
Le succès du web 2.0 : histoire, techniques et controverse.

Olivier Le Deuff

Cersic-Erellif EA 3207

Université Rennes 2

*(6, avenue Gaston Berger - CS 24307 35043 **RENNES** Cedex)*

Oledeuff@gmail.com

RÉSUMÉ. Le succès du web 2.0 nécessite une analyse afin de tenter de définir un terme fortement employé depuis quelques mois mais dont il est très difficile de déterminer les frontières tant théoriques que techniques. Nous tentons ici d'apporter quelques éclaircissements sur ce phénomène.

ABSTRACT. The success of Web 2.0 requires an analysis to delimit a word which borders are confused. We try here to found some explanations on this phenomenon.

MOTS-CLÉS : web 2.0, histoire des techniques, controverse, réseaux sociaux.

KEYWORDS: web 2.0, history of technologies, controversy, social networks

1. Introduction

Le but de notre propos est d'analyser la notion de web 2.0 qui est très à la mode du point de vue « web marketing » et qui est parfois décrite par certains techniciens du web. Nous pouvons même poser la question : le web 2.0 existe-t-il vraiment ? Il semble en effet que le web 2.0 soit d'abord une idée, et peut-être même une idée recyclée. Néanmoins le succès du web 2.0 est notable. Quels concepts pourraient nous aider à comprendre les conditions de la réussite d'une notion aussi floue ? Nous sommes confrontés ici à de fortes hybridations entre les techniques, les individus, les imaginaires et les discours. Ce travail nous interroge aussi sur notre posture tant nous sommes au cœur de ces dispositifs au point d'en vanter parfois les mérites¹. Il nous a fallu sortir des a priori et tenter de mieux discerner mythes, utopies voire dystopies qui entourent le web 2.0. Nous sommes donc confrontés à un processus émergent et qui est parvenu à obtenir un écho fort ce que certains nomment parfois *buzz* dans la *blogosphère*. D'ailleurs le web 2.0 fonctionne comme un marketing viral parfois également appelé *buzz marketing*. Faut-il se tourner dès lors vers la mémétique² (Dawkins 2003)? Par conséquent que dire du *mème* « web 2.0 » si ce n'est qu'il évolue effectivement selon chacun et qu'il est donc difficile de bien le saisir et l'isoler. Notre maîtrise de la mémétique est encore trop limitée pour que nous puissions procéder à une analyse uniquement par ce biais. Les travaux de Dan Sperber (Sperber 1996) autour d'une approche épidémiologique ainsi que ceux de l'historien Raoul Girardet (Girardet, 1986) concernant le mythe du complot constituent également des pistes intéressantes sur les théories concernant l'évolution des idées. Nous avons donc fait le choix de procéder à une analyse des conditions historiques et techniques d'émergence du phénomène ce qui nous a conduit à nous interroger sur les visions (les imaginaires ?) et les aspects sous-jacents du web 2.0.

2. Historique

Le web 2.0 s'inscrit dans un processus historique lié bien sûr à l'histoire de l'Internet mais aussi à celle des innovations ou prétendues telles.

Désormais, nous disposons d'un peu de recul depuis la création de la « formule » web 2.0 par Dale Dougherty, membre de l'équipe de Tim O'Reilly³, au cours d'une réflexion avec Craig Cline de *MediaLive* au cours de l'été 2004. Le journaliste John Batelle, un des cofondateurs de *Wired Magazine* fut ensuite recruté pour donner une perspective plus commerciale et plus orientée O'Reilly. La première conférence web

¹Notamment sur notre site : le guide des égarés.<www.guidedesegares.fr>

² La mémétique apparaît pour la première fois dans un ouvrage de l'éthologiste Richard Dawkins et constitue une association entre le mot gène et *mimesis*. Le *mème* est l'entité d'information qui se transmet d'un individu à l'autre en subissant des modifications

³ La compagnie O'Reilly édite notamment de nombreux ouvrages dans le domaine de l'informatique

2.0 allait donc se tenir en octobre 2004⁴. D'emblée, il faut s'interroger sur le créateur. En effet, Dale Dougherty est qualifié parfois de pionnier de l'Internet mais il est surtout le premier à développer une vision commerciale du web en créant le GNN (Global Network Navigator) qui fut le premier site à inclure de la publicité en 1993 et qui fut racheté par AOL en 1995.⁵ Nous remarquons déjà une similitude avec les quelques sites qualifiés de web 2.0 et qui ont été rachetés par de plus grandes entreprises. Il est difficile de bien discerner la part de Craig Cline dans la formulation du terme. Ce dernier venant de décéder récemment en septembre 2006. Son *blog* n'était d'ailleurs plus remis à jour depuis l'aggravation de sa maladie. Tim O'Reilly ne le cite étrangement pas dans son article « pionnier » qui tente de faire le point sur le sujet.⁶ Malgré tout, il semble qu'il y ait bien un début historique certainement mythifié mais un début quand même à cette notion de web 2.0 car il apparaît difficile de le qualifier encore de concept. L'aspect commercial voire propriétaire du web 2.0 s'est vu récemment dans la volonté d'O'Reilly de s'accaparer le nom Web 2.0 pour ne pas dire de la marque⁷. De fait O'Reilly souhaite que les conférences web 2.0 restent son apanage en utilisant « web 2.0 » comme dépôt de service. Tim O'Reilly⁸ sur son *blog* a bien admis avoir fait un « faux-pas » (sic) mais s'explique longuement sur sa volonté de protéger les conférences web 2.0 que son groupe a été le premier à mettre en place. Les arguments peuvent être convaincants mais l'interrogation demeure notamment à propos du contenu intrinsèque du web 2.0. O'Reilly peut breveter une offre de service peut-être mais en aucun cas ne peut breveter une idée ou un concept sans quoi la légalité même de notre propos pourrait être remise en cause.

D'un point de vue historique le terme de web 2.0 est révélateur. Tout d'abord le choix d'utiliser le terme de web par rapport à celui d'Internet n'est pas négligeable. Outre l'effet marketing d'un terme plus court, le web et l'Internet sont parfois difficiles à distinguer pour l'internaute lambda. Internet désignant un réseau de réseaux tandis que le web est une application d'Internet. Le web se réfère ainsi plus à l'aspect informationnel qu'à la structure physique. Il ne faut pas oublier que le web n'est historiquement que le troisième terme du WWW (world wide web). L'appellation web renvoie à une vision de réseau extrêmement interconnecté basé sur des hypermédias doublement reliés. Or les différentes études sur les formes du cyberspace, puisque tel était le terme en vogue il y a encore quelques années, ont démontré que la vision de la toile d'araignée était fautive.

⁴ <http://www.web2con.com/>

⁵ Nous n'avons pu vérifier s'il s'agit vraiment du premier site à vocation commerciale ouvert. L'information est reprise dans les biographies sur Dougherty et peut être consulté notamment sur le site d'O'Reilly :

<http://www.oreillynet.com/pub/au/26>

⁶ Tim O'Reilly. *What is web 2.0 ?*

⁷ http://breese.blogs.com/pi/2006/06/a_qui_appartien.html#more

⁸ Tim O'Reilly.

http://radar.oreilly.com/archives/2006/05/web_20_service_mark_controvers.html

Dès lors à quelle vision se réfère le web 2.0 si ce n'est un retour aux premiers mythes du web ? Il est vrai que les applications web 2.0 correspondent plus à cette idéologie première. Tim O' Reilly tente de montrer cette filiation en évoquant l'exemple des doubles liens même s'il reconnaît que ce n'est pas exactement le même phénomène (O'REI 2005) :

« Interestingly, two-way links were the goal of early hypertext systems like Xanadu. Hypertext purists have celebrated trackbacks as a step towards two way links. But note that trackbacks are not properly two-way--rather, they are really (potentially) symmetrical one-way links that create the effect of two way links. The difference may seem subtle, but in practice it is enormous. »

Finalement Pierre Lévy résume bien le phénomène⁹ :

« Tout cela manifeste une exploration sociale des diverses formes d'intelligence collective rendues possibles par le web et représente donc une évolution très positive. Mais, en fin de compte, il s'agit d'une exploitation par et pour le plus grand nombre de potentialités qui étaient techniquement et philosophiquement déjà présentes dès l'apparition du web en 93-94. Je vois là une maturation culturelle et sociale du web (qui a été conçu dès l'origine par Tim Berners Lee pour favoriser les processus collaboratifs) plutôt qu'un saut épistémologique majeur. »

Philosophiquement et intellectuellement les aspects développés par le web 2.0 ne sont pas nouveaux. Les réseaux sociaux souvent associés au web 2.0 popularisés par les ouvrages d'Howard Rheingold (RHE 1995) ont déjà été évoqués par des chercheurs comme Bela Banathy.¹⁰ Pierre Chappaz, le créateur de *wikio*¹¹ en est bien conscient¹²:

« De ce point de vue, le Web 2.0 n'est pas nouveau car cette logique correspond au rêve de l'Internet depuis le début. Ce qui est nouveau, c'est que cela devienne une réalité. »

La technologie

Le web 2.0 est-il d'ailleurs une technologie ? Au sens étymologique du terme, nous serions tentés de répondre par l'affirmative tant le *logos* et la *tecknê* sont mêlés

⁹ Interview de Pierre Lévy par Denis Failly du 17 juillet 2006 :

<http://nextmodernitylibrary.blogspot.com/archive/2006/07/13/ieml.html>

¹⁰ Banathy B., *Systems science and science : proceedings of the twenty-fourth annual North American meeting of the Society for General Systems Research with the American Association for the Advancement of Science*, San Francisco, California, January 7-10, 1980 / editor, Bela H. Banathy.

¹¹ <<http://www.wikio.fr>>

¹² Interview du 13 février 2006 de Pierre Chappaz sur le journal du net

< http://www.journaldunet.com/itws/it_chappaz4.shtml>

dans le web 2.0. Le web 2.0 est avant tout un ensemble de techniques regroupées dans un discours qui se veut fédérateur et innovant. Pourtant il y- a-t- il eu vraiment rupture ?

Historiquement nous avons montré que la notion de web 2.0 apparaît comme erronée dans la mesure où ce web ne fait que reprendre des idées déjà présentes dans l'histoire d'Internet. Techniquement, il n'y a pas de révolution. Le terme de révolution n'est nullement pertinent dans le cas du web 2.0 et nous partageons en ce sens les propos de Lucien Sfez (Sfez 2002 p.42):

« La Révolution technique apparaît alors comme une solution paresseuse qui évite les analyses précises et couvre un ensemble hétéroclite et manichéen. S'opposent en effet avant et après. »

Le web 2.0 utilise des technologies existantes et accessibles à la plupart des dernières versions des navigateurs. Certaines ont mis beaucoup de temps à véritablement émerger ce qui n'est pas un fait nouveau en ce qui concerne les TIC¹³. Le web 2.0 repose donc sur des technologies fiables ou plutôt fonctionnelles¹⁴:

- HTML et notamment XHTML qui sont des protocoles déjà fort anciens.
- Les feuilles de style basées sur la recommandation CSS dont la CSS 2.0 date de 1998.
- Les codes « Javascript » que Netscape a intégré à son navigateur en 1995.
- XML dont la recommandation a été publiée en 1998.
- Les possibilités de syndication ATOM et RSS qui a également été créée par Netscape en 1999.
- Le protocole http dont la dernière version date de 1999 en attendant IPv6
- Les identifiants universels URI
- Rest (representational state transfer) qui remonte à 2000
- Services web. API.
- SQL créée à la fin des années 1970.

L'approche *Ajax* (Asynchronous JavaScript and XML) n'est pas mentionnée dans cette liste car elle n'est pas une véritable technologie ni une nouveauté et encore moins un standard reconnu par le W3C. En effet Ajax utilise les technologies citées plus haut afin de gagner en esthétique et souplesse pour l'utilisateur au détriment

13 Le brevet du modèle cellulaire dans les mobiles date de 1956 !

14 Sur ces aspects techniques, nous avons consulté le site <http://xml.fr.org> et notamment l'article d'Eric Van der Vlist. *Web 2.0 : mythe et réalité.*
<<http://xmlfr.org/actualites/decid/051201-0001>>

parfois de la sécurité¹⁵. L'innovation technique provient des hybridations issues des *API* (Application Program Interface) de certains sites comme *GoogleMaps* qui aboutit à la création de « *Mashups* », autre terme très à la mode dans le web 2.0 et qui pourrait être traduit par mixage. Il existe tout un vocabulaire autour du web 2.0 parmi lesquels nous trouvons bien sûr les *blogs* et autres *tags*.¹⁶

Finalement nous remarquons grâce à cette liste que Netscape qui est décrite par O'Reilly comme société web 1.0 est quelque part à l'origine du web 2.0 grâce aux techniques qu'elle a apportées et aussi par sa volonté de passer du *desktop* au *webtop*. Néanmoins selon O'Reilly, Netscape demeure une société productrice de logiciels tandis que l'essentiel de la valeur ajoutée provient des services et des données qui circulent. Les serveurs web et navigateurs ne demeurant que de simples outils. O'Reilly différencie ainsi les *hardwares*, les *softwares* et les *infowares*. Ces derniers devenant les nouveaux gagnants et producteurs de valeur ajoutée.

Quelles visions ?

L'expression 2.0 est étonnante car Tim O'Reilly cherche à s'affranchir du software, or ce côté chiffré n'est pas sans rappeler le format des différentes versions des logiciels. Outre ce fait, il entend qu'il a existé un web premier et que désormais nous rentrerions dans un âge second qui précéderait probablement un troisième. Outre une impression de rendre quasi préhistorique « l'ancien web », il nous semble que la référence soit plus ésotérique ou tout au moins orientée « *new age* ». En effet, ce passage du web 1.0 au passage du web 2.0 n'est pas sans rappeler chez les ésotéristes ou chez les astrologues le passage de l'ère du poisson dans laquelle nous nous trouverions à l'ère du verseau. Cette expression de nouvel âge ne signifie finalement pas grand-chose si ce n'est que chacun peut y mettre ses rêves et désirs. Le web 2.0 procède de la même manière en étant avant tout un état d'esprit ou plutôt une attitude comme le dit O'Reilly. Difficile dans ces conditions de pouvoir parler de concept, ou d'identifier clairement le processus technologique ce qui agace énormément des techniciens informatiques. Il n'est pas évident de connaître l'influence de l'imaginaire des créateurs de sites « web 2.0 ». Il nous semble que les idéaux cyberpunks et de science fiction y soit moins présents que dans les premiers temps de l'Internet quoique William Gibson le créateur du terme cyberspace publie régulièrement sur son *blog*¹⁷. Le discours global reste celui d'une utopie de la

15 Evers, Joris. *Les développeurs des sites web 2.0 négligent-ils la sécurité des utilisateurs?*
4 août 2006

<<http://www.zdnet.fr/actualites/informatique/0,39040745,39362536,00.htm>>

16 Bordage, Frédéric *Web 2.0 : le Glossaire*

<http://www.indexel.net/1_6_4471__3_/15/90/1/Web_2.0__le_glossaire.htm?origin=900>

A l'heure où nous écrivons cet article, le journal du net vient de mettre en ligne pour se retrouver dans cette « jungle » de mots incompréhensibles pour les non-initiés :

<http://www.journaldunet.com/diaporama/0610-dicoweb2/index.shtml>

17 <<http://williamgibsonbooks.com/blog/archive.asp>>

communication en perpétuel progrès qui fait d'un web 1.0 un avant et du web 2.0 un après formidable. Ces discours ne sont pas dénués d'une évidente empreinte commerciale comme bien souvent dans ce type de propos (Sfez 2002, p.83) :

« Ce marqueur de progrès, on le voit, entraîne bien des questions, qui se situent toutes entre économie et humanitarisme : le progrès des techniques change nos vies pour un mieux-être toujours plus étendu. Mais c'est aussi et surtout un argument « vendeur » qui fraie de très près avec l'économie, la compétition et les « coups » de pub. »

Le problème du web 2.0 vient qu'il suscite le soupçon sur l'utilisation uniquement marketing du terme par de nouveaux sites exploitant le phénomène. Le nombre de sites web qui s'ouvrent et qui s'inscrivent dans cette lignée ne cesse de s'accroître¹⁸. Or rien n'oblige à ce que ces technologies web 2.0 ne soient uniquement l'apanage de sociétés privées ce que dénoncent certains *blogueurs*¹⁹. Il est probable que beaucoup ne sont pas inscrits dans la pérennité ce qui peut faire craindre une bulle similaire à celle de 2000. Ils affichent sur leur interface les éléments alpha voire bêta pour montrer que le projet est en phase de test.

A moins que ce ne soit un concept uniquement marketing ? La tentation serait de répondre que les modèles économiques de tous ces dispositifs dit 2.0 sont parfois peu clairs. Comment se financent-ils ? Le but de certaines sociétés repose ainsi sur l'unique espoir d'être rachetée²⁰. En outre, il y a sans doute aussi l'envie de tenter, de créer un projet qui peut aboutir ou tout au moins d'acquérir des compétences pour le marché de l'emploi. Finalement l'inquiétude provient peut-être des données utilisateurs qui peuvent être réutilisées.

18 Quelques sites comme techcrunch recensent les nouvelles créations de type web 2.0. Il y en a chaque jour de nouvelles.

19 « *Les "innovations" que l'on voit poindre au travers du Web 2.0 peuvent être utilisées par tous : les RSS peuvent être agrégées via Firefox ou thunderbird ou même via des outils développés sous SPIP; les Portails existent depuis longtemps et permettent de construire des communautés inter-connectables via les feeds RSS, les newsletters, ...; les TAGS et la personnalisation des informations sont possibles sous Joomla et SPIP également. Ces exemples devraient nous permettre d'entrevoir que nous n'avons pas besoin du marchand pour prendre possession des moyens de communication du Web 1.0, Web 2.0 ou Web 3000 !!!* »

in *Web 2.0 : le retour des Sidth*. <<http://www.esoforums.com/blog/index.php/2006/05/06/65-web-20-le-retour-des-sidth>>s

20 « *Ainsi de nombreux services se créent pour supporter la demande d'outil Web 2.0, avec comme principale finalité de générer du trafic afin d'être rachetés par un investisseur, le plus souvent un moteur de recherche, qui s'en servira pour élargir son offre d'espaces publicitaires.* » in Salaun, Jean Michel. *L'économie du don*.

< <http://grds04.ebsi.umontreal.ca/jms/index.php/2006/08/14/56-economie-du-don>

L'aspect controversé du web 2.0 : l'orientation usager ou le développement du travail gratuit ?

Alors nihil novi sub sole ? Nous ne pouvons nier qu'il y a eu des changements de par la mise en place de ces technologies. La *blogosphère* ne cesse de s'agrandir, les flux *Rss* et les pages d'accueil personnalisées connaissent un succès tout comme les systèmes d'indexation collective libre (Le Deuff, 2006). Par conséquent il ne peut être nié de véritables avancées pour les usagers notamment dans la personnalisation de l'information.

Si nous voulions ne retenir que l'aspect positif, il ne serait guère difficile de donner une tentative de définition du web 2.0 en lui assignant un objectif simple: mettre l'utilisateur au centre et notamment au centre de l'information. Ainsi le web 2.0 va dans le sens d'un système d'information orientée usager et pas seulement axé sur le contenu et les gestionnaires de l'information. C'est d'ailleurs en ce sens que Le Coadic (Le Coadic 2004) conseillait aux systèmes d'information d'évoluer. Une évolution que certains concepteurs ont bien compris au point de faire créer le contenu par les usagers eux-mêmes ce qui est parfois appelé le *crowdsourcing*. Le but de notre article n'est pas d'approfondir ces aspects mais plutôt d'analyser ce qui pourrait constituer le revers de la médaille. En effet, l'évolution du modèle économique de l'Internet et notamment des sites web 2.0 suscitent des interrogations.

La théorie élaborée par le rédacteur en chef de *Wired* Chris Anderson « *the long tail* »²¹ considère que l'économie via Internet permet à tous types de produits de rencontrer des consommateurs. C'est notamment le modèle d'*Amazon*. Cette logique plaiderait pour plus de diversité grâce à des coûts de stockage identique pour le produit populaire et celui qui l'est beaucoup moins. *Amazon* ne se revendique pas web 2.0 probablement parce que son modèle économique s'est stabilisé. Pourtant le site permet aux acheteurs de laisser des commentaires et des évaluations sur les produits. Ainsi *Amazon* bénéficie de l'expérience de ces visiteurs pour créer de la valeur ajoutée sur son site. Pour quelques économistes, il s'agit ni plus ni moins que de travail gratuit.

Une nouvelle forme de travail ?

Il ne s'agit pas seulement de définir de nouveaux métiers voire de nouvelles classes de travailleurs telles que peuvent l'être les *knowledge workers* ou bien de qualifier tous les usagers du net en un *pronétariat* éclairé (ROS). Outre le débat qu'il peut y avoir sur les capacités à faire émerger des idées politiques visibles sur le web, il convient également de s'interroger sur le fait que se développe une forme de

21 La traduction par Internetactu. Net de l'article d'Anderson, paru en octobre 2004 dans *Wired*, peut être consulté :
< <http://www.internetactu.net/?p=5911> >

travail gratuit qui ressemblerait plus à une mutation des activités productives que d'une vraie fin du travail²².

« *The provision of "free labor," (...) is a fundamental moment in the creation of value in the digital economies.* »

Une vision qui va plus loin, la plupart des activités sur Internet même certaines futiles peuvent être assimilées à du travail gratuit²³:

« *The digital economy is an important area of experimentation with value and free cultural/affective labor. It is about specific forms of production (Web design, multimedia production, digital services, and so on), but is also about forms of labor we do not immediately recognize as such: chat, real-life stories, mailing lists, amateur newsletters, and so on. These types of cultural and technical labor are not produced by capitalism in any direct, cause-and-effect fashion; that is, they have not developed simply as an answer to the economic needs of capital* »

Il en va de même pour le marketing viral qui parvient à faire de la publicité sans qu'elle soit pour autant perçue comme telle²⁴. Les entreprises qui souhaitent faire connaître leurs produits vont chercher les moyens de faire parler de leurs produits de manière plus efficaces. Une des caractéristiques des réseaux sociaux sur Internet c'est l'échange d'information sur des prestations et des produits, ce qu'on appelle parfois le système de recommandation. Récemment le site zlio.com mis en place par Jérémie Berrebi, « le jeune prodige de la nouvelle économie »²⁵ cherche à organiser ce système afin que les recommandateurs reçoivent des commissions sur les ventes engendrées. Selon Pierre Chappaz, il y a ainsi un changement au profit des consommateurs²⁶ :

« *La différence, c'est la facilité et la puissance de communication des consommateurs, dont les marques sont obligées de tenir compte. Cela change le rapport de force, en faveur des consommateurs.* »

Mais il existe des tentatives moins louables, ce qu'on nomme parfois astroturfing et qui consiste à utiliser la blogosphère pour transmettre des recommandations via des usagers lambda mais qui sont en fait créés de toute pièce par l'entreprise. Le web

22 Terranova, Tizia Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy in *Electronic Book review*

<<http://www.electronicbookreview.com/thread/technocapitalism/voluntary>>

23 idem.

24 Sur ces questions le site culturebuzz.com apporte quelques éclaircissements sur cette nouvelle tendance publicitaire.

<<http://www.culture-buzz.com/sommaire.php3>>

25 Quelques acteurs de la dite « nouvelle économie » se retrouvent dans ce web 2.0 comme Pierre Chappaz et Jérémie Berrebi. Oriane Garcia, co-créatrice de *caramail* et de *lokace* a lancé un site de lentilles optiques au style très web 2.0

26 Interview de Pierre Chappaz. idem

2.0 pourrait être alors source de manipulations notamment culturelles ce qui interroge sur une éventuelle orientation technologique²⁷.

Ces usurpations de la représentativité pourraient bien concerner également la sphère politique. Les candidats aux élections présidentielles françaises peuvent être tentés de rentrer dans le mouvement pour générer eux aussi du « buzz ». Le blog du chercheur Jean Véronis dispose ainsi d'instruments de mesure de ces phénomènes.²⁸

L'exploitation de nos données.

Qui est le véritable propriétaire de toutes ces données qui foisonnent et que l'internaute laisse parfois par ignorance ou mégarde²⁹ ? D'ailleurs O'Reilly lui-même posait la question :

« *This fact leads to a key question: Who owns the data?* »

Nous avons constaté que se pose non seulement la question de la possession de ces données mais aussi de sa sécurité ainsi que de sa confidentialité notamment vis-à-vis des autorités. La bourde d'Aol qui a laissé accessibles par mégarde en août 2006 des données concernant ses usagers suscite également des interrogations³⁰.

Olivier Ertzscheid³¹ craint même une désappropriation de toutes nos données qui ne seraient plus hébergées sur notre disque dur mais sur les serveurs d'entreprises privées. Le problème vient aussi de l'exploitation des données car ces dernières génèrent des revenus importants. Des sociétés comme *Google* récoltent les richesses que les internautes ont constituées. Une situation dénoncée par certains *blogueurs*

27 "Web2.0 is a socio-technical problem and it cannot be solved in a technodeterminist way. Technology needs to support social and cultural practices rather than determining culture." in *Why Web2.0 Matters: Preparing for Glocalization*.

< http://www.zephoria.org/thoughts/archives/2005/09/05/why_web20_matte.html>

28 Technologies du langage <<http://aixtal.blogspot.com/>>

29 « *la troisième dimension de l'économie du don est plus palpable et pourtant très présente dans le Web 2.0, il s'agit du don fortuit. Les internautes mettent en ligne nombre de leurs productions, par commodité pour eux, pour ne pas les perdre, y accéder de lieux différents ou encore les partager avec leur famille ou des intimes, mais leur motivation première n'est pas toujours, loin s'en faut, de publier leurs œuvres ou de partager leur patrimoine et ils ont parfois une conscience très approximative des conséquences potentielles de l'accessibilité large donnée à leurs textes, photos, musiques ou vidéos* » in Salaun, Jean Michel. *L'économie du don*.

< <http://grds04.ebsi.umontreal.ca/jms/index.php/2006/08/14/56-economie-du-don>>

30 Arrington, Michael, Ohayon, Ouriel. Aol vient de mettre en ligne des données privées en quantité :

< <http://fr.techcrunch.com/2006/08/07/aol-vient-de-mettre-en-ligne-des-donnees-privées-en-quantité/>>

31 Ertzscheid O., Le jour où notre disque dur aura disparu, *LE MONDE* du 20.04.2005, http://www.lemonde.fr/web/imprimer_element/0,40-0@2-3232,50-640948,0.html

comme Karl Dubost³² qui qualifie ironiquement ces pratiques d'esclavage 2.0. Edward Bilodeau résume de manière détournée l'article d'O'Reilly³³:

*« Users provide the data (which is then owned by the company).
Users provide the metadata (which is then owned by the company).
Users design the application (which is then owned by the company).
Users pay the company continually for the right to use the application they designed
to access and manipulate the data they provided »*

Conclusion.

Sous quelle forme au final, le web 2.0 va-t-il se stabiliser ? Si tant est qu'il puisse connaître une véritable stabilisation. Finalement le seul aspect web 2.0 peut constituer un leurre. Même si nous avons montré qu'il n'y pas de révolution mais au contraire une évolution lente au regard des techniques utilisées, les applications du web 2.0 comme les blogs, les folksonomies, les flux rss ou bien encore wikipédia, participent d'un mouvement qui opère dans le sens d'une redocumentarisation et de bouleversements des médiations institutionnelles et des autorités traditionnelles et légitimes. Daniel Kaplan propose de qualifier ces transformations, ces petits éléments mis en ligne par chacun et qui produit des relations et des effets divers par le terme d'entretet³⁴:

« L'EntreNet ne se confond pas avec le "Web 2.0" que l'on peut (si l'on ose, tant on y range des choux et des serviettes) décrire à la fois comme une expérience de plus en plus personnelle et outillée du web, comme la mise en ligne et en réseau d'un nombre croissant d'applications jusqu'ici contraintes à résider sur chaque PC ("le web comme système d'exploitation"), et comme une expérience de plus en plus sociale du web. Seule la dernière dimension s'apparente à ce que nous désignons comme l'EntreNet. Mais l'EntreNet ne se limite pas au web : on publie sa présence et sa disponibilité sur MSN, on ouvre pour toute la journée un lien vidéo entre les

32 Dubost, Karl. *Esclavage 2.0 : Eux, vous et moi.*

< <http://www.la-grange.net/2006/03/29.html> >

33 Edward Bilodeau. < <http://www.coolweblog.com/bilodeau/archives/001641.html> > Ses propos ont été traduits par Internetactu qui a fait un point sur la question :

« Les utilisateurs fournissent les données (qui deviennent la propriété du prestataire de service);

- Les utilisateurs fournissent les métadonnées (qui deviennent la propriété du prestataire de service);

- Les utilisateurs créent la valeur ajoutée (qui devient la propriété du prestataire de service);

- Les utilisateurs paient le prestataire de service pour avoir le droit d'utiliser et de manipuler la valeur ajoutée qu'ils ont contribué à créer. »

< <http://www.internetactu.net/?p=6447> >

34 L'expression ne connaît pas un énorme succès. La contagion du même « entretet » semble bien endiguée...

salons de deux êtres chers ou les cafétérias de deux établissements de l'entreprise, on ouvre sur Skype une téléconférence pour un oui pour un non, on navigue via un logiciel P2P sur le disque dur d'un autre mélomane, on "étiquette" avec son mobile un lieu de la ville, pour que ses futurs visiteurs puissent partager l'expérience que l'on en a... »

Malgré tout la téléphonie mobile s'intéresse également au web 2.0³⁵. Le web 2.0 ne cesse de se décliner sous toutes les formes au point que le 2.0 peut se rajouter à d'autres notions et professions en attendant qu'une nouvelle formule ne vienne prendre la succession.

Bibliographie :

- Dawkins R., *Le gène égoïste*, Paris, Odile Jacob, 2003
- De Rosnay J et ali., *La révolte du pronétariat*, Paris, Fayard, 2006
- Le Coadic, Y., *Les usagers de l'information*, ADBS, A. Colin / DL, 2004
- Le Deuff O., « Folksonomies : Les usagers indexent le web », *BBF*, 2006, n° 4, p. 66-70 (en ligne) < <http://bbf.enssib.fr/sdx/BBF/pdf/bbf-2006-4/bbf-2006-04-0066-002.pdf> >
- Girardet R., *Mythes et mythologies politiques*, Paris, Le Seuil, 1986
- Lévy P., *L'Intelligence collective : pour une anthropologie du cyberspace*, Paris, La découverte, 1994
- O'Reilly, Tim <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html?page=3>
- Rheingold H., *Les communautés virtuelles*, Addison-Wesley France, 1995.
- Sfez L., *Technique et idéologie. Un enjeu de pouvoir*. Paris, Le Seuil, 2002
- Sperber D., *La contagion des idées*, Paris, Odile Jacob, 1996

35 3G to Web 2.0? Can Mobile Telephony Become an Architecture of Participation?
Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies
London, Thousand Oaks & New Delhi 1354-8565 Vol 12(2): 229–242