

# Les cultures numériques sont-elles vraiment collaboratives ?

---

**Sylvie Octobre** est chargée d'études au département des études, de la prospective et des statistiques au ministère de la Culture et de la Communication.

---

L'internet et les réseaux sociaux ont fait émerger une figure nouvelle : celle d'un jeune connecté qui contribue, se forme, crée, partage, joue au gré de ses passions et de ses émotions. De là à faire du numérique un lieu de collaboration ?

---

**N**ourris aux industries culturelles et numériques, les jeunes auraient sombré dans une culture de masse, avide de nouveauté et de vitesse, mais amnésique. Cette culture mondialisée façonnerait des individus standardisés et privés de réflexivité, rendus inadéquats aux institutions républicaines, autant par atomisation (effet pervers de la virtualisation des relations) que par aliénation aux industries culturelles. Pourtant, de nombreux travaux confirment que la passivité totale n'existe pas et que les messages des médias sont transformés par leurs récepteurs, voire qu'ils sont co-produits par eux. La (r)évolution numérique s'est accomplie

sur fond d'une promesse libertaire : rendre le pouvoir aux utilisateurs, aux publics, aux citoyens. Qu'en est-il de cette co-production ? Quelle incidence a-t-elle sur les fondamentaux de l'écologie culturelle (et éducative), en termes de représentation de l'auteur, de l'œuvre, de sa destination ? Cette (r)évolution numérique est-elle propice à davantage de fraternité dans la relation de transmission ?

## FRATERNELLE, LA CULTURE COLLABORATIVE ?

Le numérique rend possible une circulation globale des contenus et une diversité des usages, des outils, des supports, entre des formes participatives co-créatives ou plus consommatrices. De fait, les cultures juvéniles présentent des situations contrastées, où voisinent des îlots consommateurs et des formes de réappropriation active (par les fans, les groupies...)¹. Le passage en régime numérique mondialisé des industries culturelles a produit deux phénomènes principaux : un élargissement cosmopolite des répertoires et la diffusion d'une culture de la réappropriation, du mix, de l'hybride. Les moustaches de Dali ornent le visage de *La Joconde*, Shakira reprend en trois langues la chanson « Je l'aime à mourir » de Francis Cabrel, tandis que des Français plus ou moins jeunes adoptent la K-pop (originaire de Corée du Sud) sans avoir de lien avec cette culture ethno-nationale. Les contenus culturels (figures, motifs, héros, situations, images, scénarios...) font l'objet de parodies, de collages, individuels ou collectifs, tandis que la convergence des outils permet aux « utilisateurs » de devenir toujours plus facilement également des « consom-acteurs » : agir sur les jeux vidéo et leur scénarisation *via* les « mods » (modifications que l'on fait intervenir dans les jeux vidéo et que l'on partage avec l'ensemble des joueurs), contribuer à la construction d'œuvres participatives (notamment musicales ou sonores), co-produire des contenus scientifiques valides et largement réutilisés (comme dans les « wiki »). La collaboration n'est pas considérée comme du copiage, mais comme une transformation nécessaire. Elle fonde le mythe de l'intelligence collective qui postule que chacun peut, avec ses compétences, contribuer à la construction du savoir, y compris si on ne requiert pas la collaboration de tous. Mythe, car si cette promesse

1. Henry Jenkins, *La culture de la convergence. Des médias au transmédia*, Armand Colin, 2013 ; Patrice Flichy, *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Seuil, 2010.

est faite à tous, en réalité, tous ne sont pas également contributeurs. Mythe qui, comme tout mythe, structure fortement les représentations et les attentes. Auteur contre communauté collaborative, original contre remix, œuvre contre « attracteur culturel » ?

Cette mythologie possède plusieurs traits : à la figure de l'artiste se substitue celle de l'auto-producteur, sorte d'*outsider* chanceux, de bidouilleur, à laquelle l'internet sert de caisse d'enregistrement (pour être reconnu) et de résonance (pour être connu). Pour marginale

*En ligne,  
celui qui n'est  
« personne »  
peut devenir  
« quelqu'un ».*

dans les faits que soit cette figure, elle n'en irrigue pas moins profondément la mythologie du numérique et des réseaux chez les jeunes : en ligne, les règles du jeu social sont abolies et celui qui n'est personne peut devenir quelqu'un, y compris dans le faux-semblant (mais pas uniquement). La devise de Rémi Gaillard, dont les canulars vidéos remportent un immense succès sur Youtube, est d'ailleurs : « C'est en faisant n'importe quoi

qu'on devient n'importe qui », détournement explicite de la notoriété qu'il a acquise en faisant, justement, à peu près n'importe quoi.

Ce qui se construit là ressemble bien à une nouvelle croyance générationnelle : comme dans le jeu vidéo, le jeune est face à un cheminement prédéfini par des dispositifs socio-techniques qu'il recombine, active et réactive et dont il est, peut-être, le héros. La convergence prend alors le visage d'un bricolage généralisé plus que d'un programme intégré, culturel ou technologique. Dans ce cadre, le sens n'est pas collectif, ni en termes de production ni en termes de destination première : il est d'abord individuel. Et la collaboration n'est pas intrinsèquement fraternelle. Car si la convergence que permet le multimédia s'accompagne d'une intelligence collective, mise en évidence par Wikipédia, celle-ci ne découle pas d'un programme, au sens politique, éthique ou moral, c'est-à-dire d'une intention globalisante, mais d'additions individuelles locales, ponctuelles et itératives et d'auto-organisations, qui hiérarchisent, trient, signalent, mettent en jeu des stratégies d'élimination ou de jeu. Les jugements de qualité esthétique qui en découlent ne témoignent pas vraiment d'une « valeur » fraternelle. Pour autant, à travers un dispositif comme le financement participatif (*crowdfunding*), la fraternité des contributeurs permet de faire exister des formes nouvelles de création dans des domaines variés, de la production musicale à la production théâtrale en passant par la mode ou le design.

## LE NOUVEL AMATEUR

Le numérique et les réseaux valorisent ainsi la figure du jeune amateur et une expertise fondée sur l'expérience d'individus « ordinaires », replacée dans le contexte d'une esthétisation de la construction identitaire : on dit qui l'on est de manière mobile et réversible, *via* ses pratiques et ses goûts, qui sont des définitions moins statutaires que l'âge, la classe sociale, le sexe.

Ce nouvel amateur se définit par plusieurs traits distinctifs. Tout d'abord, sa temporalité affective est celle de l'interaction en temps réel. L'immédiateté fait la part belle aux émotions plus qu'aux cognitions ou aux savoirs (qui font appel à la distance temporelle). Les nouveaux formats culturels sont dimensionnés pour être attractifs (comme dans la télé réalité, les émissions de divertissement ou les jeux vidéo). Épreuves et gratifications s'y succèdent dans des séquences courtes. Cela entraîne une redéfinition des limites de ce qui constitue les espaces privés et les espaces publics, l'intime et l'extime (espace de dévoilement de l'intime), prolongeant une évolution engagée par les *talk shows* radiophoniques et télévisés. Le modèle d'expression qui prévaut est celui de la conversation (comme sur les réseaux sociaux<sup>2</sup>) : celle-ci remplace le débat tandis que la recherche du commun remplace celle de l'argumentation. Les communautés électives des réseaux sont plus homogènes que les espaces publics.

Le deuxième trait qui caractérise ce nouvel amateur concerne le mode d'accumulation et de construction des savoirs. En régime numérique, la compréhension est additive, un phénomène amplifié par la variété des supports : un même élément est traité en littérature, au cinéma, sur un jeu vidéo, dans des jeux de société ou sur des sites internet, chacune de ces productions développant un aspect du personnage, de l'histoire, des aventures, qu'*in fine* on ne peut connaître totalement qu'en additionnant les approches. C'est le cas, par exemple, d'Harry Potter : aux ouvrages et films s'ajoutent de multiples jeux et jeux vidéo, une école de Poudlard virtuelle (qui permet d'obtenir son diplôme de sorcier !) et même une reconstitution grandeur nature en Pologne. L'exemple n'est pas qu'anecdotique : ce qui compte, ce n'est pas tant la détention du savoir que le processus par lequel celui-ci est constitué et acquis, un processus fait d'épreuves et de liens (volontaires, tactiques,

2. Laurence Allard et Fabrice Vandenberghe, « Express yourself ! Les pages perso », *Réseaux*, n° 117, 2003, pp. 191-219.

temporaires). Pour que les jeunes participent, il faut qu'ils pensent que ce qu'ils apportent au contenu l'enrichit et enrichit l'expérience des autres. Cette collaboration valorise à la fois l'autonomie et un modèle électif. Elle construit le mythe de l'autonomie culturelle : « Je suis ce que je choisis de consommer ou d'aimer. » Elle renvoie aussi à la disposition d'un ensemble éclectique de ressources culturelles, dans un rapport du « ce que je veux quand je veux » avec les médias, qui mêle à la fois des offres plus industrielles et des modes de consommation plus individualisés.

Face à l'inflation de l'offre, les conseils des proches, des membres de communautés d'intérêt localisées, sorte de nouveaux médiateurs du savoir, sont de plus en plus nécessaires pour trier, hiérarchiser, sélectionner. Ces derniers jouent souvent le rôle de filtre, en nous orientant vers des profils qui nous ressemblent. Il n'a pas fallu attendre les algorithmes pour que les réseaux (sociaux ou numériques) renforcent la similitude des communautés selon l'adage : « Qui se ressemble s'assemble ». L'ouverture à la diversité requiert un effort, une réflexivité, une volonté de décentrement et, probablement, une éducation : bref, l'action d'un médiateur doté d'une ambition et d'un programme globalisants. Ainsi, au libre jeu des réseaux (numériques ou physiques), la majorité des consommations reste concentrée sur un nombre relativement faible de produits, de supports ou de contenus tandis qu'une myriade de produits, supports et contenus attirent des minorités de consommateurs dans des positionnements dits de niche. La fragmentation des univers culturels de consommation est ainsi une conséquence quasi mécanique de l'inflation de l'offre culturelle.

## LA MISE EN SCÈNE DE SOI

On le voit, la figure de l'amateur, sous ses atours démocratiques, est très clivante, et ce clivage est masqué. En effet, cette figure renvoie aux capacités et aux goûts de l'individu, à ses aptitudes psychologiques (est-il ouvert ou non ?), à ses talents de créateur (ou de co-créateur), à son aptitude à se frayer un chemin culturellement « éclairé » dans ce qui apparaît comme une jungle foisonnante de productions hétéroclites. L'amateur donne ainsi l'illusion de s'émanciper des déterminismes sociaux, alors que ces dimensions culturelles supposées individuelles relèvent en réalité de l'incorporation de pesanteurs sociales (origine sociale, sexe, origine ethno-raciale, etc.).

Occulter la pesanteur de ces déterminismes, bien loin de libérer les individus, les prive des ressources de résistance que constituent le groupe social, la communauté d'appartenance, etc., en les renvoyant à leur responsabilité à s'accomplir eux-mêmes. Dans un monde où la liberté de créer est érigée en droit, voire en devoir, ne pas le faire constitue une exclusion, d'autant plus insurmontable qu'elle est fortement psychologisée. Face à l'injonction à « se réussir soi-même » par le biais d'un projet expressif et créatif (cf. le slogan de Youtube « *Broadcast yourself* »), les jeunes peu investis culturellement sont d'autant plus durement touchés que les collectifs institués (tels les structures politiques ou religieuses) et les consciences de classe ou de communauté, qui offraient des ressources sociales, identitaires et culturelles, se sont dissous.

Ainsi, le nouvel amateurisme affecte la façon dont les jeunes participent au processus éducatif, politique, civique et à la constitution du lien social. L'amateur réalise un effort important d'auto-formation et d'apprentissage (*via* des structures associatives, dans la tradition de l'éducation populaire, ou *via* des outils numériques) dont le moteur principal est de valider son appartenance à tel ou tel groupe. Le jeune amateur développe ses compétences en dehors de l'école et des institutions classiques de transmission (l'aptitude à mettre en commun des informations, l'aptitude à partager et à comparer des systèmes de valeurs en tranchant des enjeux éthiques, l'aptitude à tisser des relations entre des informations disséminées, l'aptitude à exprimer ses interprétations et ses sentiments à travers le mixage des éléments et la transformation en une culture « personnelle » ou personnalisée, l'aptitude à faire circuler ce que l'on a produit au sein des communautés de fans). Dans cette « éducation buissonnière<sup>3</sup>», l'amateurisme devient synonyme de compétence : Wikipédia est ainsi « l'encyclopédie des ignorants<sup>4</sup> » et l'autodidaxie supplée – ou prétend suppléer – aux formes traditionnelles d'apprentissage (comme la multiplication des tutoriels en atteste).

Ces compétences qui se développent au gré des passions individuelles, ponctuelles ou durables, manifestent une transformation de l'attention et de la manière d'acquérir des connaissances : décodage et lec-

3. Anne Barrère, *L'éducation buissonnière. Quand les adolescents se forment par eux-mêmes*, Armand Colin, 2011.

4. Dominique Cardon et Julien Levrel, « La vigilance participative. Une interprétation de la gouvernance de Wikipédia », *Réseaux*, n° 154, 2009.

ture de scripts narratifs de plus en plus complexes, compréhensions combinées image/texte/son..., qui expriment également des critères de qualité culturelle et esthétique. Katherine Hayles comme Yves Citton<sup>5</sup> soutiennent que certaines formes d'attention « flottante » permettent le traitement plus créatif des informations fournies par le réel. Reste à éduquer cette attention dont la morphologie et la structuration, notamment temporelle, échappent aux canons de la pédagogie classique : l'hyper-attention n'est ni un manque ni un trop-plein, mais une mutation de l'attention. Alors que les technologies du numérique ont profondément transformé nos rapports à la culture et particulièrement ceux des plus jeunes, les réponses aux questions qui émergent de manière cruciale sont plus que jamais culturelles : l'outil technologique est un médium qui modifie considérablement la relation de transmission mais ne résout pas, loin s'en faut, la question du « que transmettre ? ». Par ailleurs, l'inflation des médiations technologiques interroge à nouveaux frais la place de la médiation humaine : non plus puits de science (ce que les machines font avec des capacités mémorielles infiniment supérieures à celle de l'homme) mais co-constructeur de jugement (qui ne se réduit pas à une capacité de calcul).

En favorisant le développement d'une mythologie culturelle affinitaire, libre et mobile, porteuse d'une citoyenneté culturelle d'un genre nouveau, abolissant les « anciennes » frontières, les transformations portées par l'ère numérique remettent en question les anciens cadres d'interprétation du social (État-nation et classe sociale, relation maître/élève). Mais quels usages des ressources culturelles viennent tenter de compenser la déficience d'un modèle républicain dont les jeunes éprouvent les cahots, accentués dans la période récente ? Quel mirage cela produit-il ? Et quel rôle l'école républicaine peut-elle jouer dans une éducation culturelle citoyenne, en évitant deux écueils, celui d'une résistance acharnée contre les technologies et cultures numériques (bataille déjà perdue d'ailleurs), mais aussi celui d'une croyance en la capacité « magique » des technologies à ré-enchanter l'enseignement (et la culture), afin d'apporter des réponses culturelles aux questions portées par les technologies ?

5. Yves Citton, *Pour une écologie de l'attention*, Seuil, 2014.