



**HAL**  
open science

## Sociologie d'internet - introduction

Jean-Samuel Beuscart, Eric Dagiral, Sylvain Parasié

► **To cite this version:**

Jean-Samuel Beuscart, Eric Dagiral, Sylvain Parasié. Sociologie d'internet - introduction. Sociologie d'internet, Armand Colin, pp.223, 2016, "Cursus", 978-2-200-61242-9. hal-01412633

**HAL Id: hal-01412633**

**<https://hal.science/hal-01412633>**

Submitted on 2 Jan 2017

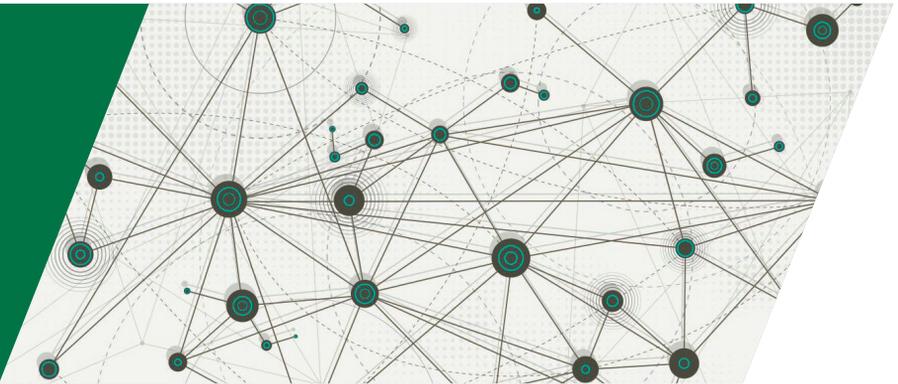
**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

JEAN-SAMUEL BEUSCART  
ÉRIC DAGIRAL  
SYLVAIN PARASIE

# Sociologie d'internet

CURSUS



ARMAND COLIN

JEAN-SAMUEL BEUSCART  
ÉRIC DAGIRAL  
SYLVAIN PARASIE

# Sociologie d'internet

**ARMAND COLIN**

# Sommaire

<b>Introduction</b>	<b>11</b>
Qu'est-ce qu'internet ?	13
Pourquoi la sociologie s'est-elle tardivement intéressée à internet ?	15
Un domaine de recherche cumulatif	18
Faire la sociologie d'internet	20
Internet, quelles questions sociologiques ?	22
Organisation de l'ouvrage	25
<b>1 Une histoire d'internet</b>	<b>27</b>
1. Des origines décisives	29
1.1 De l'informatique de calcul aux ordinateurs communicants	30
1.2 Informaticiens, universitaires et <i>hippies</i>	32
1.3 Promesses de rupture	35
2. Comment internet s'est-il diffusé ?	37
2.1 Micro-informatique, télématique et internet entre sphère professionnelle et sphère privée	38
2.2 Les reconfigurations d'internet et la variété de ses usages	43
2.3 La massification des usages d'internet	46
Conclusion	47
<b>2 Interagir et se présenter sur internet</b>	<b>49</b>
1. Comment peut-on interagir en ligne ?	52
1.1 Des interactions auto-organisées et régulées	53
1.2 L'entrelacement des pratiques et des espaces de communication	59

2. Présentation de soi et identité sur internet	61
2.1 Pages personnelles, pages familiales	62
2.2 Se présenter en ligne, une pratique culturelle?	66
2.3 Les blogs: l'autopublication et la communication réunies	67
Conclusion	68
<b>3 Sociabilités et réseaux sociaux</b>	<b>71</b>
1. L'encastrement des pratiques en ligne et des sociabilités	74
1.1 Jouer en groupe avec des inconnus?	74
1.2 Rencontrer l'amour sur internet?	77
2. Les usages des sites de réseaux sociaux	79
2.1 Comment définir et catégoriser les sites de réseaux sociaux?	80
2.2 Quels usages des réseaux sociaux et de Facebook en particulier?	83
3. La conversation et l'exposition de soi au cœur du web	88
3.1 La fin de la vie privée?	89
3.2 Ce qu'on rend visible, ce qu'on laisse invisible	90
Conclusion	91
<b>4 Quel renouveau démocratique?</b>	<b>93</b>
1. L'élargissement du débat public	95
1.1 Contourner les « <i>gatekeepers</i> »	96
1.2 Les failles du débat en ligne	99
1.3 Une fragmentation du débat public?	101
1.4 À quelles conditions le débat public s'élargit-il?	104
2. Un renouveau de l'engagement?	106
2.1 Une extension du répertoire de l'action collective	106
2.2 Ce qu'internet fait à l'action collective	108
2.3 Internet favorise-t-il les mobilisations horizontales?	110
2.4 On prêche aux convertis!	112
Conclusion	113

<b>5 Journalisme en ligne</b>	<b>115</b>
1. Que devient le travail de l'information ?	117
1.1 Intensification et fragmentation	117
1.2 Rationaliser avec internet	120
1.3 La technologie domestiquée	121
1.4 Une dictature de l'audience ?	123
2. Les journalistes débordés par de nouveaux acteurs	126
2.1 Le « journalisme citoyen » et ses limites	127
2.2 L'écosystème de l'information	129
2.3 Quel pluralisme de l'information ?	131
3. Quel public pour l'information en ligne ?	133
3.1 Une activité socialement différenciée	134
3.2 Quel intérêt pour l'actualité politique ?	135
3.3 Les médias font-ils toujours l'agenda ?	137
Conclusion	138
<b>6 Les relations marchandes en ligne</b>	<b>141</b>
1. Comment le commerce en ligne est-il possible ?	142
1.1 L'évolution des pratiques de commerce en ligne	143
1.2 Inventer la relation commerciale en ligne	144
1.3 Les systèmes de réputation permettent-ils de construire la confiance ?	146
2. Le consommateur face à l'abondance	150
2.1 Longue traîne et orientation dans les catalogues infinis	150
2.2 Internet et la sociologie des qualités	153
2.3 Les arbitrages du consommateur connecté	156
3. Les réinventions du travail marchand	158
3.1 Les transformations du travail marchand	159
3.2 Nouvelles figures du marketing	161
3.3 Promesses et chantiers : Big Data et algorithmes	164
Conclusion	166
<b>7 Une nouvelle économie ?</b>	<b>167</b>
1. Internet favorise-t-il la rencontre directe entre les offreurs et les demandeurs ?	169

1.1 Un mouvement de désintermédiation...	169
1.2 ... et de ré-intermédiation	171
1.3 L'intermédiation numérique transforme les produits et services	174
1.4 Les règles du marché changent-elles avec internet?	178
2. L'invention d'un modèle de production par les masses?	180
2.1 Les promesses des foules	181
2.2 Qui participe, et pourquoi?	184
2.3 Comment fabriquer des biens collectifs à partir des contributions individuelles?	186
2.4 Une exploitation de la bonne volonté des internautes?	189
Conclusion	191
<b>Conclusion</b>	<b>193</b>
<b>Bibliographie</b>	<b>197</b>
<b>Table des encadrés méthodologiques</b>	<b>223</b>

# Introduction

Internet est aujourd'hui incontournable. Même quelqu'un qui ne s'y connecterait jamais est pris dans le réseau dès lors qu'il interagit avec d'autres personnes. Un collègue lui parle de la dernière actualité dont il a pris connaissance sur son téléphone; un ami s'attend à ce qu'il ait vu les photos de son petit dernier sur Facebook; son banquier lui conseille de suivre son compte en ligne afin d'éviter les mauvaises surprises; ses proches lui offrent un cadeau acheté sur un site de commerce; ses amis lui servent un plat qui a été préparé à partir d'une recette trouvée sur un blog de cuisine, etc. Il serait bien difficile de clore la liste de ces moments où nos existences se trouvent liées entre elles au moyen d'internet.

Parce qu'ils se font une spécialité d'étudier leurs contemporains, les sociologues n'ont pu faire autrement que de s'intéresser à internet. Que leurs études portent sur la famille, la politique, l'économie, les médias, les migrations ou même la religion, ils ont dû tenir compte du rôle croissant d'internet dans la façon dont les individus se conduisent les uns avec les autres. C'est ainsi qu'au-delà de leurs objets d'enquête particuliers, ils en sont venus à se poser ces questions : de quelle façon internet affecte-t-il les façons de se rencontrer, de discuter, de travailler, de se déplacer, de se cultiver, de militer, de consommer, de se soigner, de s'amuser, etc.? Autant de questions que les sociologues ont pu d'autant moins éviter qu'elles traversent le débat public.

En outre, les chercheurs et les étudiants en sociologie ont intégré peu à peu internet à leurs pratiques d'enquête. Non seulement

pour échanger avec leurs enseignants ou leurs collègues, mais aussi pour explorer un terrain, contacter des enquêtés, recueillir des données, passer des questionnaires, faire des observations et communiquer les résultats de leurs recherches. Là encore, de nouvelles questions ont émergé. En quoi la diffusion d'un questionnaire en ligne modifie-t-elle la conduite de l'enquête ? Les méthodes ethnographiques sont-elles toujours utiles dès lors qu'on observe des échanges sur le web ? Comment traiter statistiquement des données collectées en ligne ? Le rôle que joue le sociologue au sein de la société se transforme-t-il dès lors qu'il prend la parole sur un blog ou sur les réseaux sociaux ? La place croissante d'internet dans les pratiques sociologiques ouvre donc à nouveau le chantier des méthodes.

Internet pose ainsi un défi à la fois théorique et méthodologique à la sociologie. Sur le plan méthodologique, internet offre de nouvelles opportunités de matériau et d'enquête sociologique, qu'il faut apprivoiser et rattacher à l'arsenal existant des méthodes ayant fait leurs preuves. Sur le plan théorique, la prise en compte sociologique d'internet est en tension perpétuelle entre deux positions également insatisfaisantes. La première minimise l'effet d'internet, et considère qu'au-delà des effets de mode, le nouveau média n'affecte pas le fonctionnement profond des mondes sociaux. L'erreur symétrique consiste à surévaluer l'effet de nouveauté, et à développer des analyses hors-sol, déconnectées des travaux sociologiques du domaine ; autrement dit, de considérer internet comme un domaine séparé de la vie sociale. Comment, par exemple, analyser de quelle façon internet recompose les liens familiaux sans prendre appui sur les acquis de la sociologie de la famille ? Comment rendre compte des mobilisations en ligne si on méconnaît ce que la sociologie nous dit de l'évolution des formes de l'action collective dans les dernières décennies ? Les sociologues, en France comme aux États-Unis, ont eu tendance à pencher vers la première erreur, regardant d'un air distant l'agitation autour du numérique, tandis que les spécialistes d'internet, par effet

de myopie, ont pu par moments exagérer l'ampleur des transformations sociales induites par le numérique.

Le pari des auteurs de ce manuel est qu'il est possible de tenir à distance ces deux excès pour construire une sociologie d'internet, qui soit capable de décrire les spécificités des actions sociales en ligne, sans pour autant les déconnecter des enjeux et des logiques qui structurent les mondes sociaux auxquels elles se rattachent. Cela a un sens de faire une sociologie d'internet, parce les comportements individuels et collectifs des internautes présentent des traits comparables qu'il s'agisse de sociabilité, de comportement politique ou de consommation, que des tensions comparables traversent ces différentes actions en ligne. Pour autant, leur compréhension complète ne peut se faire qu'en regard des résultats de la sociologie de la sociabilité (hors ligne), du militantisme ou de la consommation.

C'est dans ce contexte qu'est né le projet de ce manuel consacré à la «sociologie d'internet». Nous avons voulu que les sociologues puissent accéder aux principaux résultats des enquêtes menées depuis maintenant plus de deux décennies sur cet objet. Du fait de leur éclatement disciplinaire et international, ces travaux sont peu visibles de la plupart des sociologues français, qui de ce fait sont souvent conduits à retrouver des résultats déjà connus. Dans le même temps, notre objectif est de réinscrire l'étude d'internet au cœur des questionnements de la sociologie générale. Puisqu'il est désormais étroitement articulé à nos existences, il n'est plus possible de considérer internet comme un domaine séparé de la vie sociale.

## Qu'est-ce qu'internet ?

Internet ne se laisse pas facilement définir. Au plan technique, cela désigne un ensemble d'infrastructures permettant l'échange d'informations entre des ordinateurs – qu'il s'agisse d'ordinateurs personnels, de téléphones, de tablettes ou toute autre machine connectée. À

l'origine, internet est le nom d'un protocole logiciel apparu au début des années 1980, qui rend possible l'échange de données entre des ordinateurs distants reliés entre eux. S'il permet déjà à quelques utilisateurs d'échanger des courriers électroniques et de discuter en ligne, internet ne devient connu du grand public qu'à partir du milieu des années 1990. C'est alors qu'apparaît le web, un logiciel appelé « navigateur » qui permet de décrire et de faire circuler des documents à travers le réseau sous la forme de sites web ou d'applications. Et depuis, internet a donné lieu à l'apparition de nombreux dispositifs tels que les réseaux *peer-to-peer*, les forums et la messagerie instantanée, les moteurs de recherche, les blogs, les sites de réseaux sociaux, etc.

Internet peut aussi se définir comme un vaste ensemble de pratiques. Des pratiques de communication interpersonnelle bien sûr, qui prolongent et étendent celles qui reposent sur le courrier postal ou le téléphone. Ce sont aussi des pratiques médiatiques, qui renouvellent celles qui sont associées aux médias de masse tels que la presse, la radio et la télévision. Internet, ce sont en outre des pratiques culturelles ou de loisirs, dès lors que les individus y trouvent le moyen d'accéder à des œuvres, de les produire ou de les détourner. Les pratiques associées à internet renvoient également à l'économie, dès lors qu'il met en relation des consommateurs et des producteurs autour d'un grand nombre de biens et de services. Mais ce sont aussi des pratiques de travail, pour un grand nombre d'individus qui travaillent à distance, interagissent avec des clients en ligne ou dont la productivité est évaluée par le biais d'internet; tout comme des pratiques politiques et militantes, également constitutives du réseau.

Internet, c'est enfin un ensemble de représentations partagées. Puisant ses sources dans la contre-culture américaine des années 1960, l'essor d'internet s'est accompagné de nombreux discours utopiques. Il a ainsi été associé à un idéal de relations horizontales et égalitaires, où chaque individu aurait la possibilité de participer de façon authentique. À l'opposé du modèle bureaucratique étouffant l'individu par sa hiérarchie verticale, internet a été associé à des

formes de coordination plus décentralisées et moins hiérarchiques. Dans le même temps, internet a aussi été associé à un idéal d'efficacité et de productivité. N'attend-on pas de lui qu'il mette fin aux rentes inefficaces dont profiteraient certains acteurs économiques ?

Rien d'étonnant, donc, à ce que la sociologie s'empare d'un tel objet. Cette discipline ne s'est-elle pas fait une spécialité de l'analyse de l'action sociale ou, pour reprendre les mots d'Émile Durkheim (1895), des « conduites observables et leurs croyances manifestes » ? Pourtant, la discipline a beaucoup tardé à s'intéresser de près à internet et à son rôle dans la société.

## **Pourquoi la sociologie s'est-elle tardivement intéressée à internet ?**

Si, dès les années 1990, des chercheurs ont entrepris d'analyser des activités en ligne, internet est longtemps resté absent du débat sociologique général. En dehors de quelques exceptions, les grands sociologues français et américains se sont peu intéressés au phénomène. Et la sociologie d'internet n'est pas, à ce jour, un domaine de la sociologie clairement constitué et positionné au sein de la sociologie générale. Si les travaux sont nombreux, ils se développent pour l'essentiel dans les marges du débat sociologique. Les recherches du domaine sont publiées dans des revues spécialisées, à l'image de *Réseaux* ou *TIC et Société* dans l'espace francophone, et de *New Media and Society* ou *Journal of Computer-Mediated Communication* dans le paysage anglo-saxon. Mais ces travaux restent quasiment absents des revues de sociologie générale. Dans le cas de la France, un recensement pour la période 2000-2013, années du développement de l'internet grand public, montre que la *Revue Française de Sociologie* n'a publié aucun article traitant d'internet au cours de la période, et

on en trouve un seul dans *L'Année Sociologique*. De même, au sein de l'Association Française de Sociologie, les travaux traitant d'internet ne disposent pas d'un espace dédié, et se trouvent éclatés entre les réseaux thématiques de la sociologie des médias, de la sociologie des sciences et techniques, et de la sociologie de l'art et de la culture. Le constat est similaire aux États-Unis : internet fait l'objet de très peu d'articles dans les revues de référence de la discipline, alors même que les « *internet studies* », pluridisciplinaires, sont foisonnantes.

Cela ne veut pas dire que le questionnement sociologique n'a pas été, très tôt, présent dans les recherches sur internet. Dès le développement des premiers usages d'internet, de nombreuses questions de recherche qui s'inspirent de la sociologie, plus ou moins maîtrisées : comment fonctionnent les « communautés virtuelles » ? Quelle est la nature du lien social « électronique » ? Comment fonctionne la coopération à distance ? Quelles sont les possibilités et les limites de l'action collective en ligne ? Comment se transforment les pratiques culturelles ? Ces questions infusent les travaux de nombreux chercheurs – en communication, en science politique, en informatique, en histoire – qui s'emparent de l'objet au tournant des années 2000.

Dans l'arène sociologique, quelques chercheurs se saisissent précocement de l'objet. Barry Wellman, chercheur canadien spécialiste de la sociologie des réseaux, dessine dès les années 1990 un programme de recherche sur les formes de la sociabilité en ligne (Wellman et Giulia, 1999). De même, Paul DiMaggio et ses collègues listent, dans un article de *l'Annual Review of Sociology* en 2001, les questions importantes que pose le développement d'internet à la sociologie : internet favorise-t-il l'élargissement des opportunités, ou la reproduction ? Renforce-t-il le capital social, ou le risque d'isolement ? Dans quelle mesure contribue-t-il au renouvellement de la sphère publique ? Fait-il évoluer les organisations vers plus de souplesse, ou plus de surveillance et de contrôle ? Internet est-il un facteur de diversification ou de massification de la culture ? (DiMaggio *et al.*, 2001). En France, les premiers numéros de la revue *Réseaux*

consacrés à internet (1996, 1999) dessinent un programme de recherche sociologique centré sur la compréhension des usages, sur les formes de la création de valeur, sur l'évolution sociotechnique du dispositif.

Dans les deux pays néanmoins, ces programmes de recherche se sont développés dans des espaces interdisciplinaires aux marges de la discipline sociologique, et rares sont les sociologues de renom qui ont eux-mêmes fait d'internet et de l'action en ligne des objets d'enquête. La sociologie peine encore aujourd'hui à intégrer dans ses questionnements les effets des dispositifs médiatiques sur l'organisation sociale et les rapports sociaux. L'histoire n'est pas forcément nouvelle : à l'exception de Gabriel Tarde (1901), les fondateurs de la sociologie ont ignoré la presse comme forme sociale majeure, alors même que leurs concepts ont alimenté par la suite les études sur les médias. De la même manière, les développements théoriques de la sociologie de la culture depuis les années 1960 en France n'ont accordé que très peu de pouvoir explicatif aux développements de la radio et de la télévision. Dans l'ensemble, la sociologie peine encore à articuler la compréhension des déterminismes sociaux (l'effet des dispositions) avec celle des formes de déterminisme technique (l'effet des dispositifs). L'histoire s'est rejouée dans le cas du rapport de la sociologie à internet.

La sociologie d'internet, à défaut de se constituer d'emblée comme un domaine autonome, s'est ainsi développée au carrefour de plusieurs domaines d'études. Des groupes de chercheurs de différents univers s'y sont consacrés en poursuivant leurs intérêts de recherche, et ont pris au sérieux la capacité d'internet à transformer les pratiques sociales et renouveler les questionnements sociologiques. On peut identifier plusieurs univers au sein desquels internet a progressivement été constitué en objet de recherche. Un premier domaine est celui des études de communication. Des chercheurs se sont rapidement penchés sur les discours et mythes accompagnant le développement de la communication sur internet (Breton

et Proulx, 2002); d'autres, plus empiriquement, ont commencé à examiner la façon dont les individus s'approprient les outils de communication numérique, dans la continuité d'une sociologie des usages construite autour de l'ordinateur et du minitel (Jouët, 2000). Ensuite, des sociologues et historiens de l'innovation se sont penchés assez tôt sur internet comme objet technique, afin d'en restituer les utopies et les idéologies directrices, les trajectoires d'évolution, les potentialités plus ou moins réalisées, l'évolution au fur et à mesure du développement depuis un petit public d'utilisateurs universitaires jusqu'au grand public aux intérêts hétérogènes (Flichy, 2001). Enfin, le dernier domaine est celui de la sociologie des médias, qui s'est interrogé sur la façon dont internet transforme les pratiques de production des contenus médiatiques, leur accessibilité et leurs logiques de consommation (Maigret, 2015; Lievrouw et Livingstone, 2006). C'est à l'intersection de ces domaines que s'est développée la sociologie d'internet.

## Un domaine de recherche cumulatif

Bien qu'elle travaille sur des objets instables, au renouvellement permanent, la sociologie d'internet constitue un domaine de recherche cumulatif. Bien sûr, l'internet de 2016 est déjà fort différent de celui qu'étudiaient les chercheurs il y a dix ans, au moment des débuts du web social; il ressemble encore moins à celui de 1996, où l'on naviguait avec Netscape et le moteur de recherche Altavista. De nombreux dispositifs étudiés par les sociologues ont aujourd'hui disparu, après avoir connu un usage considérable et une notoriété mondiale: Usenet, Napster, Kazaa, MySpace, Friendster, Second Life... Pour autant, les résultats des sociologues d'internet se périment moins vite que leurs objets, et la disparition d'une partie des services ne

condamne pas les sociologues à repartir toujours de zéro. Les recherches se répondent entre elles, les résultats observés sur un dispositif peuvent être comparés à ceux établis sur un autre.

Certes, pour appréhender ces objets, les travaux se sont, dans un premier temps, appuyés sur des sociologues classiques pour construire leurs questionnements : Erving Goffman ou Harold Garfinkel ont été abondamment mobilisés pour problématiser les enjeux de la communication à distance ; Mancur Olson et Elinor Ostrom ont permis de penser les facilités et difficultés de la coopération en ligne ; les relectures de Michel Foucault et de Michel de Certeau ont orienté la compréhension des négociations entre les concepteurs des sites web et leurs utilisateurs. Ces grands auteurs et d'autres constituent, aujourd'hui encore, des guides et lectures utiles pour orienter la compréhension sociologique d'internet.

Néanmoins, l'accumulation de recherches portées par des questionnements similaires a permis la constitution d'un ensemble de résultats cumulatifs, au-delà de l'évolution technique rapide d'internet. Le changement permanent des interfaces, le passage du « web 1.0 » au « web 2.0 », le succès fulgurant comme le déclin rapide de certains services, n'empêchent pas les chercheurs de formuler des constats durables. Progressivement, c'est donc moins en regard des sociologues classiques que des travaux de leurs collègues sur des objets antérieurs que les chercheurs ont établi leurs résultats. Par exemple, les fonctionnalités des sites de sociabilité évoluent en permanence, mais les logiques de présentation de soi en ligne varient peu : qu'il s'agisse des pages personnelles du tournant du siècle, des différents sites de réseaux sociaux des années 2000, des blogs ou des Tumblr aujourd'hui, il est possible d'identifier quelques façons invariantes de se dévoiler en ligne, de combiner des éléments de son identité que l'on montre et d'autres que l'on cache (Cardon, 2008). De même, les formes de coopération distribuée sont infiniment variées, depuis les forums jusqu'à Wikipédia et le *peer-to-peer*, mais la forme de la distribution de la participation y est très souvent similaire : un très

petit nombre des contributeurs sont très actifs, produisent énormément et participent à l'organisation du système; un nombre beaucoup plus grand d'utilisateurs participe ponctuellement, en fonction de ses intérêts propres, et s'investit peu dans les discussions; un plus grand nombre encore est essentiellement spectateur. On dit que cette participation obéit à une «loi de puissance», du nom de la loi mathématique qui décrit la distribution des contributions. Il est donc pertinent de comparer entre eux des dispositifs qui se déploient à des dates différentes et dans des mondes sociaux différents. S'est ainsi développé un savoir cumulatif sur les logiques de l'action sociale en ligne.

## Faire la sociologie d'internet

Faire la sociologie d'internet implique un ensemble de tâches qui ne sont pas fondamentalement différentes de celles qui s'imposent à tous les sociologues (Lemieux, 2014). Elles se heurtent néanmoins à quelques difficultés spécifiques.

En premier lieu, le sociologue conduit une enquête, c'est-à-dire qu'il collecte des matériaux empiriques. La pratique de l'enquête est ici d'autant plus importante que les discours utopiques ou pessimistes, parfois peu informés, prolifèrent dès lors qu'il est question d'internet. Les méthodes classiques de la sociologie sont alors toujours utiles pour enquêter sur internet: l'entretien, le questionnaire, l'observation ou la constitution de corpus. Si par exemple on enquête sur un service en ligne, conduire un entretien en face-à-face avec un ou plusieurs usagers s'avère souvent très fécond. Du fait de ses particularités, internet renouvelle aussi en partie les méthodes du sociologue. Soit en offrant de nouveaux supports pour déployer les méthodes classiques – un entretien peut être conduit via Skype, un questionnaire peut être diffusé en ligne. Soit en faisant émerger de nouvelles méthodes – on peut ainsi aspirer des contenus du web en

collaboration avec des informaticiens, ou utiliser les statistiques textuelles pour analyser un forum.

En deuxième lieu, l'enquête sociologique vise à décrire des actions sociales, qui ici ont pour particularité d'être liées à internet : une discussion sur un forum, la production d'un service en ligne, l'utilisation d'une plateforme par des militants, etc. Mais pour être sociologique, cette description ne doit se limiter ni à ce que l'on voit sur l'écran, ni aux individus considérés isolément les uns des autres. Il s'agit au contraire de décrire l'action liée à internet comme impliquant non seulement des individus qui interagissent les uns avec les autres mais aussi, le cas échéant, des institutions, des organisations, des mouvements sociaux, des marchés, etc. Si par exemple on souhaite décrire l'usage des réseaux sociaux par les adolescents, il est indispensable d'intégrer à la description des éléments sur le cadre scolaire et les réseaux amicaux qui sous-tendent les échanges en ligne.

Dès lors que le sociologue veut expliquer les phénomènes en ligne, se pose la question de la place accordée à la technique. Deux postures doivent être écartées : la thèse d'une neutralité de la technique, selon laquelle la technique serait totalement dépourvue d'effets sur le social ; la thèse du déterminisme technique, qui attribuerait à la technique un ensemble d'effets mécaniques sur la société. Cette seconde thèse est particulièrement répandue, soit qu'on se réjouisse des effets positifs d'internet, soit qu'on déplore ses effets négatifs. La sociologie invite à porter un regard plus nuancé, attentif aux influences réciproques entre la technique et le social. Les technologies en ligne sont traversées par un ensemble de processus sociaux, qui sont eux-mêmes influencés en retour par la technologie, quoique de façon non univoque.

La sociologie invite ainsi à tenir compte, dans l'explication, des processus sociaux qui influencent le déploiement et l'usage des technologies internet. Autrement dit, on ne peut expliquer sociologiquement un phénomène en ligne sans porter attention à la façon dont la morale, le droit, les institutions, ou les organisations

influencent les actions liées à internet. Cela a plusieurs conséquences. D'une part, le sociologue ne peut produire que des explications locales, qui ne valent qu'en référence à des contextes sociaux précis. S'il veut expliquer le succès du service en ligne de chauffeurs privés Uber en France, le chercheur devra par exemple considérer les particularités institutionnelles et légales qui encadrent le marché des taxis dans ce pays. D'autre part, le sociologue ne peut ignorer les connaissances sociologiques spécialisées qui, si elles ne concernent pas directement internet, permettent d'expliquer les actions en ligne : la compréhension des pratiques culturelles sur internet doit s'appuyer sur une bonne connaissance des résultats de la sociologie de la culture.

De cette façon, le sociologue peut contribuer au débat public de plusieurs façons différentes. Soit en documentant des phénomènes sociaux qui existent depuis longtemps – quels sont les ressorts de la rencontre amoureuse ? –, mais dont internet permet de rendre compte sous un nouveau jour. Soit en identifiant ce qu'internet fait aux activités sociales dans des contextes précis – la recherche d'un emploi par exemple. Soit, enfin, en « ouvrant la boîte noire » des technologies internet, de façon à éclairer les choix collectifs sur lesquels reposent les dispositifs en ligne – à l'image des algorithmes de recommandation publicitaire. Par ces trois voies, la sociologie peut aider à mettre en place des modes de régulation plus justes ou plus efficaces.

## Internet, quelles questions sociologiques ?

La sociologie d'internet peut être envisagée à travers trois questions transversales : 1) Qu'est-ce qu'internet fait à la capacité d'action des individus ? 2) Dans quelle mesure internet favorise-t-il des relations plus symétriques, ou plus égalitaires, entre les individus ? 3) Peut-on dire d'internet qu'il introduit une plus grande visibilité de la société à elle-même ?

Comme nous allons le voir, chacune de ces questions fait écho à des questionnements qui traversent l'histoire de la sociologie.

Comme le lecteur le découvrira en lisant l'ouvrage, ces questions traversent l'ensemble des domaines qui ont été étudiés par les chercheurs – qu'il s'agisse des interactions, des relations sociales, de la politique, des médias, du marché, des pratiques culturelles, du travail, etc. Chacune de ces questions sociologiques se présente sous la forme d'une tension, que nous allons rapidement évoquer.

Quand on se demande ce qu'internet fait à la capacité d'action des individus, on est d'emblée confronté à une première tension. D'un côté, internet accroît les capacités d'action de la part des individus. Ceux-ci trouvent en ligne des informations qui leur permettent d'interroger, de critiquer ou de contester ce que disent leurs médecins, leurs professeurs, leurs élus ou les journalistes. Internet leur permet de contourner les acteurs économiques qui occupaient des positions de monopole dans le domaine de la grande distribution, de la culture, de l'hôtellerie ou même des transports. Internet permet même aux citoyens de s'affranchir en partie de l'autorité de l'État. Mais de l'autre côté, internet a été investi par les organisations comme un moyen de se rationaliser, c'est-à-dire d'ajuster plus étroitement les moyens qu'elles déploient aux objectifs qu'elles se donnent (Weber, 1922), ce qui a pour effet de réduire les capacités d'action des individus. Les médias traditionnels utilisent les technologies en ligne pour connaître plus finement leur public et offrir aux individus des contenus ciblés. Internet soumet certains travailleurs à la pression d'une évaluation constante, lui laissant des marges de manœuvre plus réduites. Et ce tandis que les États tirent parti de ces technologies pour renforcer la surveillance sur les citoyens.

Internet favorise-t-il l'émergence de relations sociales plus égalitaires? Cette question ouvre aussi une tension entre deux pôles. D'un côté, internet est incontestablement associé à la symétrisation des relations sociales. Hier, la presse ou la télévision imposaient leurs contenus à des publics largement captifs; aujourd'hui, l'individu a la

possibilité de faire entendre sa propre opinion ou d'attirer l'attention du public sur des sujets qui ne sont jamais évoqués par les médias traditionnels. De la même façon, un grand nombre de plateformes en ligne reposent sur le principe d'une participation large et égalitaire, à l'image de Wikipédia qui permet à chacun non seulement de rédiger un nouvel article, mais aussi de modifier les articles écrits par d'autres. Mais dans le même temps, internet participe à renforcer les asymétries entre les individus. Dans les discussions en ligne, on voit ainsi souvent un petit nombre d'individus monopoliser la parole, contraignant les autres participants au silence. Surtout, internet a vu émerger plusieurs quasi-monopoles mondiaux – Google, Apple, Facebook, Amazon, etc. – qui sont en position de contraindre leurs usagers sans que ces derniers n'aient leur mot à dire.

Internet rend-il la société plus visible? Là encore, deux réponses opposées, et pourtant totalement valides, peuvent être faites. D'un côté, il est peu contestable d'affirmer qu'internet élargit l'horizon de la visibilité qui avait été ouvert par le développement des médias de communication (Voirol, 2005). Un très grand nombre d'événements sont désormais susceptibles d'être vus à distance au moyen des technologies internet, depuis l'événement le plus partagé jusqu'au plus intime. Et dès lors que les administrations diffusent leurs données via internet, c'est la visibilité de l'intervention publique qui s'en trouve renforcée. Mais, dans le même temps, l'essor d'internet produit aussi de l'invisibilité. D'abord parce que les usages d'internet sont socialement différenciés, et qu'une partie importante de la population n'accède pas à la parole. Ensuite parce que la profusion de l'information disponible rend difficile son appropriation sociale, si bien que de nombreuses dimensions de la vie sociale demeurent invisibles.

L'enjeu d'une sociologie d'internet consiste donc à examiner, à partir d'enquêtes portant sur des contextes précisément délimités, de quelle façon ces tensions se déploient, se déplacent et s'équilibrent dans un sens ou l'autre. Elle invite ainsi à porter un regard neuf sur la

plupart des domaines de la vie sociale, ce à quoi se consacre chaque chapitre de l'ouvrage.

## Organisation de l'ouvrage

Les chapitres qui composent ce manuel peuvent être lus séparément. Le premier chapitre porte sur l'histoire d'internet. Il montre le rôle majeur qu'ont joué les mondes scientifiques, militaires, amateurs, militants et marchands dans l'avènement de dispositifs aujourd'hui utilisés par des millions de personnes à travers le monde. Le deuxième chapitre traite de la façon dont les individus se présentent et interagissent par le biais d'internet. Il fait le point sur les nombreuses recherches qui mettent au jour les régularités sociales qui gouvernent les interactions en ligne. Le troisième chapitre analyse ce qu'internet fait aux relations sociales. Il examine en particulier la manière dont les sites de réseaux sociaux reconfigurent les relations entre les individus. Le quatrième chapitre fait le point sur les espoirs de renouveau démocratique qui ont été soulevés par internet. Il étudie dans quelle mesure internet élargit le débat public et renouvelle les formes de l'engagement civique. Le cinquième chapitre s'intéresse au journalisme pour examiner de quelle façon les technologies en ligne ont reconfiguré à la fois les pratiques de travail et les usages de l'information dans ce monde spécifique. Le sixième chapitre porte sur le commerce en ligne. Il examine dans quelle mesure les dispositifs d'échanges marchands en ligne introduisent plus de symétrie dans les rapports entre consommateurs et producteurs. Enfin, le septième et dernier chapitre s'intéresse à ce qu'internet fait à la sphère de la production économique. Il évoque tout particulièrement l'essor de la production collaborative et ses limites. Faute de place, d'autres thématiques, telles que la culture ou le travail, ne font pas l'objet d'un chapitre complet, mais sont abordées à plusieurs reprises dans l'ouvrage.

Pour finir, précisons que l'ouvrage comprend une dizaine d'encadrés qui font le point sur les méthodes dont le sociologue peut se saisir pour enquêter sur internet (cf. table des encadrés p. 223).

# Sociologie d'internet

**CURSUS**  
LA COLLECTION QUI VOUS RÉUSSIT

Comment internet modifie-t-il nos façons de se rencontrer, de travailler, de militer, de consommer ou de se cultiver ? Des questions devenues centrales, tant les technologies internet sont aujourd'hui intimement liées à nos existences.

Le présent ouvrage fait la synthèse de vingt années de recherches sociologiques internationales sur le sujet. Structuré en chapitres thématiques – interactions, sociabilités, médias, politique et économie –, il revisite les promesses d'internet en matière de démocratisation, de transparence et d'*empowerment* des individus.

Enfin, puisque sociologues et étudiants utilisent de plus en plus internet pour conduire leurs travaux, le livre fait également le point sur les méthodes d'enquête qui s'offrent à eux.

**JEAN-SAMUEL BEUSCART** est sociologue, chercheur à Orange Labs et chercheur associé au LISIS.

**ÉRIC DAGIRAL** est maître de conférences en sociologie à l'Université Paris Descartes et chercheur au CERLIS.

**SYLVAIN PARASIE** est maître de conférences en sociologie à l'Université Paris Est Marne-la-Vallée et chercheur au LISIS.

## **PUBLICS**

- Étudiants en licence et master de sociologie et sciences sociales
- Étudiants en sciences de l'information et de la communication



9 782200 612429

2001877

ISBN 978-2-200-61242-9



**ARMAND COLIN**