oublient peut-être un peu trop les déterminants sociaux qui président à ces choix et l'homophilie sociale qui caractérise des espaces prétendus hétérogènes. On devine néanmoins que de telles approches, dans un contexte où la sociologie française était largement dominée par la théorie bourdieusienne – bourdivine comme disent certains – ont rapidement fait débat : qu'y a-t-il de véritablement commun entre les membres de ces communautés virtuelles ?¹⁷

Par ailleurs, le virtuel est devenu, au moment de l'émergence des technologies de l'Internet, un concept valise qu'on se dispense souvent de définir. En 1995, le philosophe et sociologue Pierre Lévy¹⁸ entreprend une définition de ce terme : le mot *virtuel* vient de *virtualis*,

¹³ MAFFESOLI Michel, *Le temps des tribus*, op. cit.

¹⁴ BAUMAN Zygmunt, *La vie liquide*, Paris, Fayard/Pluriel, 2013.

¹⁵ FREITAG Michel, *L'oubli des sociétés*, Québec / Rennes, Presses de l'Université de Laval / Presses Universitaires de Rennes, 2002.

¹⁶ BERNARD Olivier, « Les arts martiaux de la région de Québec : milieux de socialité et groupes de référence identitaire », *Aspects sociologiques*, vol. 27, n° 1, août 2010, p. 148-149.

¹⁷ Pour autant, ces approches présentent l'intérêt de souligner la multi-appartenance des individus et renvoient à des considérations que Simmel avait déjà pointées, à savoir le rôle de l'individu dans les processus de *sociation*, et les tensions qui découlent de la multi-appartenance (SIMMEL Georg, *Sociologie. Études sur les formes de la socialisation*, 2e édition., Paris, PUF, 2013).

¹⁸ LÉVY Pierre, *Qu'est-ce que le virtuel ?*, Paris, La Découverte, 1995.

virtus, c'est-à-dire « ce qui n'est qu'en puissance, ce qui n'est pas là, ce qui est immatériel, par opposition à l'actuel ». Le processus d'actualisation consiste en la mise en œuvre du virtuel, d'une virtualité, d'une potentialité. Ainsi, contrairement au possible qui est du réel qui n'existe pas (ou pas encore), le virtuel, pour devenir possible, suppose une actualisation – une mise en actes –, des innovations qui le rendraient possible. Si j'écris un manuscrit qui est sur mon bureau en attente son éditeur, c'est du possible. Il est en attente d'une réalisation possible qui le rendra réel. Si je conçois un langage informatique, il ne trouvera une forme d'actualisation, de mise en acte, que si ce concept général est transformé en quelque chose qui lui donne une existence tangible, pour qu'un consommateur ou une entreprise puisse l'utiliser. Pierre Lévy précise :

« En amont, la rédaction d'un logiciel, par exemple, traite un problème de façon originale. Chaque équipe de programmeurs redéfinit et résout différemment le problème auquel elle est confrontée. En aval, l'actualisation du logiciel en situation d'utilisation, par exemple dans un collectif de travail, disqualifie certaines compétences, fait émerger d'autres fonctionnements, déclenche des conflits, débloque des situations, instaure une nouvelle dynamique de collaboration... Le logiciel porte une virtualité de changement que le groupe – mû lui aussi par une configuration dynamique de tropismes et de contraintes – actualise de manière plus ou moins inventive. »¹⁹

Plus loin il ajoute :

« Après avoir défini la virtualisation dans ce qu'elle a de plus général, nous allons aborder maintenant une de ses principales modalités : le détachement de l'ici et maintenant. Comme nous le signalions en commençant, le sens commun fait du virtuel, insaisissable, le complémentaire du réel, tangible. Cette approche contient une indication à ne pas négliger : le virtuel, bien souvent, "n'est pas là". L'entreprise virtuelle ne peut plus être située précisément. Ses éléments sont nomades, dispersés, et la pertinence de leur position géographique a fortement décliné. »²⁰

Une communauté virtuelle est une communauté qui a un potentiel d'existence – encore faudrait-il qu'elle donne lieu à une forme d'actualisation – mais qui n'est pas là. Il serait donc insidieux et non approprié de considérer qu'il s'agit d'entités sociales tangibles qui se substituent aux entités sociales « réelles » – les groupes sociaux.

¹⁹ Pierre Lévy, <http://hypermedia.univ-paris8.fr/pierre/virtuel/virt1.htm>.

²⁰ *Ibid.*

On voit donc la nécessité de ne pas confondre le virtuel et le réel²¹ même si, comme l'a montré Raphaël Verchère à propos du sport, l'usage du numérique s'étend et se substitue parfois au réel – notamment ce qu'il nomme l'hypercorps et l'hypersport pour qualifier les pratiques physiques hyperconnectées où le feedback permis par l'outil numérique se substitue à celui éprouvé par le corps propre²². Pour autant, s'agit-il encore, là, de *virtuel* ? On sent bien que ce qu'on qualifiait comme tel au début des années 1990 a connu une forme d'actualisation et que la frontière entre l'immatérialité du virtuel et la matérialité de l'actuel est de plus en plus floue. Pour preuve, ces communautés dites virtuelles ne se limitent pas à des groupes sur des réseaux numériques : elles s'actualisent, pour certaines, par des rencontres en face à face et se constituent en groupes de pressions ou en événements. On peut citer pour exemple la manière dont s'organisent les manifestations des gilets jaunes ou les *free parties* qui partent d'échanges numériques qui s'actualisent en manifestations collectives.

2. Définition et classification de Porter

Par conséquent, il est nécessaire de sortir d'une conception simpliste de la « communauté virtuelle » comme groupe qui n'existerait que sur les réseaux numériques et de chercher à en préciser les contours. La chercheuse américaine Constance Elise Porter qui en a proposé une typologie permettant de mieux appréhender la diversité de ces entités.

Selon elle :

« Une communauté virtuelle est définie ici comme une agrégation d'individus ou de partenaires commerciaux qui interagissent autour d'un intérêt commun, où l'interaction est au moins partiellement soutenue et/ou médiée par la technologie et guidée par certains protocoles ou normes. »²³

²¹ On pourra, pour les plus curieux, sur les approches constructivistes de la réalité et notamment la lecture stimulante des écrits de Paul Watzlawick (Par exemple WATZLAWICK P. (dir.), *L'Invention de la réalité. Contributions au constructivisme*, Paris, Points, 1996).

²² VERCHÈRE Raphaël, *Philosophie du triathlon*, op. cit. ; VERCHÈRE Raphaël, « Les innovations technologiques dans le sport enrichissent-elles l'expérience corporelle ? », *Corps*, n° 14, 2016.

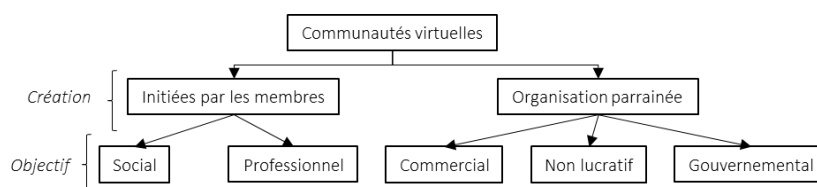
²³ PORTER Constance Elise, « A Typology of Virtual Communities: A Multi-Disciplinary Foundation for Future Research », *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 10, n° 1, 23 juin 2006.

Pour l'auteure, cette définition comporte plusieurs avantages :

- Elle est inclusive et ne tient pas uniquement compte des regroupements d'individus : elle inclut les groupes initiés par des entreprises, des institutions non lucratives ou des gouvernements ;
- Elle reconnaît le fait que ces communautés peuvent être totalement virtuelles – elles n'ont dans ce cas qu'une existence sur le Web –, ou partiellement virtuelles, c'est-à-dire qu'elles permettent également des rencontres en face à face ;
- Le virtuel inclut ici les nouveaux modes de connexion apparus au cours des années 2000, notamment les Smartphones ;
- Enfin elle tient compte de l'importance des « rôles, protocoles, politiques et/ou normes », notions restées souvent absentes tant que les communautés virtuelles ont été étudiées presque exclusivement par les sciences de la communication. Or si on veut en faire une étude sociologique ou anthropologique, il faut bien les considérer comme des formes institutionnelles, et donc s'interroger sur les modalités formelles et informelles qui les régissent.

À partir de cette définition, Porter propose la typologie suivante des communautés virtuelles :

Document 1 : Typologie des communautés virtuelles selon Porter²⁴



Au-delà d'une classification des diverses formes de communautés virtuelles que l'on peut rencontrer, cette typologie a l'avantage de nous rendre attentifs à une première série de questions qui, du point de vue sociologique, sont particulièrement intéressantes. Au premier niveau, cette classification questionne les modalités de création de la communauté : a-t-elle été initiée par les acteurs eux-mêmes ? ou a-t-elle été parrainée – voire financée – par une institution ? Les modalités de mise en œuvre questionnent de fait les modes de régulations : si un groupe de parole a été initié par un gouvernement, on va de fait s'interroger sur son caractère normatif ou les objectifs politiques sous-jacents. Autre exemple : il existe un réseau social initié par l'Institut de l'entreprise qui est un *think tank* proche du Medef. Cette organisation

²⁴ *Ibid.*

a mis en place un site Internet, Melchior, qui propose des cours de sciences économiques et sociales à destination des lycéens mais aussi des professeurs de SES. Melchior est apparu au début des années 2000, quand toute une polémique a fait rage contre les enseignants de SES accusés de professer un enseignement trop orienté à gauche et insuffisamment axé sur le monde de l'entreprise. Dès lors, faire une enquête sur les usagers de Melchior et de son contenu nécessite de resituer la création de ce site, organisé pour partie en réseau – avec un FAQ, une page Tweeter, etc. – et de s'intéresser au projet initial et aux acteurs parties prenantes, sans prendre ce qui est affiché sur le site pour argent comptant (c'est notre rôle de sociologues, lever les voiles !)²⁵.

Le second niveau de la classification de Porter nous invite à réfléchir sur les objectifs des communautés observées. L'auteure précise :

« Au deuxième niveau de la typologie, les communautés virtuelles sont classées en fonction de l'orientation générale des relations de la communauté. L'orientation relationnelle (objectif) fait référence au type de relations entretenues entre les membres de la communauté. Les communautés initiées par les membres favorisent les relations sociales ou professionnelles entre les membres. Les communautés parrainées par une organisation favorisent les relations à la fois entre les membres (par exemple, les clients, les employés) et entre les membres individuels et l'organisation qui les parraine. »²⁶

Quelles sont les raisons d'être de ces communautés ? Là encore, on ne peut pas faire l'économie de cette question d'autant que les modèles économiques reposent soit sur la promotion commerciale (Facebook est en réalité un énorme écran publicitaire) et/ou sur le recueil d'informations concernant les utilisateurs à des fins commerciales (chaque fois que nous autorisons les *cookies*). De la même façon, les communautés virtuelles créées par des organisations à but non lucratif servent des objectifs de promotion, voire de marché – il y a eu une professionnalisation et une marchandisation de l'offre associative²⁷ -

²⁵ On voit ici que le cadre théorique que je vous ai présenté dans un autre séminaire à partir du travail que nous avons publié avec Bastien Soulé sur la sociologie de la traduction peut constituer un outil particulièrement adéquat pour considérer la problématique en arrière-plan de la constitution d'un réseau, mais aussi les mécanismes d'intéressements et d'enrôlement qui sont à l'œuvre. Voir GOBBÉ Christophe et SOULÉ Bastien, « Examen sociologique d'une « innovation martiale » : l'exemple de l'aikibudo », *SociologieS*, octobre 2020.

²⁶ PORTER Constance Elise, « A Typology of Virtual Communities », *op. cit.*

²⁷ LAVILLE Jean-Louis et SAINSAULIEU Renaud, *L'association: sociologie et économie*, Paris, Pluriel, 2013.

dans un univers qui, derrière le voile du bénévolat et de la philanthropie, est extrêmement concurrentiel.

Ainsi, toute typologie n'a jamais vocation à décrire une réalité pure et il existe bien entendu des communautés virtuelles hybrides : dans le domaine du sport et des loisirs, les réseaux sociaux sont souvent une forme d'hybridation entre des communautés initiées par des individus, qui ont pour but premier de maintenir des relations sociales, et, en arrière-plan de ces communautés, des organisations, des décideurs, des responsables associatifs. Il y a alors des ponts entre l'espace privé fondé sur les interactions interindividuelles et les sites institutionnels. Par exemple, si l'on considère la communauté virtuelle que constitue le réseau de pratiquants d'aikibudo, il faut tenir compte des pages des pratiquants eux-mêmes – identifiables la plupart du temps par un avatar en lien avec cette pratique – en lien pour échanger, partager, s'informer, ou se surveiller mutuellement – nos amis virtuels ne sont pas toujours nos amis réels –, et des pages Facebook créées par des décideurs, membres de la direction de la fédération, ou encore les pages des clubs, des comités régionaux ou celle de la fédération. Néanmoins, et justement, cette typologie permet de mettre en lumière cette hybridation et la confusion des objectifs qui peuvent être relationnels *et* promotionnels. Ce sont là autant d'éléments qu'il faut objectiver lorsqu'on étudie une communauté virtuelle.

3. Comment étudier les communautés virtuelles ?

a. Les attributs des communautés virtuelles

Dans la seconde partie de son article, Porter propose des pistes d'analyse des communautés virtuelles à partir de leurs attributs. Pour cela, elle propose de les caractériser à partir de ce qu'elle nomme les « 5 P » :

« 1. *Purpose* - Objet (contenu de l'interaction) - Cet attribut décrit l'objet spécifique du discours, ou le contenu central de la communication, parmi les membres de la communauté.

2. *Place* - Lieu (étendue de la médiation technologique de l'interaction) - Cet attribut définit le lieu de l'interaction, où l'interaction se produit soit complètement virtuellement, soit seulement partiellement virtuellement.

3. *Platform* - Plateforme (conception de l'interaction) - Cet attribut fait référence à la conception technique de l'interaction dans la communauté virtuelle, où les conceptions permettent une

communication synchrone, une communication asynchrone ou les deux.

4. *Population* - Population (modèle d'interaction) - Cet attribut fait référence au modèle d'interaction entre les membres de la communauté tel que décrit par la structure du groupe (par exemple, petit groupe ou réseau) et le type de liens sociaux (par exemple, fort, faible, stressant).

5. *Profit Model* - Modèle de profit (retour sur l'interaction) - Cet attribut indique si une communauté crée une valeur économique tangible, la valeur étant définie comme la génération de revenus. »²⁸

En partant de ces caractéristiques, on peut tracer des premières pistes d'analyse sociologique de la communauté observée :

- Quels sont ses objectifs dont on a vu plus haut les enjeux ?
- Quels sont les lieux des interactions ? Est-ce uniquement virtuel, impersonnel, anonyme ? Ou y a-t-il également des interactions en visu qui impliquent un degré d'engagement et d'identification plus fort des personnes ? Lorsque les interactions sont totalement anonymes, on peut tricher sur son identité. Lorsqu'on est dans une communauté hybride, cela devient plus difficile.
- Quel est le type de plateforme et de support et quel type d'interactions il permet ?
- Quelle est la population concernée ?
- Quels sont les enjeux économiques sous-jacents ?

Il y a là de fait un ensemble d'informations intéressantes qui permettent de décrire la communauté virtuelle étudiée comme on décrirait, dans tout travail sociologique, la population ou le terrain où l'on mène notre enquête.

b. La netnographie : proposition d'une méthodologie d'enquête sur le Web.

Le chercheur américain Robert Kozinets, dans sa thèse soutenue en 1995, a été le premier à utiliser le terme de *netnographie*, combinaison de Network et ethnographie²⁹. Bien que non publié en français, ses travaux font office de référence quant à la méthode à mettre en œuvre

²⁸ PORTER Constance Elise, « A Typology of Virtual Communities », *op. cit.*

²⁹ KOZINETTS Robert, *Netnography: doing ethnographic research online*, London, Sage Publications, 2009.

pour étudier des réseaux sociaux ou des communautés virtuelles. Cette méthode est organisée en 6 étapes :

1. Définition du sujet de recherche
2. Identification des communautés cibles
3. Collecte d'information
4. Interprétation
5. Garantir les normes éthiques
6. Présentation des résultats de la recherche

Nada Sayarh, qui a fait sa thèse sur les communautés en ligne regroupant les personnes souffrant d'obésité, a proposé une synthèse de la démarche de Kozinets en montrant les avantages, notamment pour des « sujets sensibles »³⁰. En effet, les communautés virtuelles peuvent proposer un espace anonyme (distance physique, utilisation de pseudonyme, etc.)

« offr[ant] une sécurité pour s'impliquer dans des domaines et discuter de sujets dont le partage est difficile en face à face [...]. Ceci peut se faire sans conséquence sociale car derrière leurs ordinateurs, les personnes sont désinhibées de tout biais et stéréotype provenant de la société »³¹.

Elle propose ensuite des éléments de comparaisons entre l'ethnographie classique, *in situ*, et la netnographie, en s'appuyant, là encore, sur les travaux de Kozinets :

³⁰ L'expression peut certainement s'appliquer autant aux sujets-individus qu'aux sujets-thématiques.

³¹ SAYARDH Nada, « La netnographie : mise en application d'une méthode d'investigation des communautés virtuelles représentant un intérêt pour l'étude des sujets sensibles », *Recherches Qualitatives*, vol. 32, n° 2, 2013, p. 229.

Document 2 : Différences et similarités entre netnographie et ethnographie³²

	Méthode	Objet de recherche	Chercheur
Similarités	Méthodes flexibles, adaptables au contexte culturel.	Le sens, les pratiques et les structures d'un groupe social particulier.	Doit avoir un bon niveau de compétences afin de collecter et interpréter les données.
	Se base sur la compréhension du phénomène propre et spécifique à la communauté étudiée (connaissance enracinée dans les faits).	Focalisation sur le comportement des consommateurs.	Observe discrètement les comportements naturels.
	Préconise l'interprétation métaphorique, herméneutique et analytique des données.	Sa compréhension en profondeur nécessite la fréquentation de la communauté pendant plusieurs mois.	Doit faire preuve de réflexivité, de rigueur et de perspicacité.
			Ses intérêts et compétences influencent les résultats.
Spécificités de l'ethnographie	Lourde en temps et en investissement personnel.	Orienté sur le marché.	Présence physique dans le contexte recherché.
	Intrusive.	Le discours et les comportements	Participation dans la culture étudiée.
		Vérification des résultats par les sujets très onéreuse.	
Spécificités de la netnographie	Plus simple et consomme moins de temps.	Orienté sur le virtuel. Discours textuel.	Pas de limitation physique sur sa présence.
	Non intrusive.	Vérification des résultats par les sujets facilement accessible.	Participation optionnelle.

Ainsi, on peut voir qu'il y a des similitudes sensibles entre une recherche effectuée *in situ* et une autre effectuée sur le net. On voit en outre que celles-ci posent des questions assez classiques sur le positionnement du chercheur, la régularité des informations recueillies et le temps nécessaire à une connaissance approfondie du terrain, l'interprétation de ces éléments, les processus de saturation et de validation des données. On voit également que les enquêtes sur le net comportent certains avantages : l'accès facilité au terrain, la possibilité d'une enquête à distance, des interactions facilitées avec les sujets observés, etc.

En temps de confinement, on voit donc les intérêts d'un tel type d'enquête même s'il ne faut pas perdre de vue deux éléments : d'une

³² *Ibid.*, p. 230.

part le choix du terrain doit toujours se justifier par la question posée – dans le cas de Nada Sayardh, il s’agit d’étudier l’utilisation par les personnes en surpoids d’un espace d’interactions qui échappe, a priori, aux formes habituelles de discrimination et de stigmatisation ; d’autre part le travail d’observation doit être prolongé par des échanges – à distance ou en visu – mettant en lumière l’écart entre la dimension performative de l’utilisation des réseaux sociaux – comment on se met en scène et on se construit une identité spécifique, un avatar, dans l’espace virtuel – et les modes de justification, l’analyse réflexive que les individus ont de la façon dont ils prennent part au fonctionnement de ces espaces.

Enfin Nada Sayarh propose 8 types de communautés virtuelles qui, si elles ont une portée moins analytique que la classification proposée par Porter, permettent d’éclairer le lecteur d’une étude sur le terrain sur laquelle elle porte.

Document 3 : Types de communautés virtuelles³³

Boards	Aussi appelés <i>newsgroups</i> , <i>usegroups</i> , <i>Usenet groups</i> ou forums. Les participants mettent en ligne des messages et d’autres y répondent de manière asynchrone.
Réseaux sociaux	L’interaction se base sur des liens sélectifs entre les individus.
Listes de diffusion	Ce sont des listes d’adresses de courriel qui réunissent plusieurs personnes autour d’un thème à intérêt commun.
Espaces de jeux	Environnements virtuels où l’interaction sociale se fait à travers des jeux de rôles ou des jeux virtuels.
Espaces de messagerie instantanée	Des endroits virtuels où une ou plusieurs personnes se rencontrent virtuellement et interagissent de manière synchrone.
Blogues	Type de page Web mis à jour de manière régulière par son auteur.
Sites audiovisuels	Les participants partagent et commentent le contenu audio et visuel mis en ligne par d’autres participants.

Dans la suite de son article, en s’inspirant largement des travaux de Kozinets, l’auteure propose une démarche netnographique en insistant sur le fait que l’analyse des communautés virtuelles ne doit pas se réduire à une simple analyse des contenus mais vise « une compréhension profonde du groupe social investi, laquelle devient

³³ *Ibid.*, p. 233.

possible grâce à l'utilisation de la description dense (*thick description*) (Geertz, 1973). »³⁴

La première étape de la netnographie est ***l'entrée*** sur le terrain. L'auteure insiste sur la question de recherche qui guide le choix de la communauté étudiée. Elle repose sur un travail exploratoire qui permet de sélectionner judicieusement le terrain. Tout comme dans une recherche classique, le journal de terrain permettra de relever les éléments qui ont déterminé ces choix et de proposer un récapitulatif des démarches engagées jusqu'à retenir une communauté virtuelle spécifique.

La deuxième étape est ***le recueil des données***. Il s'agit de relever les échanges et les interactions. Le support écrit facilite ce recueil qui peut être restitué dans un document Word. Néanmoins, l'auteure précise que la date, le contexte, la structure des échanges (qui répond à qui ? et quand ?) sont autant d'éléments sur lesquels il faut porter son attention dans cette étape. Elle doit permettre progressivement de circonscrire la structure du réseau, par des éléments quantitatifs : fréquences des publications, arborescence des messages, classification hiérarchique des membres prenant part aux interactions³⁵.

La troisième étape est ***l'analyse des données et leur interprétation***. Les communautés virtuelles permettent d'observer des interactions dans un espace spécifique. Ces interactions ont une forme (images, textes, smileys, etc.) qui a du sens, et un contenu particulier. L'analyse du contenu ne doit donc pas se réduire uniquement à ce qui est dit, mais également à la manière dont c'est dit, avec quel support. Autrement dit, l'analyse de la *situation* – au sens où l'entend Goffman³⁶

³⁴ *Ibid.*, p. 232.

³⁵ MERCKLÉ Pierre, *Sociologie des réseaux sociaux*, 3^e éd., Paris, La Découverte, coll. « Repères », 2016, p. 21 et suiv. (Chp. II).

³⁶ Le terme « situation » renvoie à deux grands modèles théoriques déjà étudiés : l'interactionnisme goffmanien qui considère qu'il y a situation dès lors que deux ou plusieurs individus sont en co-présence ou en interaction. Selon Goffman, il suffit qu'un individu entre dans la pièce où nous sommes pour que nous modifions nos comportements. Il y a donc, dès lors, interaction (GOFFMAN Erving, *La mise en scène de la vie quotidienne 1 : La présentation de soi*, Paris, Minuit, coll. « Le sens commun », 1973). La seconde approche est celle proposée par Boltanski et Thévenot selon lesquels la coprésence d'individus dans un même espace ne suffit pas à définir une situation. Une situation, au sens où l'entendent les auteurs, naît dès lors qu'il y a un impératif de justification. Si un cycliste et un promeneur sont dans une même forêt, cela ne suffit pas à faire une situation ; si le cycliste fait tomber le promeneur, l'un et l'autre devront se justifier : le cycliste ne roulait-il pas trop vite ? Le promeneur ne marchait-il pas sur une voie réservée aux vélos ? Se poseront une série de questions par lesquelles naît véritablement, selon les auteurs, une situation au sens où ils l'entendent (BOLTANSKI Luc et THÉVENOT Laurent, *De la justification : les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard, 1991).

– est une partie intégrante de l'analyse du contenu permettant justement ce que Clifford Geertz³⁷ a appelé la **description dense** : comprendre le sens de l'usage d'une forme de communication ou d'interaction plutôt qu'une autre. Pour cela, il faut, comme dans une ethnographie classique, accumuler des éléments d'information pour progressivement, par un processus itératif, c'est-à-dire répétitif, en saisir tous les aspects. On peut dès lors passer d'une **classification émique** – c'est-à-dire les modes de pensée des acteurs – à une **classification étique**, c'est-à-dire une interprétation et une classification qui est celle du chercheur. Celle-ci permet de mieux comprendre le fonctionnement d'une communauté virtuelle. Pour cela, la multiplication des observations et des interactions est nécessaire et permet de conduire le chercheur au **processus de saturation**³⁸.

La quatrième et dernière étape proposée par Nada Sayarh est **la validation par les participants et éthique de la démarche**. Cette étape pose deux questions qui, une fois encore, ne sont pas différentes de celles que l'on se pose dans une ethnographie classique. D'une part l'interprétation proposée par le sociologue fait-elle sens pour les personnes observées ? Présenter ses résultats et les confronter au regard des enquêtés est, selon l'auteure, une façon de « faire preuve de transparence »³⁹. C'est aussi la possibilité d'une critique de la part des acteurs eux-mêmes qui peuvent plus ou moins se retrouver dans l'interprétation proposée. Cette étape doit éviter deux écueils : se laisser dicter l'interprétation par les acteurs eux-mêmes ; rester sourd à leurs remarques qui peuvent permettre d'affiner l'analyse et d'aller plus loin. On voit alors l'intérêt d'un prolongement par des entretiens, plus ou moins formels, et la prise en compte des commentaires que les acteurs peuvent faire de la lecture proposée du terrain que l'on a observé. Mais, mécaniquement, cette opportunité dépend du degré de participation de l'observateur dans les interactions. L'intérêt de la participation est qu'elle permet cette confrontation ; mais le risque est la tentative d'instrumentalisation dont on est protégé lorsqu'on est un observateur anonyme. À l'opposé, l'observation totalement extérieure des communautés virtuelles permet de se protéger des pressions ou des cas de consciences vis-à-vis d'individus dont on a pu partager une

³⁷ GEERTZ Clifford, « La description dense. Vers une théorie interprétative de la culture », *Enquête*, n° 6, 1998, p. 73- 105.

³⁸ « Nous avons atteint le niveau de saturation quand les nouvelles données produites par la communauté se sont facilement intégrées dans les catégorisations et les codes que nous avons définis. C'était une indication que le processus d'analyse a permis de comprendre et de cerner l'ensemble du phénomène étudié et que la collecte des données pouvait être arrêtée. » (SAYARDH Nada, « La netnographie : mise en application d'une méthode d'investigation des communautés virtuelles représentant un intérêt pour l'étude des sujets sensibles », *op. cit.*, p. 240).

³⁹ *Ibid.*, p. 236.

partie du quotidien ; mais, elle empêche l'approfondissement de la recherche par ce partage de l'expérience et l'intimité que l'on peut créer avec les enquêtés. On retrouve alors les interrogations que suscite classiquement le degré d'engagement du chercheur sur le terrain⁴⁰. Se pose également, et d'autre part, une seconde question qui relève de l'éthique du chercheur. Quelles règles s'est-il fixées quant à la transparence de son observation et de son positionnement vis-à-vis de ses enquêtés ? Cela renvoie également aux aptitudes réflexives que l'on accorde aux acteurs (agents ? actants ? acteurs ?) eux-mêmes⁴¹ et à l'horizontalité / la verticalité de la relation entre enquêteur et enquêté.

Conclusion de la première partie

Cette première partie n'a pas vocation à présenter de façon exhaustive les travaux sur les communautés virtuelles ; en revanche, en relevant quelques éléments de méthodologie puisés dans la littérature, elle permet de voir en quoi la mise en œuvre de ces méthodes constitue autant d'opportunités de questionnement sociologique : de quels acteurs s'agit-il ? quels sont les enjeux sous-jacents de l'espace étudié ? pourquoi étudier ce terrain plutôt qu'un autre ? quelles sont les formes d'interactions ? quel sens ont-elles pour les acteurs ? et comment les interpréter d'un point de vue sociologique ? En ce sens, la netnographie constitue en soi une démarche sociologique ou ethnographique, pour peu que l'on ne fasse pas l'économie d'un ensemble de questions qui font les traits particuliers d'une enquête sociologique. Nous n'en avons exposé ici que quelques-uns.

⁴⁰ SOULÉ Bastien, « Observation participante ou participation observante ? Usages et justifications de la notion de participation observante en sciences sociales », *Recherches qualitatives*, 27(1), 2007, p. 127- 140.

⁴¹ Voir le débat que nous avons vu en cours de sociologie du sport sur cette question entre Wacquant et Beauchez. Cela renvoie également à l'opposition entre la sociologie bourdieusienne qui présuppose une frontière tangible entre le chercheur en situation de *scholè* et l'enquêté pris dans l'*illusio* et la sociologie pragmatique qui confère à tous des aptitudes minimales de réflexivité.