

Laurence Allard,
Maître de conférences, Sciences de la Communication,
Université Lille 3-Gériico.

***Blogs, Podcast, Tags, Mashups, Cartographies, Locative Medias :
Le tournant expressiviste du web***

Ecrire, commenter, copier-coller, mixer, publier, partager ou échanger des photos, vidéos, liens et *tag*, sur des sites de présentation de soi et de ses univers relationnels, développer des expérimentations cartographiques ou de *moblogging* articulant le web et le mobile dans un « espace augmenté »ⁱ, la dimension massive de l'usage des technologies sociales est frappanteⁱⁱ. Ces dispositifs et agencements machiniques, ces pratiques et expérimentations forment désormais un continuum socio-technique appréhendé actuellement sous le terme discuté et discutée du Web 2.0, désignant le deuxième âge d'Internet et du Webⁱⁱⁱ et son tournant expressiviste^{iv}.

Dans ce contexte, Internet et le web élargi au mobile seront ici appréhendés ici comme un « laboratoire social-identitaire, à la fois « observatoire » et « architecte » des modalités contemporaines de formation des identités personnelles et collectives, des processus de subjectivation et des formes de sociation. Ce faisant, nous développerons une approche en termes de *design techno-culturel*, ne négligeant pas la part des possibles expressifs ouverts par les procédures et architectures socio-techniques et s'attachant aux inscriptions logicielles d'une telle sémiotique de l'identité.

La présentation de ce tournant expressiviste du web sera ponctuée par des slogans circulant sur Internet et émanant principalement de différents blogs.

« Nous sommes le web ! (Buzz machine)

Un premier slogan circule sur le réseau à propos ces dispositifs techno-sociaux et pratiques d'expression digitalisées : « Nous sommes le web ! ». Ce slogan, extrait d'un célèbre blog américain, *Buzz machine*, a fini par faire le tour des blogs du monde entier jusqu'à devenir le slogan de la campagne américaine pour « la neutralité du net »^v. Il vient, de façon provocatrice, signifier comment l'Internet entre dans un âge de l'expressivisme massif^{vi}.

Paradigme expressiviste et réversibilité rôles culturels : pour en finir avec l'amateurisme.

Selon nous, l'expressivisme ne désigne pas un nouveau « régime de l'amateurisme », dont les agents sont affublés de noms divers : *proam*, *netizen*, *pronotoriat*, *egocasting* ... Il voudrait rendre compte, sans mythification prophétique d'un âge de la culture, où les rôles culturels sont désormais réversibles, comme Benjamin en formulait déjà le vœu en 1935 dans son fameux essai. Pour les « natifs digitaux »^{vii} du XXI^{ème} siècle, les rôles d'auteurs, producteurs, diffuseurs, critiques, codeurs et développeurs sont tour à tour et tout à la fois, « sous la main » dans la culture publique et transnationale que configure Internet, là où autrefois des professionnels patentés régnaient dans l'espace public culturel reléguant les « amateurs » dans la maisonnée.

La revanche des script kiddies : un rôle à prendre

Dans ce moment inédit dans l'histoire de la culture, où sur Internet, où il existerait plus de lecteurs que d'auteurs, un rôle à prendre encore méconnu est celui de co-développeur ou bêta-testeurs d'applications logicielles de publication et de création¹. Du point de vue de l'histoire des innovations technologiques, on assiste ici à la primauté radicale de la logique de l'usage. Il s'agit en quelque sorte de la revanche des « purgés », c'est à dire de ces hobbyistes qui, de tout temps, ont expérimenté testé et perfectionné les propositions technologiques avant que le processus d'industrialisation de l'innovation ne viennent les cantonner dans le rôle de publics et d'amateurs. Et pour préciser les termes en se rapportant au monde de l'informatique communicante, c'est ici la victoire des *script kiddies*, les copieurs-colleurs du code^{viii}.

Des auteurs ont cherché à spécifier le processus incluant ces expérimentateurs co-développeurs du web. Eric Van Hippel a mis en avant cette logique de développement et d'innovation technologiques pilotée par l'usage pour et par des usagers créatifs : "L'innovation en matière de développement technique des réseaux de production, de distribution et de consommation peut se construire horizontalement avec des acteurs qui peuvent être des utilisateurs innovants ou des utilisateurs qui sont leurs propres producteurs ou qui sont suffisamment indépendants pour diffuser leurs innovations et compléter les distributions et productions marchandes. Des modèles d'innovations par l'usage sont alors développées dans l'intérêt général^{ix} et pour des intérêts particuliers pourrait-on ajouter, telle est l'ambivalence fondamentale, au plan économique-politique, du web 2.0 et de son « capitalisme du partage »^x.

Le Web 2.0 ou la remixabilité profonde

Pour le meilleur et pour le pire, représenté parfois par des sociétés florissantes rachetées par les entreprises historiques d'Internet ou des majors cie, telles Flickr, MySpace, De.licio.us, You Tube, Daily Motion, SecondLife..., le Web 2.0 se décline suivant un continuum socio-technique entre pratiques éditoriales et applications logicielles. Il semble donc partie prenante d'une culture techno-sociale, où se prolonge tout à la fois la culture informatique du hack et la culture musicale du remix. Ainsi certaines applications logicielles dites *Open API (Application Logicielles Open Source)* du Web 2.0 se déploient suivant le principe du *mashup* hérité du hip hop, c'est à dire du collage et remixage de différents logiciels ou services^{xi}. Comme le fait remarquer l'analyse des nouveaux médias, Lev Manovich, on peut qualifier ce moment de développement techno-culturel de "*collaborative remixability* » :

"Les aspects les plus intéressants du Web 2.0 sont ces nouveaux outils qui explorent le continuum entre le personnel et le social ainsi que ces outils qui sont dotés d'une certaine modularité permettant une remarquable remixabilité collaborative, processus par lequel les informations et les médias qui nous avons construits et partagés peuvent être recombinaés et créer de nouvelles formes, concepts, idées mashups et services"^{xii}

Ce remixage collectif et généralisé des données et de leurs inscriptions logicielles a été encore noté par Adam Green dans son hypothèse que l'architecture informationnelle était désormais au poste de commande de ce deuxième âge d'Internet :

¹Avant qu'elles ne soient revendues à prix d'or ou capitalisées à différents entrepreneurs es expressivisme

« L'explosion dont il est question concerne la bascule des contenus d'un site web d'une internalité à une externalité. Au lieu qu'un site web ne soit un "lieu" dans lequel les données "sont" et vers lequel d'autres sites "renvoient", un site web sera une source de données qui seront elles-mêmes dans de nombreuses bases de données externe. Pourquoi alors "aller" sur un site web quand tout son contenu a déjà été absorbé et remixé dans un flux de données collectif ('collective datasm'). »^{xiii}

2. « *La vie privée est morte ? Vive la postérité !* » (Luxomedia).

Saisie sur le réseau Internet au fil du web, cette entrée par le terrain de l'identité s'offre à nous sous la forme d'agencements textuels, visuels et/ou sonores. Il s'agit alors d'un « soi exprimé », d'un « soi textualisé » qui se donne à voir à lire à écouter dans la multitude des billets postés au travers de ces « technologies du soi »^{xiv} que constituent les blogs et autres plate formes de création, de publication et d'échange de contenus expressifs. Ces « contenus » émanant, co-développés ou amorcés, par les usagers peuvent renvoyer tout à la fois à un texte à un mot-clé (*tag*), un set de photos, un *mashup audio ou video*^{xv}. C'est pour cette raison encore que le paradigme expressiviste semble plus approprié qu'une énième version du régime amateuriste, il met l'accent sur ce qui est produit et sur le caractère extime des productions.

L'individu bricoleur : une séance de rattrapage pour la sociologie de l'identité.

Au plan social-identitaire, Internet peut être considéré comme un laboratoire d'expérimentations de formes de subjectivation. S'y rencontrent une multitude d'« individus bricoleurs ». Et sans sombrer dans une vision shizoïde et éclatée du sujet, que caricature trop facilement la critique du « post modernisme » dans lequel nous ne nous reconnaissons pas, cette figure de « l'individu bricoleur » devrait être instamment prise au sérieux, comme le remarque avec une grande sincérité Danilo Martucelli, tout simplement parce que « l'individu est confronté à une pluralité de domaines, il ne revient qu'à lui d'introduire des principes d'ordre et d'unité...Etre moderne ou *l'ars combinatoria*....Toute identité se constitue progressivement grâce à un travail discursif par lequel l'individu parvient à se doter d'une représentation unitaire et cohérente de soi...Grâce à ce travail, l'individu cesse d'être faits de fragments et devient l'auteur (pratique parfois, narratif toujours) de sa propre vie.»^{xvi}

Subjectivités distribuées : l'extimité comme horizon

Comme « technologie du soi », le *blogging* par exemple renouvelle à plus d'un titre les formats traditionnellement prisés de l'herméneutique du sujet. Trop hâtivement rapproché du journal intime, les blogs en tout genre ne se limitent pas à une expression de l'intimité du sujet. Et pas uniquement en termes thématiques mais dans leur spécification socio-technique même. En effet, l'unité du blog est désormais le billet, on dit ainsi qu'il est *post-centric*. Et ce billet consiste un fichier de description dynamique dit XML, qui rend possible la circulation des billets dans des fils dit RSS et leur syndication sur d'autres blogs et autres sites. Les commentaires peuvent également être mis en fil RSS^{xvii}. Ainsi formellement parlant, les blogs peuvent être constitués de contenus syndiqués, ie mutualisés, partagés et agrégés venant d'autres sites, blogs... En ce sens, on peut parler de « journaux extimes » qui donnent à observer des modalités originales de subjectivation, sous un mode polyphonique en dialogue

avec d'autres que soi-même par l'agrégation de textes, sons, images, sans compter les commentaires de toutes sortes et désormais l'articulation entre Internet et culture mobile à travers les pratiques de *moblogging*^{xviii} et *podcasting*^{xix}.

Ces subjectivités distribuées au fil du web, ces agencements énonciatifs venant former un vaste intertexte dans ces jeux de citations, renvois, agrégation de contenus singuliers ou venant d'autrui renvoient à une conception polyphonique du sujet que Félix Guattari, a formulé de façon définitive. Il a imaginé, en effet, un découplage conceptuel de la subjectivité du sujet au profit d'une extension du subjectif au delà du territoire des individus. La métaphore de «blocs individus-groupes-machines-échanges multiples»^{xx} renvoie, selon lui, à une telle conceptualisation transactionnelle du sujet qui ne négligerait ni les relais dialogiques ni les agencements machiniques d'inscription.

Identités numériques facetisées : Un Moi cubiste.

Dans ce continuum socio-technique du Web 2.0, d'étranges voyages dans une subjectivité extimisée sont exposés à travers l'articulation possible entre les contenus expressifs postés sur différents blogs, sites de publication et de partage de photos, vidéos, de *tagging*, de cartographies ou de *Social Network Sites*. Sur *MySpace*^{xxi} se lisent, se regardent et s'écourent différents aspects d'une personnalité, que d'autres amis ou inconnus auront validé dans son authenticité^{xxii}, à travers le réseau d'amis affichés dans le cadre prévu à cet effet.

Dans cet exercice d'effeuillage des différentes facettes d'un individu, se met en scène un Moi que l'on pourrait qualifier de « cubiste », un moi facetisé qui s'affiche à travers différentes matières de l'expression et dont l'accès se trouve parfois subtilement distribué entre un statut privé (amis, famille) et un statut public^{xxiii}.

On peut prendre encore l'exemple du *tagscape*, ce nuage de mots, univers sémantique, qui correspond, pour une part, à l'univers de sens subjectif des sujets ayant indexé sous des mots-clés singuliers des vidéos des photos des billets des sons. Ce *tagscape* n'est pas sans rappeler les « paysages mouvants et fluide d'identités, d'images et de technologies », si justement désignés par l'anthropologue Arjun Appadurai en termes de *scape*, tel « l'ethnoscape », venant se substituer aux notions de race, d'ethnie afin de rendre compte de l'intensification des flux migratoires et des flux médiatiques dans le contexte de la globalisation culturelle^{xxiv}. Il vient exprimer un pan de la subjectivité, une des facettes de l'identité des auteurs des vidéos, photos, textes...^{xxv}.

3-La révolution sera blogguée (The revolution will be blogged)

Dernier point caractéristique, l'agrégation de contenus que rend possible la procédure socio-technique de syndication suppose que l'on s'abonne un fil RSS. Une telle politique du lien relève davantage de l'affiliation temporaire à une forme d'expression subjective plus qu'à une appartenance de type communautaire, comme la notion de «web des communautés» le laissent à penser. Cette politique du lien nous indique combien une multitude de singularités numérique peut décider de s'agréger en un public, politique, culturel autour d'un problème, d'une cause, d'une *issue*^{xxvi}.

Il reste à interroger ce « décisionnisme du lien », cet « âge du *subscribing* », au plan de formes sociales émergentes et à considérer la dimension architecturante des agencements techno-sociaux qui les sous-tendent. Un tel souci nous oriente vers une approche en termes de *design techno-*

culturel. Une approche qui ne veut pas négliger la part configurante des agencements techniques dans les expérimentations expressives.

Des Publics interconnectés : le Net architecte.

Des mouvements sociaux ou culturels, de par le monde et en France, procurent un terrain contrasté d'observation des potentialités d'*empowerment* des technologies sociales développées dans ce contexte expressiviste. S'y articulent des subjectivités et s'y forment des « publics », au sens de John Dewey, c'est des individus regroupés par un « tiers symbolisant » consistant en un problème nécessitant une mobilisation et une réglementation. L'émergence d'un activisme des fans a été également pointé par Henry Jenkins^{xxvii} à propos des conflits entre les majors américaines et les auteurs de films de fans, notamment *Stargate SG-1*:

« Le plus généralement, nous pouvons observer combien les fans déploient les SNS et les applications du Web 2.0 comme MySpace and Flickr comme des outils leur permettant d'identifier leurs pairs et de les amener vers leur cause. Ils recommandent également d'utiliser BitTorrent et autres technologies du P2P pour repérer les fans qui téléchargent des séries afin de les solliciter pour leurs actions ».

Des mobilisations conjointes à cet activisme de fans ont lieu autour du P2P aux USA avec les américains de *Dowhillbattle*, ou encore plus récemment le groupe *Defective By Design* ou en France l'initiative *EUCD.Info*^{xxviii}. *DownhillBattle* se livre, en plus de diffuseur les premiers *mashups* musicaux, à une activité de développement logiciel dit *strategic software*, permettant d'architecturer au plan technique, la culture des contenus libres et les pratiques d'échange et de co-création associées^{xxix}. Ce public ainsi articulé dans l'interconnexion de ces scripts, voix et images singulières vient figurer une forme politique née du réseau et de ses architectures socio-techniques.

De la poïétique à la politique de l'espace augmenté : Internet à l'échelle du territoire.

Internet est passé à l'échelle du territoire. Les pratiques de *moblogging* illustrent parfaitement le slogan qui rassemble ces dernières réflexions en montrant que cette « politique du lien » agrégeant des publics interconnectés, n'est pas localisable dans un seul univers virtuel^{xxx}. Désormais, les données configurées en son sein viennent enrichir le théâtre de la rue et réciproquement comme l'on le voit avec les dites « émeutes » qui sont censées frapper la France en 2006-2007^{xxxii}. Des expérimentations cartographiques aux *locative media*, médias mobiles^{xxxii}, les agencements collectifs et singuliers d'énonciation que représentent cette multitude de billets, vidéos et sons remixés, les photos et vidéos mobblogguées sont désormais porteurs d'une « révolution du pouvoir-dire » qui s'exprime de plus en plus au grand jour^{xxxiii}.

ⁱ Manovich (Lev), « The Poetics of Augmented Space: Learning from Prada », 2005, http://www.manovich.net/DOCS/augmented_space.doc

ⁱⁱ Cf quelques données plus quantitatives sur ces pratiques dans l'encadré ci-dessous.

ⁱⁱⁱ Le Web 2.0, suivant les termes employés par Dale Dougherty, Craig Cline et Tim O'Reilly, vient rendre compte d'un tournant significatif du web dans le cadre d'une conférence tenue en octobre 2004. Ils souhaitent par ce terme mettre l'accent sur la transformation tendancielle du web en « plate forme de données partagées » via le développement d'applications qui viennent architecturer des réseaux sociaux issus de la contribution essentielle des usagers à la création de contenus et des formats de publication (blogs, wiki...). Le Web 2.0 est venu alors désigner la dernière mue d'Internet en plate formes de communication en plate forme d'échanges sociaux via des données expressives, émanant des usagers. Traduction française de Tim O'Reilly, "What Is Web 2.0 ? Design Patterns and Business Generation of Software", 30 septembre 2006.

^{iv} Nous abordons ces dispositifs et pratiques à la fois par une connaissance directe de terrain dans le cadre d'une veille basée elle-même sur la syndication et le tagging (cf <http://www.google.com/reader/shared/00879199684719043850> et http://lowiki.politechnicart.net/doku.php?id=espace_de_veille_sur_le_web_2.0_la_culture_mobile_activismes) mais également par l'analyse d'études, d'enquêtes ou de billets de blogs qui cherchent à les théoriser quasiment en temps réel. Cette « théorie endogène » constitue notre second terrain de réflexion.

^v La Chambre des Représentants américaine a voté le 8 juin 2006 la loi Cope ("Communication Opportunity, Promotion and Enhancement Act"), et notamment son volet sur la neutralité sur Internet. Ce principe, tenant plus de la "common law", a permis jusqu'alors de garantir aux utilisateurs américains d'Internet un traitement égal et neutre de toutes les données passant sur le réseau, sans distinction de poids, de provenance ou de nature (texte, image, voix, vidéo...). Et ce au moment où les services proposés par les fournisseurs de contenus demandent des débits de plus en plus élevés (téléchargement, jeux en ligne, VoIP...). En autorisant les opérateurs télécom, sur les réseaux par lesquels transitent les données à mettre en place une tarification à plusieurs vitesses, en fonction notamment du poids et de la bande passante utilisée, le législateur américain a pris le parti pris d'abroger ce principe dans l'intérêt du très puissant lobby des opérateurs télécom et câblo-opérateurs (ATT, Bell South, Verizon, ComCast...). Une campagne s'est donc engagée pour la « neutralité du net » a eu lieu durant tout le printemps-été 2006 mobilisant les riches entreprises du net comme Google, Yahoo mais aussi des collectifs *grassroots* ou encore des particuliers qui produisant la majorité du contenu d'Internet s'estiment dans une auto-légitimation constituante « être le web ». cf le site We are the Web sur <http://wearetheweb.org> avec une vidéo drolatique à visionner en priorité.

^{vi} Cette massification est parfois entrevue sous un mode sceptique ou critique, cf la controverse sur l'hégémonie de l'amateurisme sur le blog *Rough Type*. Nicholas Carr's Blog, "The Amoralité of Web 2.0", 3 octobre 2005, http://www.rough.type.com/archives/2005/10/the_amorality_o.php. Cf encore la controverse sur l'ouvrage de Andrew Keen, *The Cult of the Amateur : How today's Internet is killing our culture*, Currency ed., 2007 ainsi que son *Anti Web 2.0 manifesto* sur différentes listes de discussion, dont [IDC].

^{vii} Cf le billet de Howard Rheingold, traduit en français dans ce dossier.

^{viii} Proulx (Serge) et Bardini (Thierry.), « La culture du hack en ligne, une rupture avec les normes de la modernité », *Les Cahiers du numérique*, 3 (2), 2002, pp. 35-54.

^{ix} Van Hippel (Eric), *Democratizing Innovation*, Boston : MIT, 2005. Sur ce sujet, cf le débat sur le « crowdsourcing » qui consiste à externaliser des tâches informatiques, graphiques à des usagers co-développeurs volontaires. On peut citer l'exemple de *Mechanical Turk* d'Amazon qui rénumère à la tâche des individus participant à la « maintenance » d'Amazon, par exemple identifier des photos... cf Jeff Howe, « The Rise of Crowdsourcing », 14 juin 2005, <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html> et son commentaire en français, Hubert Guillaud, La montée du "crowdsourcing", <http://www.internetactu.net/?p=6470>. Quelques réflexions pointent également la prédation du « travail expressif » mené par tous ceux qui font le web au profit de

grandes entreprises du net comme Yahoo, Google, MySpace...cf le site « Who make and owns your work » sur http://www.whomakesandownsyourwork.org/mw/index.php?title=Main_Page

^x sur cette ambivalence cf la distinction faite par le juriste Lawrence Lessig entre le «vrai partage » et «le faux partage », celui qui permet la remixabilité et l'échange des données à lire dans un billet sur l'éthique du web 2.0 <http://www.lessig.org/blog/archives/003570.shtml>. Pour des développements sur les profits à faire avec ce travail expressif des internautes, cf notre introduction et le passage sur le *crowdsourcing*.

^{xi} Début 2005, le *mashup* de pratique musicale est devenue une pratique informatique avec *Housing Maps*, fusionnant un hack de *GoogleMaps*, qui venait de sortir son application, avec un site d'informations locales et de petites annonces immobilières de la baie de San Francisco, *CraigList* (www.housingmaps.com). Aujourd'hui, on compte des centaines de mashups de *GoogleMaps* (www.programmableweb.com/matrix). Ces *mashup* d'Applications Logicielles fabriqués en combinant les contenus et les programmes de plusieurs sites et en siphonnant en temps réel les ressources des sites originels présentent encore l'avantage de ne pas nécessiter de serveurs puissants. Il existe un générateur d'applications Web 2.0, où l'on peut associer *GoogleMaps*, *Delicious*, *RSS*, *Ebay*, *Blogger*, *Flicker*, *Internet Archive*, *Skype*, *Creative Commons*...suivant des variantes infinies, utiles inutiles, loufoques mais aussi plus politiques. <http://www.programmableweb.com/matrix>

^{xii}« Remix and remixability », article posté le 16 novembre 2005 sur la liste de discussion *Nettime* : <http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-0511/msg00060.html>. Cf d'autres exemples de remixage sur des vidéos militantes dans l'article d'Olivier Blondeau dans ce numéro.

^{xiii}Green (Adam), "Darwinian Web", billet disponible en ligne sur : <http://www.darwinianweb.com/archive/2005/1118.html>. Appelés *Yahoo Pipes*, *Teqlos*, *Dapps*, modules, mashups etc., de nouveaux services permettant aux développeurs et aux utilisateurs de construire de petites applications et des mashups pour transformer et ré-utiliser des données visuelles, sonores ou textuelles. Ces applications sont destinées à des non-programmeurs et sont quasiment désormais *plug and play*.

^{xiv}Foucault (Michel), « Technologies du soi », 1988 in *Dits et Ecrits*, vol.II (1976-1988), Paris : Gallimard, 2001.

^{xv}Le terme mashup qui signifie originellement « purée », « compote » a été détournée à des fins créatives pour décrire d'abord une pratique de mixage intégral, l'unité étant le titre entier, de chansons puis aujourd'hui la fusion d'applications logicielles (API). Ainsi, en 2004, le DJ d'Atlanta Danger Mouse réalisait un mashup mélangeant le célèbre Album blanc des Beatles et l'Album noir du rappeur Jay-Z. Ce fameux Grey Album a donné lieu à une mobilisation des activistes du copyright du monde entier pour diffuser cet album interdit par EMI et Sony qui détenaient les droits d'auteur des Beatles, notamment par le collectif *DownhillBattle.org*

^{xvi} Martucelli (Danilo), *Grammaires de l'individu*, Paris : Gallimard, 2002, pp.364-367

^{xvii} Un flux RSS ou fil RSS (*RSS feed* en anglais), sigle de *Really Simple Syndication* (syndication vraiment simple), ou de *Rich Site Summary* (Sommaire d'un site enrichi) est un format de syndication de contenu Web. Ce système rend possible la diffusion des nouvelles de sites d'information ou des blogs, ce qui permet de rapidement consulter ces dernières sans visiter le site. C'est un fichier XML dynamique dont votre lecteur RSS affiche le contenu qui est mis à jour en permanence (Source : Wikipédia).

^{xviii} Suivant les définitions de Wikipédia : « un moblog est un mot-valise des termes « mobile » et « weblog ». Un weblog mobile, ou moblog, est défini par du contenu édité sur Internet depuis un appareil mobile, tel qu'un téléphone cellulaire ou un assistant personnel (PDA) ».

^{xix}Le podcasting ou la baladodiffusion est un moyen habituellement gratuit de diffusion de fichiers audio ou vidéo sur Internet que l'on nomme podcasts (balados en français). Par l'entremise d'un abonnement aux flux RSS (*Really Simple Syndication*), le *podcasting* permet aux utilisateurs d'automatiser le téléchargement d'émissions audio ou vidéo, notamment pour leur baladeur numérique

(tel que l'iPod d'Apple), sur le disque dur de leur ordinateur personnel, pour une écoute immédiate ou ultérieure ». (Source : Wikipédia).

^{xx} Guattari (Felix), *Chaosmose*, Paris : Galilée, 1992., p.12

^{xxi} Sur MySpace, cf l'article de Dannah Boyd dans ce numéro.

^{xxii} Sur cette problématique de l'authenticité reflexive, cf Allard (Laurence), Vandenberghe (Frédéric), "Express Yourself! Entre légitimation techno-politique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer". In *Réseaux*. Paris : Hermès, 2003, n°117.

^{xxiii} Cf le débat sur l'utilisation par les services secrets de la NSA des données exposées sur les *Social Networking Sites* : « Privacy and swarming » sur <http://www.newscientisttech.com/article/mg19025556.200-pentagon-sets-its-sights-on-social-networking-websites.html>. Cf également l'utilisation des données perdues sur Aol sur ce billet : « Vous avez sans doute entendu parler de la monstrueuse bourde d'AOL. Le portail a mis en ligne plus de 20 millions de requêtes, effectuées durant trois mois par 650.000 de ses utilisateurs américains. Les identifiants de ces internautes ont été dissimulés derrière des chiffres, mais cela n'a pas toujours suffi pour garantir leur anonymat. *The New York Times* a par exemple facilement retrouvé une retraitée à partir de ses requêtes. Le fichier a été supprimé par AOL, mais circule, et certains ont même mis en ligne des moteurs de recherche spécifiques. C'est ainsi que l'on peut lire les requêtes de certains utilisateurs. Le grand jeu ce mercredi, c'est de pister les plus bizarres. Et l'un des plus célèbres est déjà le 711391. Derrière cet identifiant, un couple...la suite sur http://www.chryde.net/blog/2006/08/le_web_regorge_.html

^{xxiv} Appadurai (Arjun), *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*, Paris : Payot, 2001.

^{xxv} Pour une étude plus approfondie de tagscapes d'auteurs de vidéos de JT remixés durant les émeutes de banlieues, cf Allard (Laurence) et Blondeau (Olivier), *La Racaille peut-elle parler ? » Hermès*, Volume 31, N° 1, Hiver 2007. Nous avons notamment travaillé sur un extrait de JT sur les émeutes de banlieue de novembre 2005 postées deux fois par deux utilisateurs sur *Daily Motion*, « Camp611 » et « Waqass93 », que seul le *tagscape* permet de différencier :

-Tagscape de Camp 611 : « 911 air animation armee army betar chirac clip defense eglise enfants france fun guerre Hamas hommage humour infos irak Israël israel jerusalem jew jewish jihad juif juifs juive ligue martyr music musique nazi news palestine peace pub sauveteurs shahid sionisme sioniste sionistes terrorisme tv usa war yerushalaïm zak »

- Tagscape de Waqass 93 : « 50cent aïe ajnabee baston bep bled bollywood boské bosquets chinois cliché courtmetrage ek émeutes fiftycent foot football freestyle goblets guerre info journal kaira kick Kourtrajmé montfermeil ».

^{xxvi} Le « public se constitue dans et par des activités qui sont destinées à identifier un intérêt de réglementation publique », rappelle Dewey dans *Le public et ses problèmes*, et comme le résume Joëlle Zacks dans sa préface, « le public au sens passif et l'objet du public au sens actif, comme sujet politique. ». Dewey (John), *Le public et ses problèmes*, Pau : Farrago, 2005,

^{xxvii} Jenkins (Henry), « Downloading for the Cause », 29 août 2006, http://www.convergenceculture.org/weblog/2006/08/fan_activism_in_a_networked_cu.html. Sur les mobilisations autour du P2P cf les groupes américains <http://downhillbattle.org> et <http://defectivebydesign.org/>.

^{xxviii} cf ici l'entretien de Christophe Espern.

^{xxix} Cf *Broadcast Machine*, *Democracy Tv*, *BlogTorrent*, *VideoBomb* associant vidéoblogging, syndication, P2P et système réputationnel.

^{xxx} Même l'univers persistant SecondLife n'est plus un monde clos sur lui-même dont le territoire se limiterait à la carte. La carte ne fait pas le territoire ici comme ailleurs. L'univers de SecondLife est

pervasif, poreux, il déborde sans cesse de sa carte : avec les vidéos des concerts ou de manifestations visibles aussi sur YouTube, Daily Motion, avec les captures d'écran d'avatars hébergées sur Flickr accessibles depuis un navigateur sur le jeu, ou encore avec des actions politiques telles le *Darfur*.

^{xxx}Ainsi durant les incidents de mars 2007 à la Gare du Nord, sous le tag « Gare du Nord » des images prises dans la gare depuis des mobiles ont été envoyés en nombre sur le site francophone de publication et d'édition de vidéos, *Daily Motion*.

^{xxxii}Pour un point sur ces expérimentations, cf la conférence « Where 2.0 », <http://conferences.oreillynet.com/where2006/> cf notamment *Yellow Arrow* qui associe la logique réputationnelle de billets comme *Digg*, le mobile et la cartographie sur le net ou encore Twitter.com qui permet, entre autres, de poster des messages depuis un mobile sur un site, de syndiquer ces messages.

Parmi ces outils, ressources : le système cartographique libre, Open Streets, <http://www.openstreetmap.org/> ; le site <http://googlemapsmania.blogspot.com/> fourmillant d'exemple ainsi que la *Matrix Mashup* déjà cité.

Cf notamment la possibilité de *geotagging* de son album photos sur Flickr et de retrouver des images via ces *geotags* sur un lieu, une ville, un pays : <http://www.flickr.com>. Pour d'autres exemples de projets culturels basés sur les médias mobiles, cf Allard (Laurence), « Pragmatique du tagging », conférence au séminaire *Culture 2.0*, Ministère de la Culture, novembre 2006, http://lowiki.politechnicart.net/doku.php?id=culture_2.0_novembre_2006. Notamment l'utilisation de *mobtag* pour télécharger des images, vidéos...

^{xxxiii}Cf Castells (Manuel), Fernandez-Ardevol (Mireia), Linchuan Qiu (Jack), Sey (Araba), *Mobile Communication and Society*, Boston : MIT Press : 2006.

GLOSSAIRE

FOLKSONOMY/TAG : Le *tagging* permet aux auteurs et lecteurs sur Internet d'opérer un repérage dans cet univers dynamique de données et de contenus en tout genre (textes, sons, images...) en indexant ces derniers à travers des mots-clés des catégories qui leurs sont propres, sous un *tag* vernaculaire. Ce faisant à l'opposé des ontologies du web sémantique, par la pragmatique du tagging se créent une *folksonomy*, c'est à dire un taxinomie issue des usagers eux-mêmes. Cf le site de T.Vanderwal, inventeur du terme. <http://www.vanderwal.net/>

MASHUP : Le terme *mashup* qui signifie originellement « purée », « compote » a été détournée à des fins créatives pour décrire d'abord une pratique de mixage intégral, l'unité étant le titre entier, de chansons puis aujourd'hui la fusion d'applications logicielles (API). Ainsi, en 2004, le DJ d'Atlanta *Danger Mouse* réalisait un mashup mélangeant le célèbre Album blanc des Beatles et l'Album noir du rappeur Jay-Z. Ce fameux *Grey Album* a donné lieu à une mobilisation des activistes du copyright du monde entier pour diffuser cet album interdit par

EMI et Sony qui détenaient les droits d'auteur des Beatles, notamment *DownhillBattle.org*

MOBLOG : Suivant les définitions de Wikipédia : « un moblog est un mot-valise des termes « mobile » et « weblog ». Un weblog mobile, ou moblog, est défini par du contenu édité sur Internet depuis un appareil mobile, tel qu'un téléphone cellulaire ou un assistant personnel (PDA). Source : Wikipédia.

PODCASTING : La baladodiffusion est un moyen habituellement gratuit de diffusion de fichiers audio ou vidéo sur Internet que l'on nomme podcasts (balados en français). Par l'entremise d'un abonnement aux flux RSS (Really Simple Syndication), la baladodiffusion permet aux utilisateurs d'automatiser le téléchargement d'émissions audio ou vidéo, notamment pour leur baladeur numérique (tel que l'iPod d'Apple), sur le disque dur de leur ordinateur personnel, pour une écoute immédiate ou ultérieure ». (Source : Wikipédia).

RSS : « Un flux RSS ou fil RSS ("RSS feed" en anglais), sigle de Really Simple Syndication (syndication vraiment simple), ou de Rich Site Summary (Sommaire d'un site enrichi) est un format de syndication de contenu Web. Ce système permet de diffuser les nouvelles des sites d'information ou des blogs, ce qui permet de rapidement consulter ces dernières sans visiter le site. C'est un fichier XML dynamique dont votre lecteur RSS affiche le contenu qui est mis à jour en permanence. Il existe sept formats différents de RSS, ce qui rend indispensable l'établissement d'une norme » (Source : Wikipédia).

WEB 2.0 : Le Web 2.0, suivant les termes employés par Dale Dougherty, Craig Cline et Tim O'Reilly, vient rendre compte d'un tournant significatif du web dans le cadre d'une conférence tenue en octobre 2004. Ils souhaitent par ce terme mettre l'accent sur la transformation tendancielle du web en « plate forme de données partagées » via le développement d'applications qui viennent architecturer des réseaux sociaux issus de la contribution essentielle des usagers à la création de contenus et des formats de publication (blogs, wiki...). Le Web 2.0 est venu alors désigner la dernière mue d'Internet en plate formes de communication en plate forme d'échanges sociaux via des données expressives, émancipant des usagers. Traduction française de Tim O'Reilly, "What Is Web 2.0 ? Design Patterns and Business Generation of Software", 30 septembre 2006.

ENCADRE 1 : Quelques données quantitatives indicatives(2006-2007) sur le Web2.0.

PHOTOS VIDEOS

Flickr est l'un des nombreux services de partage de photos en ligne, à ce jour le plus connu et le plus utilisé dans sa fonction de partage. Ce service, né officiellement le 10 février 2004, et conçu à l'origine comme un blog photo que ses propres concepteurs avaient conçus comme un projet photographique de jeu en ligne multijoueurs, a dépassé en août 2006 les 230 millions de photos hébergées et 4,5 millions d'utilisateurs enregistrés avec 900 000 photos entrantes par jour .

Alors que YouTube totalise quelques 100 millions de vidéos vues dont 65 000 nouvelles vidéos par mois et collecté plus de 35 millions de vidéos d'amateurs , plus de 125 000 vidéos et 1 500 nouveaux clips viennent enrichir chaque jour Daily Motion avec pour 100 00 visiteurs uniques et 1,5 millions de pages vues par jour en 2006.

FOLKSONOMIES/BLOGS

Sur Technorati, un moteur de recherche sur Internet spécialisé dans le domaine des blogs, 47 % des billets de blogs postés chaque jour ont un tag associé à leur contenu (soit 560 000 billets sur 1,2 millions). Parmi ces tags, 12 millions sont des tags uniques, c'est à dire des auto-catégorisations imaginées par les lecteurs des billets. On a vu ainsi apparaître des blogs se présentant comme des listes de tags renvoyant sur les messages. Nous verrons plus loin la dimension identitaire de ces univers sémantiques.

La pratique culturelle numérique typique de cet âge de l'expressivisme de masse demeure le blogging. Suivant les données de Technorati sur « l'état de la blogosphère » en août 2006, de par le monde, on dénombre plus de 50 millions de blogs et environ 175 000 nouveaux blogs sont créés chaque jour, soit 2 blogs par seconde par jours. Le volume des billets postés est de 1.6 millions de post par jour soit 18.6 posts par seconde.

FRANCE, TERRE DES SKYBLOGS

Concernant la situation en France, pour indication, suivant les tendances dressées par Médiamétrie, plus de 7,3 millions d'internautes consultent au moins un blog chaque mois tandis plus de 3,2 millions d'internautes ont créé un blog et 4 millions ont déjà posté un commentaire fin 2005. La France occupe la quatrième position dans la pratique du blog avec 9 millions de blogs, dont 2,5 millions de blogs actifs, c'est à dire sur lesquels il y a eu des billets postés depuis moins de trois mois. Skyblog, service de la radio Skyrock, lancé le 17 décembre 2002 comptait plus de 7 500 000 blogs, environ 360 000 000 articles et 780 000 000 commentaires. Il était, d'après Alexa Internet, le troisième site français le plus visité (juste après google.fr) et se trouvait dans le top 100 des sites les plus fréquentés, à l'échelle internationale en 2006.

Skyblog est un service par la radio française Skyrock, permettant de créer un blog très facilement. Sa simplicité et sa sobriété par rapport à d'autres blogs lui vaut un certain succès auprès des adolescents francophones et des jeunes adultes (Source Wikipédia).

FRANCE, NOMBRE DE CONTRIBUTEURS

Selon une étude de Médiamétrie, il y aurait 3, 1 M de contributeurs en France . Une grande majorité des internautes assidus sont passés du statut de « simples visiteurs » à celui de « contributeurs ». Qu'il s'agisse de donner son avis sur un produit ou un service, de voter pour un site, de devenir « bêta testeur », de contribuer à un wiki, de poster un commentaire sur un blog ou de participer à un forum, on compte aujourd'hui plus de 8 internautes assidus sur 10 (83,7 %) qui utilisent toutes les possibilités d'interactivité du web pour s'exprimer et participer en ligne, soit 14,8 millions d'internautes assidus « contributeurs ».

Une part non négligeable des internautes assidus sont devenus des « créateurs » de contenus multimédias (textes, audio, vidéo). Qu'il s'agisse de créer un forum de discussion, de posséder son blog ou de diffuser ses propres contenus audio et vidéo, on dénombre plus de 3,1 millions d'internautes assidus qui ont franchi le cap de la création sur Internet, ce qui représente 17,5% des internautes assidus.

MEDIA MOBILES (LOCATIVE MEDIA)

Médiamétrie se penche sur l'audience de l'internet mobile: la société a créé un nouveau panel pour mesurer la fréquentation des sites internet, des chaînes de télévision et le taux des téléchargements depuis un téléphone mobile. «Des résultats seront également disponibles sur le profil des "mobinautes" - sexe, âge, opérateur téléphonique - et leur localisation lors de la consultation de l'internet mobile - domicile, travail et autres lieux», précise le spécialiste de la mesure d'audience.

Le panel sera composé de 2.500 «mobinautes représentatifs», interrogés en deux vagues annuelles: en mai et juin, puis en septembre et octobre.

«Le téléphone mobile devient un canal majeur de diffusion de contenus. C'est un nouveau média à part entière qui nécessite la conduite d'études approfondies et reconnues, et le panel de mobinautes de Médiamétrie est le premier outil qui va donner des informations sur les comportements d'audience sur le mobile, note dans un communiqué Benoît Cassaigne, directeur du département internet et téléphonie mobile de la société.

<http://www.zdnet.fr/actualites/internet/0,39020774,39368075,00.htm>