

Les communautés en ligne : échanges de fichiers, partage d'expériences et participation virtuelle

*Michel Gensollen*¹

Le développement rapide des technologies de l'information et de la communication (TIC) et en particulier la mise en réseau de tous les ordinateurs, transforment les équilibres économiques dans le domaine des industries de la culture. Pour aborder cette question de façon concrète, on présente le cas des communautés en ligne qui se développent actuellement sur le web. On évoquera, d'une part, les communautés d'échange de fichiers, communautés d'entraide à la bonne franquette où chacun apporte des fichiers numériques pour les partager et, d'autre part, les communautés d'expérience, communautés de recherche à l'aveuglette où les consommateurs potentiels tentent de deviner l'utilité qu'ils tireront des œuvres récentes à partir des avis et critiques de ceux qui les ont déjà utilisées. On caractérise ensuite les mécanismes de participation dans les communautés en ligne, où chacun contribue à la cantonade, sans s'adresser à une personne en particulier mais en écrivant sur une sorte de tableau noir que tout le monde peut consulter à chaque instant. Enfin, à partir de l'observation des communautés en ligne, on tentera de préciser ce que pourrait être une organisation des échanges culturels qui ne serait pas centrée sur un marché d'œuvres. Dans un tel contexte, la politique culturelle consiste principalement à gérer efficacement les nouvelles raretés : l'organisation des corpus, les outils de recherche et d'acculturation, les moyens techniques et les logiciels qui assurent une véritable diversité et une participation de tous. On passe d'une économie de la culture (gestion de biens rivaux rares) à une sorte d'écologie : gestion de lieux d'échange et d'apprentissage, organisation des biens communs que sont les corpus d'œuvres, fourniture des bons algorithmes de recherche et d'acculturation.

1 Le web à la bonne franquette : les communautés d'échange de fichiers

Les technologies de l'information et de la communication permettent de transformer certaines œuvres (la musique enregistrée, les films, les textes, etc.) en fichiers numériques sans perte de qualité pour une utilisation ultérieure. Toutefois ceci n'est possible que dans la mesure où les ménages se sont progressivement équipés d'ordinateurs, de téléviseurs, de home-cinéma, d'imprimantes, de graveurs de CD, de magnétoscopes numériques, etc. Une telle évolution s'inscrit dans le mouvement général d'éclatement de la fonction de production en deux phases, l'une dans le secteur productif, l'autre au domicile des ménages ; ceux-ci achèvent les produits, les adaptent à leurs goûts particuliers et, éventuellement, les rediffusent. Ce qui se passe aujourd'hui dans le domaine culturel est un exemple de la "consommation productive"² : le consommateur produit, à partir des biens et services disponibles sur le marché, les services particuliers qui entrent finalement dans sa fonction d'utilité.

Les œuvres culturelles enregistrées, musique, films, textes, etc. ne sont numériques, ni lors de leur production initiale, ni au moment de leur consommation finale : le flux numérique doit être produit une fois l'œuvre réalisée (ou sur le lieu même de sa production) et ce flux doit être converti en sons, images, textes, etc. pour la consommation finale. Avant la numérisation des contenus, la phase de duplication à coûts réduits était confinée à l'intérieur même du système productif ; le progrès technique changeait les rapports de force entre les différents intervenants : l'imprimerie, le disque, le cinéma, apportaient des gains de productivité considérables mais ne les partageaient que partiellement avec les consommateurs. Ce qui est nouveau avec la numérisation, *c'est que le flux*

¹ ENST, Département Economie, Gestion, Sciences Sociales et Humaines – 46 rue Barrault, 75634 Paris Cedex 13, France – tel. +33 1 45 81 71 93 – michel.gensollen@enst.fr – www.gensollen.net. Une première version de ce texte a été présentée aux "Journées d'économie de la culture

Création et diversité au miroir des industries culturelles" les jeudi 12 et vendredi 13 janvier 2006.

² Références Lancaster, 1966 (Lancaster, Kelvin. 1966. "Change and Innovation in the Technology of Consumption," *American Economic Review*, 56:1/2.).

d'octets se trouve sur le marché et que la duplication sans coût peut être réalisée en dehors du système productif. C'est à une telle situation technique que les éditeurs, diffuseurs et entreprises gestionnaires de droits de propriété intellectuelle veulent échapper par l'introduction de verrous qui interdiraient, dans tous les cas, la copie par les ménages (technique de DRM : *Digital Right Management*).

La mise sur le marché des fichiers numériques n'est que le premier pas d'une évolution technique inéluctable. Après les équipements qui permettent d'enregistrer et de copier les flux numériques, ce sont les équipements de capture et de traitement qui se développeront dans le grand public : caméscopes de qualité professionnelle, logiciels de montage ou de mixage, permettront aux consommateurs de réaliser et de diffuser sur internet des œuvres numériques. Les limites entre les œuvres d'amateurs et les œuvres professionnelles, protégées et intouchables, s'estomperont naturellement et la consommation d'une œuvre ne se comprendra plus sans la possibilité de réemploi, de modification et de rediffusion.

Enfin, on peut imaginer une phase ultérieure où le processus de création du contenu pourra être partiellement automatisé ; des logiciels sophistiqués permettront d'adapter une œuvre aux goûts particuliers de chacun ; l'économie de la culture ressemblera alors à l'économie du logiciel (libre ou propriétaire) et le copyright se confondra à terme avec le brevet.

Quoi qu'il en soit des débats en cours sur la protection du droit d'auteur, dans la suite de cet article, on tentera de préciser les transformations qui pourraient affecter les industries culturelles lorsque les œuvres numériques seront devenues effectivement non-rivales aux plans technique et juridique³. On se placera dans une perspective de long terme et on ne s'intéressera ni à la période de transition, ni aux possibles péripéties de l'affrontement entre les acteurs qui misent sur la transposition des modèles d'affaires antérieurs et ceux qui cherchent à initier de nouvelles logiques de profit. A partir de l'exemple des communautés en ligne, structures adaptées à la culture numérique, on précisera les questions qui vont se poser lors du passage de la valorisation des œuvres et des flux, à celle des savoirs et des stocks.

2 Le web à l'aveuglette : les communautés d'expérience

Les internautes cherchent à l'aveuglette sur le web les informations qui vont leur permettre de localiser les œuvres qu'ils aimeront et dont ils ne connaissent pas encore l'existence.

Dans le domaine de la culture, les communautés en ligne ont considérablement enrichi le bouche à oreille classique. Des communautés d'expérience ou d'échange d'avis, souvent organisées par des distributeurs de biens culturels (livres, disques, DVD, etc.), tels Amazon.com, permettent l'élaboration d'un stock collectif d'informations autour des œuvres. Cette méta-information, élaborée de façon commune, enrichit la critique institutionnelle et les systèmes statistiques de conseil qui utilisent les historiques d'achat.

Les communautés, nouvelle solution aux problèmes posés par les biens d'expérience⁴, traduisent, éventuellement transforment, les représentations sociales de la culture. Elles posent de façon concrète, au travers des outils de présentation des critiques, la question de la qualité des œuvres : celles-ci sont-elles jugées selon des critères différents par chacun (qualité horizontale) ou, au contraire, peut-on définir un critère absolu selon lequel tout le monde devrait classer les œuvres plus ou moins de la même façon (qualité verticale) ?

2.1 Les problèmes posés par les biens d'expérience

Les œuvres culturelles ne sont pas les seuls cas de biens d'expérience, c'est-à-dire de biens dont l'utilité n'est pas observable *ex ante* sur le marché. Diverses solutions ont été imaginées pour résoudre ce problème général ; elles s'adaptent avec plus ou moins d'efficacité aux œuvres culturelles :

³ On dit d'œuvres qu'elles sont non-rivales quand elles peuvent faire l'objet d'une consommation simultanée par plusieurs consommateurs sans que l'accès au bien fasse l'objet d'une rivalité pour ceux-ci (ex : un programme de radio, par opposition à des vêtements, par exemple).

⁴ Un bien d'expérience est un bien dont le consommateur ne peut estimer facilement l'utilité avant l'achat : il ne connaît pas la satisfaction qu'il va en tirer (il peut être déçu par la lecture d'un roman, par le dernier disque de son chanteur préféré etc.).

- L'investissement dans une marque : lorsque les processus de production sont maîtrisés et que la qualité produite peut être considérée comme relativement stable, l'indication du producteur apporte généralement une information suffisante et crédible. Dans le domaine culturel, l'extrême variance de la qualité produite et le peu de maîtrise de la production réduisent l'importance des marques : un même auteur alterne, sans le vouloir, chefs-d'œuvre et médiocrité, un même acteur joue plus ou moins bien, un même interprète est plus ou moins inspiré. Selon le mot⁵ des professionnels du cinéma "nobody knows anything".
- La fourniture d'échantillons : dans certains cas, la consommation partielle d'une petite partie du bien donne *ex ante* des renseignements sur la qualité ; cette solution est d'une utilité limitée pour les œuvres culturelles mais joue cependant un certain rôle : bande annonce d'un film, début du fichier numérique pour une œuvre musicale sur un site de vente de disques, etc. Il ne faut d'ailleurs pas confondre l'échantillonnage avec la promotion, c'est-à-dire avec les moyens utilisés par les médias de masse pour attirer l'attention du public sur un petit nombre de produits. On doit, enfin, faire la distinction entre les œuvres qu'on ne consomme qu'une fois (les films, les livres, par exemple) et celles que l'on consomme habituellement ne nombreuses fois (la musique, par exemple) ; dans ce dernier cas, la consommation de l'œuvre dans son ensemble (écoute à la radio) peut servir d'échantillon efficace et même créer une habitude d'écoute (acculturation).
- La critique de ceux qui ont déjà consommé le bien considéré et qui donnent leur avis à ceux qui ne l'ont pas encore acheté : c'est le moyen principal utilisé pour les œuvres culturelles. La critique peut revêtir plusieurs aspects :
 - les avis peuvent venir de critiques de métier ; ceux-ci sont peu nombreux et s'expriment au travers des médias de masse (journaux, radios, télévisions) ;
 - le bouche à oreille des proches, membres de la famille, amis, collègues de travail, etc. joue souvent un grand rôle dans le succès des films ;
 - aujourd'hui, les communautés de critiques, sur un site comme *Amazon.com*, élargissent considérablement la portée du bouche à oreille : de nombreux contributeurs donnent leur avis sur pratiquement toutes les œuvres offertes ; il s'agit d'une critique étendue et collective, puisque des œuvres très diverses sont commentées de façon interactive.

Ainsi, les questions théoriques sur la qualité des œuvres culturelles et sur le rôle de la critique, sont-elles abordées concrètement par les participants aux communautés d'expérience et par les gestionnaires des sites web qui hébergent ces communautés. La critique communautaire manifeste une certaine représentation de l'espace des goûts et les logiciels d'aide à la lecture et à l'écriture modifient notre façon de considérer la qualité esthétique.

2.2 La qualité culturelle est-elle verticale ou horizontale ?

Pour les sites qui hébergent des communautés d'expérience, il est important de savoir quel est le modèle sous-jacent aux contributeurs et aux utilisateurs des avis et critiques. En effet, dans le cas d'une qualité verticale, les outils à mettre en œuvre sont plus simples : il convient de s'assurer que les avis qui sont mis en ligne proviennent de critiques à la fois sensibles et sincères. Il suffit pratiquement de vérifier que les contributeurs ne sont pas incités à mentir sur la qualité qu'ils constatent. Les algorithmes qu'il conviendrait de mettre en œuvre dans le cas de biens culturels différenciés verticalement, seraient proches de ceux utilisés pour repérer la fiabilité des vendeurs sur un site comme eBay⁶. Il s'agirait donc d'implanter des logiciels de filtrage qui synthétisent efficacement les divers jugements que portent les participants les uns sur les autres afin de dégager progressivement des réputations non facilement manipulables.

Au contraire, si la qualité des œuvres culturelles est principalement horizontale, c'est-à-dire si les goûts ne sont pas, même approximativement, universels, les outils à fournir sont beaucoup plus complexes et plus importants aussi les efforts demandés aux contributeurs et surtout aux utilisateurs. En effet, les consommateurs potentiels doivent situer les émetteurs d'avis dans l'espace des goûts et estimer la "distance" qui les sépare de chaque émetteur. Dans le cas des critiques de métier, qui sont peu nombreux et qui écrivent un grand nombre de critiques, les lecteurs finissent pas se situer par

⁵ Ce mot est cité par De Vany & Walls (1999) dans un article où les auteurs montrent empiriquement qu'en effet, le succès des films est imprévisible à partir de variables observables *ex ante* (DeVany, Arthur and David Walls. 1999. "Uncertainty in the Movie Business: Does Star Power reduce the Terror of the Box Office", *Working Paper*).

⁶ Voir le papier de Dellarocas sur le sujet : Dellarocas, Chrysanthos N. 2001. "Building Trust On-Line: The Design of Reliable Reputation Reporting: Mechanisms for Online Trading Communities" (October 2001). *MIT Sloan Working Paper*

rapport à chacun d'eux. Dans une communauté d'expérience, dans la mesure où on ne lit que rarement deux critiques d'un même contributeur, il est nécessaire que le site fournisse les outils qui permettent de situer efficacement et rapidement chaque émetteur dans l'espace des goûts. Ceci peut être obtenu de diverses façons, par exemple en incitant les contributeurs à se présenter sur une page personnelle aisément accessible et en permettant un chaînage aisé des divers avis d'un même émetteur.

On notera qu'un site comme Amazon.com ne tranche pas entre les deux options et fournit à la fois des outils qui seraient utiles si la qualité des œuvres était principalement verticale (par exemple, en permettant la notation des avis par ceux qui les ont utilisés) et des outils adaptés au cas d'une qualité horizontale (par exemple, les pages personnelles des contributeurs). Toutefois, le traitement statistique des données d'achat, qui a pour but d'attirer l'attention des consommateurs potentiels sur les biens culturels qui "ressemblent" aux biens qu'ils ont déjà achetés (ou même parfois, déjà observés sur une page du site), repose implicitement sur l'hypothèse que la différenciation est principalement horizontale.

Dans ces conditions, il est intéressant d'analyser les représentations de l'espace des goûts que manifestent spontanément les participants à une communauté d'expérience, que ces représentations se soient forgées avant l'utilisation des outils collectifs (ce qui est probable) ou qu'elles aient été influencées par la communauté elle-même.

2.3 Les représentations actuelles de la qualité culturelle

Pour analyser les représentations des goûts, on s'appuie sur les commentaires spontanés des utilisateurs d'un site qui héberge une communauté d'expérience concernant les jeux vidéo. Ces utilisateurs sont dans l'ensemble très jeunes : environ la moitié a moins de 18 ans. Le questionnaire en ligne a été proposé aux visiteurs du site entre le 18 juin et le 5 juillet 2004. A la suite d'un questionnaire, qui portait sur la logique de participation à la communauté, un espace était laissé ouvert pour des commentaires libres sur n'importe quel sujet. Sur les 9500 personnes qui ont répondu à l'enquête, plus du tiers (3450) ont écrit un commentaire. Environ 15% des commentaires libres portaient spontanément sur la logique de la critique (soit environ 500 commentaires).

L'analyse des commentaires portant sur les avis et critiques et sur la meilleure façon de les utiliser fait ressortir principalement les points suivants :

- les participants à la communauté n'ont pas une vision purement horizontale et utilitariste de la qualité des jeux ; ils pensent que, indépendamment des goûts du contributeur, un avis objectif⁷ doit pouvoir être atteint ; en conséquence, les consommateurs potentiels interprètent une divergence d'opinion comme de la malhonnêteté⁸, principalement dans le cas des avis fournis par le site, ou comme de l'incompétence⁹, dans le cas des avis communautaires ;
- inversement, certains reconnaissent les difficultés d'une critique purement objective et admettent qu'il est parfois nécessaire de tenir compte de la personnalité du contributeur, celui-ci ayant des préférences particulières¹⁰ ou étant dans une situation spécifique¹¹ (par exemple, celle de "testeur") ; les jugements communautaires constituent plutôt un correctif¹² aux avis et critiques institutionnels qu'un moyen d'élucider le positionnement horizontal des œuvres ;

⁷ par exemple, l'un des commentaires est le suivant : "Pour faire de bon test, il suffit d'être un maximum objectif, et surtout de prendre son temps :)" ; ou bien le commentaire suivant : "je trouve que parfois les avis personnels des testeurs se voient trop dans certains tests ou previews".

⁸ par exemple, le commentaire : "Vous n'êtes pas assez objectif, je ne connais pas les contraintes économiques dû à votre statut de site commercial et de vos liens avec les éditeurs, mais les tests mériteraient à être plus originaux et plus critiques."

⁹ par exemple les commentaires suivants : "Les commentaires des internautes sont souvent vides d'arguments sur la note. Mettre 0 à un jeu car on le trouve "nul" est une idée que je trouve débile car il y a toujours quelque chose de bon. Tout comme mettre 20 car on apprécie le jeu."; Certains proposent même un filtrage des avis extrêmes : "Je pense que le système de note attribué par les internautes devrait être perfectionné. En effet, la plupart du temps, des notes type 0/20 ou 20/20 faussent la moyenne. Il faudrait de la même façon que dans certaines disciplines sportives saut à ski, plongeurs artistiques... bref la plupart des sports requérant des notes) un système d'élimination des votes. "

¹⁰ par exemple, ce commentaire : "au niveau des tests j'ai souvent (kom sur beaucoup d'autres sites) un avis différent je pense qu'il faut que les personne testant les jeux et donnant des notes ne devrait tester que le genre de jeu kil apprécient il y aurai moins de gens ki serai d'un avis contraire au testeur, pour finir je vous souhaite une bonne continuation."

¹¹ par exemple, ce commentaire : "je vous trouve un peu dur avec certains jeux... Je pense qu'une certaine lassitude s'exprime parfois à la place des considérations réelles du joueur moyen, qui s'achète ses jeux et cher ! et qui du coup ne range pas ses achats au placard au bout de 3/4 d'heures."

¹² par exemple, les commentaires suivants : "Votre système d'avis est particulièrement bien fait. On a à la fois l'avis du professionnel avec un véritable article et l'avis des joueurs qui vient le pondérer." et : "Je lis les commentaires des autres internautes sur les jeux pour avoir l'aspect négatif d'un jeu qui est bien noté. Je ne lis que les mauvaises notes données par les internautes."

- généralement, les participants à la communauté adoptent un modèle hybride qui peut prendre deux formes différentes :
 - soit le modèle de la pondération individuelle de qualités verticales plus ou moins observables ; c'est le modèle technique utilisé classiquement par les distributeurs d'équipements ménagers ; sur le site de distribution de jeux vidéo, ce modèle est utilisé par les critiques institutionnels : ceux-ci notent "objectivement" des dimensions telles que : "Jouabilité", "Durée de vie", "Bande son", "Scénario" ; ils laissent la pondération de ces dimensions au soin du lecteur, si bien que la note globale proposée par le site pour chaque jeu s'interprète comme l'opinion subjective du critique institutionnel ;
 - soit le modèle du "genre" : la solution serait alors de définir des genres¹³ d'œuvres qui porteraient seuls la différenciation horizontale, la qualité à l'intérieur d'un genre pouvant être considérée comme verticale ; chacun apprécie différemment tel ou tel genre mais comme les biens culturels sont étiquetés, le consommateur peut *ex ante* repérer le genre qu'il apprécie ; il ne reste alors que le problème, plus simple à résoudre, du repérage de la qualité verticale à l'intérieur d'un genre.

En quelque sorte, au moins dans le cas présenté ici, mais ces résultats s'étendent plus ou moins aux autres communautés d'expérience de biens culturels (sur des sites comme ceux de la FNAC ou d'Amazon), les consommateurs potentiels adoptent un point de vue "académique" : les œuvres peuvent être appréciées selon un critère principalement vertical mais cette qualité apparaît ici comme un ensemble de qualités techniques judicieusement utilisées. Il est alors possible, pour le consommateur, de bénéficier d'avis d'experts "objectifs" pour chacune de ces dimensions techniques, et pour le producteur, de contrôler la qualité des œuvres et de définir des modes opératoires qui assurent une œuvre satisfaisante.

Selon une telle vision académique (ou si l'on veut industrielle) des produits culturels, la dimension horizontale des goûts n'est pas complètement niée mais la position des biens selon la dimension horizontale peut être précisée *ex ante* par un étiquetage convenable, plus ou moins précis (par exemple : "jeu de simulation" serait une étiquette pour un jeu vidéo, "doom like" une étiquette plus précise, "comédie sentimentale", une étiquette de film, etc.).

Les consommateurs actuels semblent rejeter le relativisme du modèle utilitariste (différenciation horizontale) mais n'adoptent pas pour autant le modèle universel du Beau ; ils considèrent qu'une œuvre culturelle est un produit industriel complexe qui doit satisfaire un certain nombre de critères techniques observables et maîtrisables.

En conséquence, les communautés en ligne sur les sites culturels ne sont pas seulement des communautés d'expérience mais aussi, dans une certaine mesure, des communautés de pratique¹⁴ : les participants, contributeurs et utilisateurs, sous-estimant les difficultés de l'élucidation de la qualité (puisqu'ils la considèrent comme verticale par "genre"), utilisent le site non seulement pour des échanges d'avis entre testeurs et consommateurs potentiels, mais aussi pour des échanges de conseils, souvent très pointus, sur les produits. La communauté d'expérience, qui de toute façon a tendance à s'organiser en sous-communautés homogènes afin d'optimiser l'efficacité du bouche à oreille¹⁵, abrite de nombreux groupes d'experts qui échangent des informations sur leur pratique. Ceci est particulièrement clair pour le site de jeux vidéo, où des forums spécialisés par jeux permettent aux utilisateurs de poser des questions sur les astuces qui permettent de sortir de certaines situations, éventuellement de fournir des courts-circuits ou des *cheat codes*. La dynamique de tels groupes est très semblable à celle des groupes d'entraide entre informaticiens débutants et chevronnés par exemple dans le cas des logiciels libres¹⁶.

Le web dans son ensemble illustre également la fluidité qui existe entre recherche de méta-information avant l'achat et échange de conseils et d'expérience après l'achat. Les échanges entre pairs sont utiles pour améliorer les pratiques mais également pour éclairer les consommateurs potentiels. Dans bien des cas, les communautés de pratique élaborent une culture, un vocabulaire, un

¹³ par exemple le commentaire : "J'aime bien lire vos critiques mais j'ai souvent beaucoup de mal à décoder votre langage et les titres des jeux seuls, ne m'éclairent pas tout le temps sur le style de jeux courses, tirs, énigmes. (...) Il manque donc un lexique et une classification à mettre entre parenthèse du titre pour savoir le genre du jeu."

¹⁴ Réf. Wenger, 1999 (Wenger, Etienne. 1999. *Communities of Practice - Learning, Meaning, and Identity*, Cambridge University Press.).

¹⁵ Réf. Curien, 2004 (Curien, Nicolas. 2004. "Auto-organisation de la demande : apprentissage par infomédiation," *Revue d'Économie Politique*, Numéro "Marchés en ligne et communautés d'agents", mars 2004).

¹⁶ Auray, 2004, Conein, 2004 dans le numéro "Marchés en ligne et communautés d'agents" de la *Revue d'Économie Politique*.

style qui attirent des curieux qui deviennent éventuellement des consommateurs. On passe ainsi de façon continue de l'expérience à l'acculturation.

3 Le web à la cantonade : la participation dans les communautés

Sur le web, les internautes parlent à la cantonade. Ils écrivent pour des gens qu'ils ne connaissent pas et avec qui, le plus souvent, ils n'auront jamais de relations personnelles. Ceux qui posent des questions, ne savent pas qui va leur répondre ; ceux qui contribuent, ajoutent une pierre à un édifice mais ne communiquent avec personne en particulier. Contrairement à ce qu'on a pu imaginer (Wellman & Gulia, 1999), les communautés en ligne ne se limitent pas à la transposition des communautés réelles sur internet ; elles constituent une structure d'interaction sociale originale qui ne repose, ni sur la communication, ni sur les relations personnelles.

Les communautés en ligne se caractérisent essentiellement par un lieu virtuel, un corpus structuré, un tableau noir sur lequel chacun peut écrire et que chacun peut aller consulter. Les contributeurs ne cherchent pas à communiquer mais plutôt à modifier de façon pertinente une somme cohérente de données déjà existantes. Les communautés en ligne forment, ainsi, plutôt des cultures que des réseaux sociaux. De même qu'un auteur ne s'adresse à personne en particulier mais contribue à un corpus déjà constitué, de même les participants à une communauté en ligne œuvrent solitairement, souvent dans l'indifférence de qui utilisera leur contribution et sans motivations altruistes ni mercantiles.

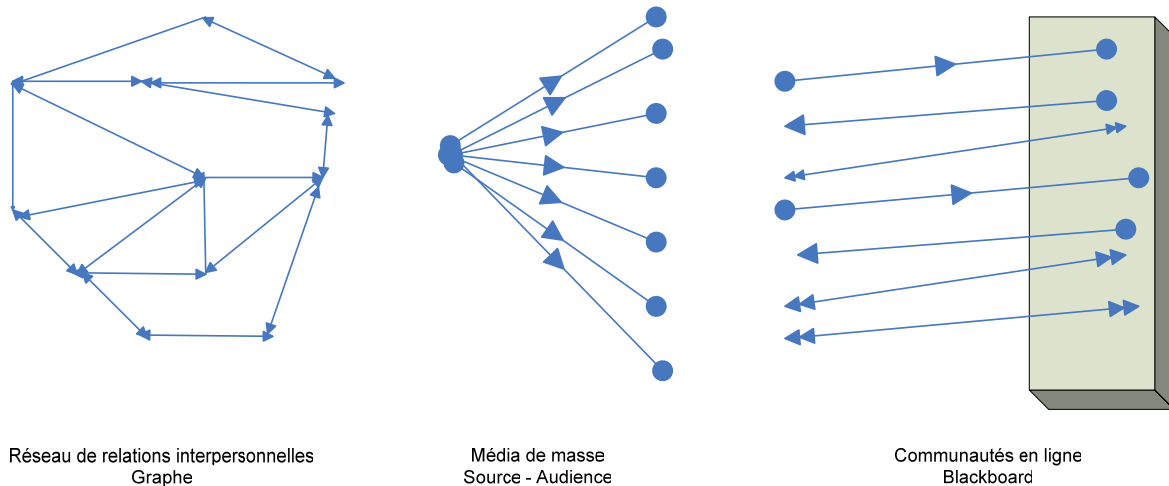


Figure 1 : Réseaux sociaux, médias de masse et communautés

La figure 1 compare trois types d'interaction : les réseaux sociaux, fondés sur les échanges en face-à-face ou au travers d'un réseau technique de type téléphonique ; les médias de masse, pour lesquels une source unique s'adresse à une audience, qu'il s'agisse d'un discours, de spectacles vivants, de la radio, de la télévision ; les communautés en ligne, enfin, caractérisées par des interactions médiatisées par un corpus structuré. Ces réseaux d'interaction sont très différents de forme et de fonctionnement. Ils correspondent à des formes spécifiques de régulation des marchés et des hiérarchies.

3.1 La communauté comme corpus organisé

Les sites qui accueillent des communautés fournissent non seulement un lieu virtuel où placer des informations mais aussi un ensemble de règles, explicites ou tacites, qui sont imposées par des modérateurs humains ou logiciels. De telles règles visent à faciliter les contributions, à les encadrer mais surtout à les présenter aux utilisateurs de façon à ce que leur lecture soit efficace.

Les participants aux communautés en ligne demandent que les espaces communs, par exemple les forums, soient modérés. Sur le site de jeux vidéo, par exemple, ce thème était abordé par un grand

nombre de commentaires libres¹⁷ (plus du tiers des commentaires portant sur la participation à la communauté d'expérience). La demande pour une modération est principalement justifiée par le fait que les contributeurs sont négligents, parfois irresponsables, parce que trop jeunes¹⁸ ; ils écrivent mal¹⁹, trop²⁰ et hors sujet.

Toutefois, une modération qui porterait sur le fond des commentaires et non sur leur seule forme, serait très mal considérée, et tarirait les contributions. Sur le site de jeux vidéo, très nombreux sont les commentaires qui font état de la frustration de ceux qui ont été "modérés", c'est-à-dire de leur point de vue, censurés²¹ ; censure d'autant plus insupportable que la communauté d'expérience est considérée par tous, sur ce site, comme un contre-pouvoir visant à équilibrer les dérives de la critique institutionnelle.

Les règles de bonne conduite à imposer sont évidemment très différentes selon le type de communauté : on vient de voir que, dans le cas des communautés d'expérience, il s'agit d'éviter que la critique tombe dans l'insulte ou le hors sujet (le "flood") tout en garantissant l'objectivité du tri ainsi réalisé. En ce domaine, les logiciels automatiques sont peu utilisables et la modération humaine est très onéreuse.

Pour les communautés d'échange de fichiers, les règles de fonctionnement visent à garantir un certain équilibre entre les apports et les utilisations, c'est-à-dire entre les uploads et les downloads, moins d'ailleurs en quantité qu'en qualité. Il s'agit, dans tous les cas, d'enrichir le corpus par des outils logiciels qui encadrent son développement : dans le cas des réseaux peer to peer, d'une part, les fichiers s'entourent de méta-information afin de prévenir les utilisateurs potentiels que certains fichiers sont des fichiers de sabotage (*anti-fake communication*) ; d'autre part, sur certains réseaux, pendant la phase de download, le récepteur peut être utilisé comme émetteur et il n'a pas la faculté logique de se dérober à ce devoir de solidarité, qui lui est ainsi en quelque sorte imposé.

Pour les communautés de pratique, mailing lists d'entraide qui donnent naissance à un corpus structuré par fils de conversation (succession de questions, contributions diverses et réponses), les règles de bonne conduite sont codifiées dans divers documents que l'utilisateur (questionneur ou contributeur) est supposé avoir lu. Les écarts à ces règles sont sanctionnés par des rappels à l'ordre plus ou moins vifs²² (*flaming*). La structuration du corpus par fils de conversation facilite la compréhension de la solution apportée à un problème et n'empêche pas la recherche par des moteurs (comme Google) pour aider ceux qui rencontrent des difficultés analogues.

Dans tous les cas évoqués, on constate que le fonctionnement communautaire repose essentiellement sur *la forme* du corpus : l'objet informationnel commun n'est pas seulement constitué par une base de données amorphe. De même qu'une culture ne se réduit pas à un ensemble d'œuvres mais se définit principalement par les mécanismes sociaux qui régissent les contributions et l'accès aux œuvres, la communauté vit dans un lieu virtuel équipé de règles, de normes et de logiciels.

3.2 La communauté comme prise de parole

Les normes de comportements imposées aux participants des communautés en ligne et les logiciels de gestion des sites visent, en particulier, à promouvoir un fonctionnement efficace. Il s'agit d'assurer que les contributions au corpus et l'utilisation de ces contributions permettent d'atteindre l'objectif communautaire : un système critique précis et largement utilisé pour les communautés d'expérience ;

¹⁷ Nombreux sont les commentaires comme : "(...) en commentaire je dirais, moi qui fréquente assez les forums, qu'il devrait y avoir plus de modérateurs (pas pour les forums morts bien sûr, mais quand même!) ou : "Je trouve le forum intéressant mais le problème est qu'il arrive plusieurs fois que les gens racontent "leur vie" et certains topics se recourent."

¹⁸ Il s'agit, d'une jeunesse relative : les commentateurs de 17 ans trouvent "jeunes" les contributeurs de 12 ans. Il convient de rappeler que la moitié des participants à la communauté considérée a moins de 18 ans.

¹⁹ par exemple les commentaires suivants : "Bien que certains avis des lecteurs présentent un intérêt, il faut effectuer un tri permanent entre avis sérieux de gens s'étant penchés sur les divers aspects du jeu, avec points positifs et négatifs et des arguments convaincants, et ceux incomplets, peu clairs, stupides et sans arguments du genre : "Ce je dechir sa race lol il et tro exellen !!!" (...)."

²⁰ par exemple, les commentaires suivants : "Juste un mot : les forums sont sympas mais vraiment pourris par un nombre incalculable de gamins qui floodent sans vergogne!" ; ou : "Les forum sont intéressants, même si ils sont souvent la cible de problèmes "flood", hacker, etc..."

²¹ par exemple, le commentaire libre suivant : "Je trouve les questions sur les avis des joueurs sur les jeux intéressant, et maintenant, j'aimerais bien savoir comment le site XXX "trie" les avis qui seront publié....Car j'en ai posté quelques un mais le site XXX ne les a pas publié...".

²² Par exemple, des réponses du type RTFM (*Read The Fucking Manual*) ou STFW (*Search The Fucking Web*) à une question sans pertinence, qui démontre que le questionneur n'a pas pris le temps de se renseigner par lui-même. Voir sur la communauté Debian (Auray, 2004).

un ensemble étendu de fichiers de bonne qualité pour les communautés d'échanges ; des conseils adaptés permettant aux débutants de bénéficier de l'expérience déjà accumulée par d'autres pour les communautés de pratique.

Contrairement à ce qui est spontanément imaginé et généralement modélisé pour les communautés réelles centrées sur des objets communs rivaux, ce ne sont pas les contributions qui sont rares et difficiles à induire. Les utilisateurs, au contraire, sont essentiels à la communauté et doivent être encouragés : ils réalisent une part importante du travail : interpréter les avis dans les communautés d'expérience, comprendre les questions posées dans les communautés de pratique. Le cas des communautés d'échange est particulier dans la mesure où, en raison des contraintes imposées sur l'upload pour freiner l'usage des réseaux peer to peer, la mise en ligne de fichiers peut représenter une gêne pour celui qui partage.

En conséquence, les sites attachent plus de soin à faciliter la lecture et l'interprétation que l'écriture. Ceci est particulièrement net pour les communautés d'expérience, comme le site d'Amazon.com, où les innovations ont surtout porté sur la présentation et le classement des avis ou sur les possibilités de chaînage des avis émis par un même critique. Pour les communautés de pratique, également, la présentation des interactions (questions, commentaires, réponses) pour un usage ultérieur vise à faciliter la lecture de ceux qui, n'ayant pas participé à l'échange, doivent par la suite acquérir le savoir partagé pertinent qui s'est progressivement construit entre les interactants.

Faciliter la lecture, modérer éventuellement l'écriture, sont d'autant plus nécessaires que les communautés en ligne ne sont pas le lieu où peuvent se développer des relations personnelles interactives. Chacun étant en rapport seulement avec le corpus, celui-ci doit par sa forme, réguler le niveau d'intimité virtuelle (pour les communautés d'expérience) et le niveau d'ambiguïté des discours, (pour les communautés de pratique).

Les communautés fournissent ainsi une illustration du fait que, pour les corpus en ligne comme pour une culture dans son ensemble, les raretés essentielles ne sont pas liées aux auteurs ou aux contributeurs mais aux utilisateurs capables d'apprécier les œuvres proposées. Quand on parle des coûts de la création artistique, on a en tête les coûts directs de production des œuvres, éventuellement les coûts de formation des artistes. On oublie souvent les coûts de formation de la demande : information, acculturation et formation.

Les coûts de constitution d'un corpus culturel seraient ainsi à analyser aussi bien du côté de la production des œuvres que du côté des structures sociales à mettre en place pour qu'existe une consommation. L'aide à la création n'est réellement utile que s'il existe un financement symétrique pour créer l'audience adaptée à cette création. La gratuité des œuvres numériques non-rivales pourrait conduire à des économies considérables du côté de la production de la demande ; elle pourrait induire également une plus grande diversité culturelle que celle qu'impose le modèle centralisé des médias de masse. Concrètement, pour développer la consommation d'opéra, on peut subventionner les places de l'Opéra de Paris, mais on doit aussi financer les moyens qui induisent une demande solvable pour ces places, par exemple, un accès moins onéreux aux fichiers numériques musicaux (dont la production et la diffusion sont d'ailleurs gratuites à la marge).

4 L'économie communautaire de la culture

La description précédente des communautés sur internet permet, dans une certaine mesure, de préciser ce que pourrait être une "culture en ligne", c'est-à-dire une culture qui s'appuierait, en particulier, sur des échanges d'œuvres numériques non-rivales. Dans le contexte technique où les médias de masse font place à des médias plus symétriques et où les œuvres qui peuvent être numérisées sont librement accessibles puisque copiables par tous, les modèles d'affaires des divers acteurs doivent reposer sur les nouvelles raretés induites ou révélées par le progrès technique. Ce ne sont plus les œuvres et les canaux de distribution qui sont rares mais les capacités de réception des œuvres. On passe d'une économie de flux sur un marché de biens rivaux à une écologie des stocks culturels.

Plus précisément, l'économie de la culture en ligne peut se diriger vers :

- soit un modèle industriel – commercial reposant sur un prolongement de la mise en valeur des œuvres à partir de la rivalité de leur support physique ; le progrès technique qui permet une large diffusion est repoussé ; se développent, au contraire, les techniques de type DRM qui visent à ce que les œuvres numériques ne puissent être ni copiées, ni changées de support ;

un peu comme si on avait exigé de Gutenberg qu'il détruise chacune de ses planches après un seul tirage papier pour préserver le modèle antérieur des copistes ;

- soit un modèle communautaire reposant sur la libre copie et le libre échange des œuvres numérisées ; ce modèle est considéré généralement comme utopique et non-économique parce qu'on raisonne comme si les biens numériques non-rivaux étaient simplement des biens publics classiques (produits avec des économies d'échelle) et justiciables d'une tarification de second rang ; le fait que les coûts de duplication soient nuls déplace plus profondément les raretés : ce ne sont plus les œuvres numériques qui sont rares mais des biens et des services qui leur sont liés et qui peuvent servir à leur mise en valeur :
 - les équipements qui permettent de lire et de copier les œuvres numériques, les consommables qui sont nécessaires à ces copies (supports vierges) ; les réseaux nécessaires aux échanges de fichiers ; les spectacles vivants ; enfin, tous les biens et services rivaux qui sont d'autant plus demandés que les œuvres numériques deviennent librement accessibles ;
 - les stocks nécessaires à la consommation et à la coproduction : il s'agit des services (rivaux) qui préparent la demande et l'adaptent à l'offre culturelle : services de formation et d'acculturation, équipements et logiciels nécessaires à la production par les consommateurs eux-mêmes d'œuvres qu'ils pourront facilement diffuser, etc.
 - les services qui organisent l'adaptation de la production et de la demande : ceux-ci sont d'autant plus nécessaires que les œuvres sont plus diverses et de qualité plus variable : déjà les communautés d'échange de fichiers évoluent naturellement vers des communautés d'expérience (échange d'avis sur les fichiers en partage) et vers des communautés de pratique (échange de conseils sur la production d'œuvres).

Le modèle communautaire, économiquement assis sur les nouvelles raretés qui viennent d'être indiquées, se développera, quels que soient les freins temporaires qui pourront être inventés, parce qu'un progrès technique qui augmente le bien-être de façon considérable ne saurait être éludé bien longtemps. Il vaut donc la peine de se poser dès maintenant la question du type de culture en ligne qui pourrait être induit.

L'exemple des communautés en ligne semble montrer que les évolutions suivantes seront favorisées :

- la notion d'auteur ne disparaît pas mais évolue ; les auteurs multiples pour une même œuvre deviennent plus fréquents ; les mêmes thèmes sont réemployés et déclinés dans diverses œuvres ; les œuvres sont modifiées par les utilisateurs qui deviennent ainsi des sortes de co-auteurs ; ces évolutions réduisent le rôle de l'auteur démiurge, complètement responsable d'une œuvre sur laquelle il aurait droit de vie et de mort ;
- la notion d'œuvre clairement individualisée subit une évolution analogue ; les œuvres numérisées ne sauraient être protégées contre le réemploi ; chaque œuvre est alors considérée, à l'image d'un résultat scientifique, comme une contribution améliorable par d'autres et par les utilisateurs eux-mêmes ;
- la notion de qualité d'une œuvre culturelle évolue vers un modèle intermédiaire entre le modèle esthétique et le modèle utilitariste : une sorte de modèle académique qui, par son optimisme, encourage la participation de tous à la création ;
- viennent au premier plan les moyens qui permettent la participation culturelle (à des degrés divers) de tous ; l'éclatement de la fonction de production technique (vrai pour un grand nombre de biens et services) se prolonge ainsi par l'éclatement de la fonction de création dans le domaine culturel entre les auteurs, des amateurs éclairés et les utilisateurs finals ;
- la question du financement se pose moins pour les œuvres (comment financer la création ?) que pour le corpus, avec ses règles d'accès et de gestion : comment financer l'acculturation et l'apprentissage ? comment financer les lieux abstraits de partage ?