

Université de Montréal

**La fluidité des espaces communicationnels**  
**Partager des vidéos en ligne dans la vie quotidienne**

par

Elodie Crespel

Département de communication

Faculté des arts et des sciences

Thèse présentée à la Faculté des arts et des sciences

en vue de l'obtention du grade de Ph. D.

en communication

2015

© Elodie Crespel, 2015

Université de Montréal  
Faculté des études supérieures et postdoctorales

Cette thèse intitulée :  
La fluidité des espaces communicationnels : Partager des vidéos en ligne dans la vie  
quotidienne

Présentée par :  
Elodie Crespel

a été évaluée par un jury composé des personnes suivantes :

Micheline Frenette, président-rapporteur  
Lorna Heaton, directeur de recherche  
Florence Millerand, membre du jury  
Charles Ess, examinateur externe  
Micheline Frenette, représentant du doyen de la FESP

## Résumé

Internet évolue avec la société et les nouvelles technologies, mais ses usages restent centrés sur le principe communicationnel de partager ses idées, ses histoires avec d'autres personnes. Comprendre les modes de communication des internautes offre des défis de taille aux chercheurs.

Malgré une riche littérature sur les usages d'Internet, peu d'études se sont penchées sur l'analyse en profondeur des habitudes des internautes ordinaires. Cette thèse a pour objet d'étude le partage de contenus en ligne, car il s'agit d'une pratique permettant de réfléchir sur le rapport des usagers à la technologie. En m'inspirant des travaux d'Henri Lefebvre et de Michel de Certeau, je mobilise le concept de la vie quotidienne, concept qui met en lumière les processus à travers laquelle les gens font sens de leur vie. Afin de mieux saisir le quotidien, lequel est mobile, fluide et multiple, des métaphores spatiales tirées d'études des sciences, technologies et société (*STS*) seront mobilisées. Les concepts d'espace fluide et de feu sont idéaux pour étudier les pratiques de partage de vidéo que l'on peut qualifier de mutables et adaptables.

Dans cette thèse, l'accent est mis sur les expériences subjectives des internautes ; ainsi, j'ai adopté une méthodologie qualitative pour recueillir les témoignages d'une dizaine de participants décrivant longuement leurs pratiques. En effet, j'ai rencontré chaque personne à plusieurs reprises et nous avons discuté d'exemples spécifiques. À travers les thèmes récurrents qui ont émergé des verbatims, et dans la tradition de la théorisation ancrée, la première partie de l'analyse fournit une riche description du quotidien des participants. J'explore en particulier la façon dont les internautes adaptent leur partage sur leurs expériences des sites de réseaux sociaux, comment la vidéo est utilisée dans le maintien de leurs relations sociales, et comment le partage des vidéos complète leurs conversations. Sachant que les pratiques en ligne et hors ligne se fondent l'une dans l'autre, la deuxième partie de l'analyse articule la complexité de la vie quotidienne et la fluidité des pratiques de

partage à l'aide du concept de l'objet fluide pour traiter des aspects complexes, dynamiques et souples des pratiques des internautes ordinaires. Cette recherche qualitative fournit un portrait de l'expérience humaine qui est autant détaillé que possible. Elle permet de souligner que c'est dans une variété de contextes non remarquables – car faisant partie intégrante de la vie quotidienne – que les Internautes naviguent et que les activités humaines sont sans cesse construites et transformées, ouvrant des possibilités vers de nouvelles façons de faire et de penser.

La thèse poursuit un dialogue interdisciplinaire entre la communication (les *Internet Studies* notamment) et les études des sciences, technologies et société (*STS*), tout en apportant de nombreuses données empiriques sur les pratiques des internautes « ordinaires ». De plus, la thèse offre des métaphores capables d'ouvrir de nouvelles perspectives pour l'analyse des usages du Web social. Elle apporte également une contribution originale en intégrant des approches théoriques des pratiques quotidiennes avec la théorisation ancrée. Tant les fondements conceptuels et des approches méthodologiques développées ici seront des exemples très utiles pour d'autres chercheurs intéressés à poursuivre la compréhension des pratiques quotidiennes impliquant l'Internet, surtout quand ces derniers impliquent le visuel, l'émotif et le relationnel.

**Mots-clés** : vie quotidienne, théorisation ancrée, conversation, fluidité, vidéos, partage, Internet, STS

## **Abstract**

The Internet evolves continually with society and the development of new technologies, but its uses remain centered on the communicative principle of connecting with others and sharing ideas, stories and information. Understanding the communication modes of the Internet offers a sizable challenge to researchers.

Despite a rich literature on Internet usages, few studies offer in-depth analysis of the habits of ordinary users. This study specifically addresses the question of online content sharing, as a practice that enables reflection on users' relationships with technologies. Drawing inspiration from the work of Henri Lefebvre and Michel de Certeau, this dissertation mobilizes the notion of daily life (the *quotidien*), a concept that highlights the processes through which people make sense of their lives. In order to best apprehend daily experience that is mobile, fluid and multiple, I draw on spatial metaphors from science and technology studies. With their sensitivity to both social and material characteristics, fluid object and fire space concepts are well-suited for studying video-sharing practices that are highly mutable and adaptable.

Since I emphasize subjective experiences, the research design involved a qualitative methodology. I met with ten participants three times each. During these meetings, they described their video sharing practices and told stories around using and sharing videos.

Building on recurrent themes that emerge from transcriptions of various conversations, in the tradition of grounded theory, the first part of the analysis provides a rich description of everyday life and video sharing. In particular, I discuss how people regulate their sharing behavior on social networking sites, how they use video to maintaining their social relationships and how sharing videos complements their conversations. The second part of the analysis focuses on the complexity of everyday life, and draws attention to how one context flows almost imperceptibly into another, and how online and offline worlds intersect. Fluidity offers a metaphor to support the complex, dynamic and flexible aspects of ordinary

users' video sharing practices in a continually changing space. This qualitative approach produces a picture of the human experience that is rich and detailed, and allows us to highlight the different contexts in which the participants navigate their daily lives. It is in these often unremarkable contexts that human activities are constantly constructed and transformed, creating opportunities for new ways of doing and thinking.

The dissertation engages in an interdisciplinary dialogue between communication (particularly Internet Studies) and science and technology studies (STS) in order to offer new perspectives for the analysis of uses of the social Web. It also makes an original contribution by integrating theoretical approaches to daily practices with grounded theory. The conceptual foundations and methodological approach developed here provide a useful guide for other researchers interested in pursuing the understanding of everyday practices involving the Internet, especially when these involve visual, emotional and relational elements.

**Keywords:** everyday life, grounded theory, conversation, fluid object, video, sharing, Internet, STS

## Table des matières

Introduction.....	1
CHAPITRE I : PROBLÉMATIQUE.....	4
1.1 Revue de littérature et questionnement général.....	5
1.1.1 État des lieux des <i>Internet Studies</i> .....	5
1.1.2 Social et 2.0, le Web de nos jours.....	8
1.2 Objet d'étude et questionnement spécifique.....	12
1.2.1 YouTube : une revue de la littérature.....	12
1.2.2 Les vidéos en ligne.....	14
1.2.3 Sur le partage des vidéos (en dehors de YouTube).....	17
1.2.4 La notion de partage.....	19
1.3 L'internaute ordinaire.....	21
1.4 Question de recherche.....	22
CHAPITRE II : CADRE CONCEPTUEL.....	25
2.1 Revaloriser le quotidien.....	25
2.1.1 Internet au quotidien.....	31
2.1.2 L'ordinaire de l'expérience d'Internet.....	34
2.1.3 Conversation.....	35
2.1.4 Distinction en ligne/hors-ligne.....	38
2.2 Les objets fluides et feux.....	40
2.2.1 Les prémisses de base du champ des STS et la critique de l'ANT classique.....	40
2.2.2 La topologie.....	42
2.2.3 L'espace fluide.....	43
2.3 Les caractéristiques des objets fluides.....	49
2.3.1 Frontières floues.....	50
2.3.2 Identités multiples.....	50
2.3.3 Mélange.....	51
2.3.4 Robustesse.....	51

2.3.5	Changement dans la continuité .....	52
2.3.6	L’effacement de la source .....	53
2.4	Les objets Feu .....	53
	CHAPITRE III : MÉTHODOLOGIE .....	56
3.1	Position du chercheur : flâneur réflexif.....	56
3.2	Inspiration ethnographique.....	58
3.3	Étudier les pratiques des internautes au quotidien .....	60
3.3.1	Le récit des internautes.....	62
3.3.2	Recrutement des participants .....	64
3.4	Le déroulement des entrevues en trois temps .....	66
3.4.1	Première entrevue : Première histoire .....	66
3.4.2	Deuxième entrevue : Construction d’histoire et des pratiques.....	67
3.4.3	Troisième entrevue : Dialogue réflexif .....	70
3.5	Analyse des entrevues .....	71
3.6	Réflexivité des participants .....	74
3.7	Le contexte québécois en 2012 .....	77
	CHAPITRE IV. LES PARTICIPANTS ET LEURS HISTOIRES.....	80
4.1	Sandrine .....	81
4.2	Aurélie.....	85
4.3	Frédéric .....	91
4.4	Nathalie .....	93
4.5	Nathan .....	97
4.6	Ingrid.....	100
4.7	Stéphane .....	103
4.8	Kevin.....	105
4.9	Martin.....	107
4.10	Pascal .....	110
	CHAPITRE V. DANS LE QUOTIDIEN DU PARTAGE .....	113
5.1	S’exprimer à travers le partage .....	114



5.1.1 Ses Goûts.....	114
5.1.2 Ses valeurs.....	117
5.1.3 Ses émotions et ses états d'âme .....	119
5.1.4 La connexion dans l'expression .....	123
5.2 Partager avec discernement.....	124
5.2.1 Pourquoi, quoi et quand ne pas partager .....	129
5.2.3 Les vidéos qui n'intéressent personne.....	133
5.2.4 Éviter les fausses informations.....	135
5.2.5 Rappel des codes de bonne conduite.....	136
5.3 Maintien des relations .....	137
5.3.1 Privilégier les amis plus que les connaissances .....	142
5.3.2 Partager un moment : regarder des vidéos en ligne ensemble .....	147
5.3.3 Regarder par politesse .....	150
5.3.4 Souvenirs.....	153
5.3.5 Le rôle discret des vidéos dans les relations .....	155
5.4 Conversation .....	155
5.4.1 Apport à la conversation .....	158
5.4.2 Substitut à la conversation .....	162
5.4.3 Les conversations mutables : de multiples partages dans le temps.....	167
CHAPITRE VI : L'OUVERTURE D'ESPACES FLUIDES .....	170
6.1 La fluidité des vidéos en ligne .....	171
6.1.1 Frontières floues.....	171
6.1.2 Identité multiple .....	174
6.1.3 Mélange.....	178
6.1.4 Robustesse.....	181
6.1.5 Continuité et adaptabilité .....	182
6.1.6 La disparition de l'inventeur .....	186
6.2 Les instances feu des vidéos .....	187
6.3 Simultanément fluide et feu ? .....	192

6.4 L'importance d'être contextualisé.....	193
Conclusion .....	196
Bibliographie.....	i
ANNEXE 1 : Affiche pour recrutement.....	xv
ANNEXE 2 : Grille pour 1re entrevue.....	xvi
ANNEXE 3 : Logiciels de surveillance .....	xvii
ANNEXE 4 : Chronologie des entrevues.....	xix
ANNEXE 5 : Règles de transcription .....	xx
ANNEXE 6 : Tableau récapitulatif des vignettes .....	xxi

## Liste des tableaux

Tableau 1 : Différentes approches des recherches sur Internet.....	32
Tableau 2 : Choix de logiciel par participants .....	68

## Liste des figures

Figure 1 : Les grands domaines de recherche dans les Internet Studies (Peng <i>et al.</i> , 2012, p. 11) .....	6
Figure 2 : Les divers moyens de partager une vidéo sur YouTube (capture d'écran le 10 février 2014).....	17
Figure 3 : Différents niveaux de codage (capture d'écran de Nvivo sur la 1re entrevue d'Aurélié) .....	73
Figure 4 : Demande de rétroaction sur Facebook (capture d'écran 10 février 2014) .....	128
Figure 5 : Les conversations .....	157

À mon père, Lucien Crespel

*In memoriam*

## Remerciements

J'aimerais faire part de ma gratitude à toutes les personnes qui m'ont aidée dans la réalisation de cette thèse : institutions, professeurs, collègues, amis, famille. J'aimerais tout d'abord remercier les participants à cette recherche, merci pour votre temps et votre confiance. J'aimerais remercier les institutions qui m'ont appuyée financièrement pendant tout mon cheminement de doctorat : le Centre Interuniversitaire de Recherche sur la Science et la Technologie (CIRST) et le Département de communication de l'Université de Montréal. L'aboutissement de cette thèse a aussi été rendu possible par le soutien moral des professeurs, collègues et ami(e)s. J'aimerais particulièrement remercier tous les membres du Laboratoire de Communication Médiatisée par Ordinateur (LabCMO) et du Laboratoire des Usages et du Design des Technologies d'Information (LUDTIC). J'exprime aussi ma gratitude aux membres du jury de cette thèse, Micheline Frenette, Florence Millerand et Charles Ess qui se seront engagés dans la lecture et la discussion de cette thèse. Je tiens, surtout, à remercier Lorna, sans qui rien de toute cette aventure n'aurait été possible. Aventure qui commença le 14 mars 2009 avec le premier courriel de Lorna m'annonçant qu'elle voulait bien être ma directrice de thèse. Ainsi elle m'a accompagnée, tout au long de mon parcours. Merci Lorna pour ton engagement rigoureux et honnête envers ma thèse, tes conseils avisés, ta patience et ton amitié. Et le meilleur pour la fin, ma maman d'amour qui était toujours à mes côtés durant les longues années du doctorat.

## Introduction

Cette thèse a pour objet les pratiques de communication sur Internet. J'y aborde plus précisément le partage de contenus en ligne, comme une pratique permettant de réfléchir sur les relations entre les utilisateurs et les technologies. La thèse met l'accent sur la complexité de la vie quotidienne, la façon dont les mondes en ligne et hors-ligne se croisent, mais aussi sur ce qui fait qu'Internet est un espace en constante évolution.

Le premier chapitre servira à révéler l'état actuel de la recherche sur les pratiques de partage de vidéos, en commençant avec une présentation des *Internet Studies*

Internet studies have an opportunity to revisit the full range of social-scientific and humanistic research approaches, across emic/etic, obtrusive/unobtrusive, experimental/naturalistic, and online/offline divides. In doing so, Internet studies can neither predict nor shape the future of the Internet but they inevitably participate in the exercise of a sociological imagination, as users and developers articulate the present and future of the Internet. (Jensen, 2011, p. 55)

Je ferai ensuite un survol du développement du Web 2.0, ou Web social, afin de situer le phénomène de l'échange des vidéos en ligne, avant de discuter de leur partage en dehors de l'Internet. Qu'en est-il une fois que la technologie s'est intégrée dans le quotidien ? Le chapitre se termine avec l'énoncé de ma question de recherche : comment les vidéos en ligne sont-elles partagées dans la vie quotidienne ?

Dans le deuxième chapitre, le cadre conceptuel est organisé en deux parties. La première concerne la vie quotidienne, et sera portée par l'approche d'Henri Lefebvre, un penseur qui a réintroduit la notion de quotidien dans la recherche, ainsi que celle de Michel de Certeau avec ses recherches sur les détournements et l'inventivité des usagers. Nous examinerons ensuite l'intégration d'Internet dans la vie quotidienne et la complexité que recouvre l'étude d'Internet dans sa globalité. La deuxième partie présentera les caractéristiques des objets fluides et feu ainsi que les origines de ces concepts et leur mobilisation dans le champ des études en science, technologie et société.

Le chapitre portant sur la méthodologie présentera la démarche employée pour réaliser cette recherche. J'y définis tout d'abord ce que j'entends par usager ordinaire, ainsi que ma

position en tant que chercheur. Ensuite je présente les inspirations ethnographiques employées pour étudier les pratiques des internautes, le recrutement des participants et le déroulement des entrevues, et la façon dont j'ai procédé à l'analyse des entrevues avec la théorisation ancrée. Je termine la partie méthodologique avec une section sur comment les participants ont vécu ce processus et le contexte québécois en 2012.

Le quatrième chapitre compile les récits des dix participants. J'y présente leurs profils et un panorama de leurs pratiques, suivi de plusieurs exemples de partage de vidéos qui seront mobilisés à travers les chapitres d'analyse. Le chapitre cinq analyse le quotidien des participants en quatre sections : 1) s'exprimer à travers le partage, 2) partager avec discernement (les codes d'une bonne conduite développés et décrits par les participants), 3) maintenir les relations (construire une présence sociale, rester en contact), et 4) la dernière section consacré aux conversations, montre comment le partage de vidéo apporte ou se substitue aux discussions, et comment de multiples partages transforment les conversations. Le chapitre six consiste en l'analyse de la fluidité des pratiques à l'aide des concepts d'objet fluide et de feu, et conclut en montrant l'importance des contextes qui ouvrent les différents espaces communicationnels des internautes ordinaires.

Enfin, dans le dernier chapitre de la thèse je passe en revue les conclusions dégagées par cette recherche. Je reviendrai alors sur les éléments clés des différents chapitres ainsi que sur les chantiers théoriques et empiriques que laisse entrevoir cette thèse.

Ma recherche apporte une contribution au domaine de la communication à plusieurs niveaux. Premièrement, cette recherche aide à combler le manque de connaissances des pratiques des internautes concernant l'utilisation des vidéos en ligne dans leurs activités du quotidien en fournissant une description riche et détaillée des pratiques réelles. Ceci répond à la critique adressée au champ d'*Internet Studies* par Nancy Baym :

Many studies of Internet use, (...) measure time online, divide people into heavy and light users, or users vs. non-user, and then correlate that measure with outcome variables such as loneliness or time spent with family. What a person was doing online



is not addressed, collapsing such diverse activities as keeping in touch with one's mother, banking, researching political information, and looking at pornography into a single causal agent: the Internet (Baym, 2010, p. 26)

Deuxièmement, cette recherche apporte une contribution au niveau méthodologique. Mon questionnement soulève effectivement des défis méthodologiques que peu de recherches ont abordés, et j'ai dû y répondre avec une inventivité méthodologique. Pour refléter l'intégration d'Internet au quotidien, j'ai intégré des logiciels de suivi de navigation dans le protocole de recherche qualitative qui a comporté plusieurs entrevues avec les participants afin de pouvoir co-construire un dialogue riche et réflexif. Enfin l'intégration des concepts et d'une approche sociotechnique provenant des sciences, technologies, société invite à penser autrement les relations communicationnelles des individus impliquant l'Internet à travers leurs différentes manifestations et lieux. Ce faisant, cette étude contribue à mieux faire comprendre l'évolution de la société en analysant les activités quotidiennes de communication (grâce à et sur le Web 2.0) des individus ordinaires.

## **CHAPITRE I : PROBLÉMATIQUE**

Il y a dix ans de cela, alors que j'entamais un baccalauréat en études cinématographiques, je découvrais les premières vidéos disponibles en ligne. Depuis, les vidéos abondent sur le Web. Ainsi, mon intérêt pour les images en mouvement s'est-il tourné du grand écran à celui, plus modeste, mais non moins fascinant, de l'ordinateur. L'omniprésence du numérique permet de chercher, regarder, et éventuellement intervenir sur les contenus audiovisuels. Aussi beaucoup d'attention a été portée sur le rôle actif des usagers. Toutefois, les internautes ne se limitent pas à modifier ou à apporter des contenus sur Internet : d'autres manières d'être actif sur le Web sont présentes, comme le partage de contenu. Des sites, comme celui de YouTube, permettent de cette façon aux utilisateurs d'être à la fois récepteurs de messages de média de masse, mais aussi diffuseurs sociaux et interpersonnels de contenu (Haridakis & Hanson, 2009).

Dans la section suivante, je procéderai à une revue de la littérature sur les études liées à Internet. Après un résumé des auteurs clés pour comprendre le cheminement des connaissances sur les usages en ligne, je mettrai en exergue le problème de cohérence qui réside entre la théorie sur la pratique et l'observation même de ces pratiques. Je crois que cet écart relève de deux facteurs, à savoir, un discours dramatique portant sur les effets des médias, et les stratégies méthodologiques qui sont employées pour soutenir celui-ci. J'ai constaté que la littérature actuelle est inadéquate pour décrire et comprendre la majorité des usages en ligne en termes de rapports sociaux plutôt que comme lieu d'accès à l'information. Autrement dit, les habitudes de consommation d'internet feraient partie intégrante des formes de sociabilité courante dans la culture des usagers. Portant un intérêt spécifique à la vidéo en ligne, je soutiens que les pratiques de partage de vidéos en ligne sont exemplaires des rapports sociaux quotidiens entre individus qui communiquent et interagissent grâce à et via les technologies.

## 1.1 Revue de littérature et questionnement général

« Communiquer, c'est vouloir échanger, partager, c'est s'ouvrir à l'autre » (Wolton, 2006).

Depuis plusieurs décennies, des technologies de plus en plus mobiles et connectées offrent des moyens de communiquer partout, en tout temps et avec tout le monde, pourvu qu'il y ait des ondes électromagnétiques. Licklider et Taylor, (1968) s'étaient aventurés à imaginer un futur plein de possibilités ouvert par la connexion des ordinateurs en réseaux. Leurs idées constituent encore des thèmes<sup>1</sup> importants pour la recherche dans ce domaine.

### 1.1.1 État des lieux des *Internet Studies*

Plusieurs institutions comme *Oxford Internet Insitute* (<http://www.oii.ox.ac.uk/>) et *Pew Research Internet Project* (<http://www.pewinternet.org/>), examinent régulièrement les habitudes des utilisateurs à l'aide d'enquêtes. Leur importance n'est pas à négliger, car elles offrent un portrait général des activités des internautes. Mais ces organisations fournissent essentiellement des données (grandes tendances, statistiques) et peuvent donc manquer de richesse théorique et qualitative. Nous nous devons d'enrichir ces informations en nous penchant sur les recherches académiques récentes sur Internet.

Les *Internet Studies*<sup>2</sup> sont peu à peu devenus un champ légitime. Wellman (2011) retrace l'histoire des *Internet Studies* en trois phases. Dans la première phase, peu de données furent analysées pour fabriquer d'éloquents discours euphoriques ou pessimistes concernant le

---

<sup>1</sup>Parmi ceci, la notion de communauté s'accompagne de la prémisse selon laquelle la communication est plus que l'échange d'information : le nouveau défi consiste à joindre et unir les gens d'une manière constructive, la notion d'interaction permettant plus d'échange et une activité d'information créative. Enfin celle de démocratie et d'espace publique, laisse à suggérer que la technologie aide les gens en dehors du processus de décision à y prendre part grâce à d'autres modes de participation politique.

<sup>2</sup>Aucune traduction de « Internet Studies » n'est en usage en français. Il est donc plus prudent de reprendre l'expression telle quelle (comme on l'a longtemps fait et comme on continue largement à le faire pour « Cultural Studies » et « Science & Technology Studies »)

cyberespace. Par la suite, les chercheurs en sciences de la communication auraient utilisé des méthodes standards comme les sondages et enquêtes de terrain pour comprendre l'impact d'Internet. Enfin, dans la troisième phase, Wellman explique que les *Internet Studies* sont devenu peu à peu un domaine à part entière avec l'appui de l'AoIR (*Association of Internet Researchers*), tout en intégrant les connaissances d'une variété de disciplines dominantes.

Le nombre de recherche concernant Internet a augmenté dans la majorité des disciplines des sciences humaines et sociales . Mais les travaux qui en découlent ont des objets d'études très spécifiques. Ce sont d'une part des technologies spécifiques qui sont ciblées, telles que les médias sociaux et les moteurs de recherche ; de l'autre, des contextes spécifiques comme les pratiques des religions (Ess & Dutton, 2013). Ce découpage est plus clair dans la cartographie des recherches sur Internet de Peng *et al.* 2012) qui dessine trois grands axes de la recherche (interaction, communication, et régulation) parcourant quatre domaines (santé, commerce, société et interaction humain technologie) (Peng, Zhang, Zhong, & Zhu, 2012), tel qu'illustré dans la Figure 1 ci-dessous.

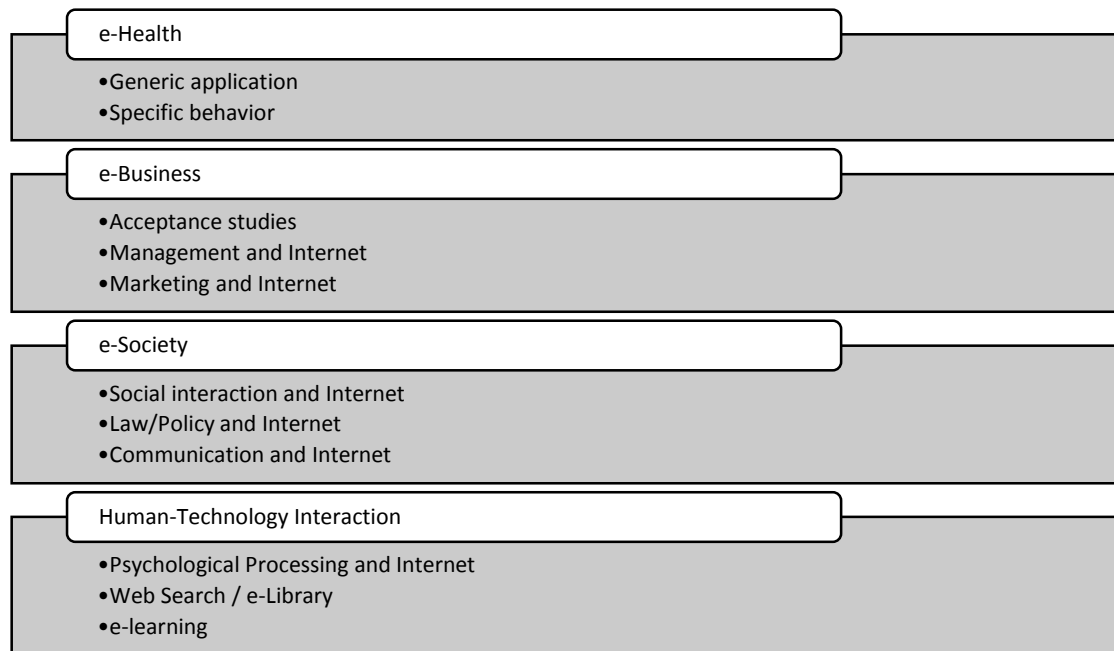


Figure 1 : Les grands domaines de recherche dans les Internet Studies (Peng *et al.*, 2012, p. 11)

Selon Peng *et al.* (2012), cet état des lieux laisse suggérer que les études menées à propos d'Internet sont en général peu théoriques et surtout quantitatives. Toutefois, les études concernant la société en ligne (e-society) sont plus hétérogènes quant à leurs méthodes de recherche. Le point le plus important relevé par l'article est que les *Internet Studies* renferment une grande richesse et des potentiels théoriques et méthodologiques encore inexplorés. Peng *et al.* (2012) concluent que les *Internet Studies* constituent un champ de plus en plus manifeste dans les sciences sociales, mais aussi que ce champ reste néanmoins fragmenté par les frontières disciplinaires traditionnelles. La faible théorisation serait en partie due à l'utilisation continue de vieilles méthodes pour étudier les nouveaux médias.

Dans l'éditorial d'un numéro spécial sur la montée des *Internet Studies*, Ess et Dutton (2013) avancent l'argument qu'il faut transformer les méthodes de recherche ainsi que les objets de recherche de fond en comble. Certains chercheurs proposent donc de se tourner vers les approches computationnelles à gros volumes de données (big data), en collaborant étroitement au sein des sciences sociales, voir même d'autres disciplines (Peng *et al.*, 2012). Je pense, pour ma part, que la recherche qualitative sur de petits corpus et échantillons (« Small Data ») a encore sa place.

Ce manque de richesse méthodologique n'est pas seulement le propre de l'application de vieilles méthodes. Cela peut aussi être dû d'ailleurs à l'entêtement des chercheurs à voir les nouveautés technologiques d'un œil trop pessimiste (technophobes) ou bien trop optimiste (technophiles) (Katz & Rice, 2002). Pourtant, nombre d'utilisateurs ne perçoivent pas l'ordinateur sous cet angle manichéen (Woodward, 2009). L'ordinateur est plutôt perçu comme un accès à Internet avec ses divertissements et ses moyens de communication.

Jung *et al.* (2012) ont remarqué en ce sens que les adolescents utilisent l'Internet plus souvent pour communiquer avec les autres et participer à des activités de divertissement. En comparant les habitudes des adolescents en Asie de l'Est avec d'autres études dans le reste du monde, les chercheurs ont constaté des similarités chez les internautes de par le monde.

Internet y est avant tout utilisé pour obtenir des informations et effectuer des recherches, et moins souvent utilisé pour s'exprimer et participer à des activités publiques et civiques (Jung, Lin, & Kim, 2012). L'arrivée du web 2.0, aussi appelé web social, a également soufflé un vent d'espoir pour l'engagement citoyen (Cardon, 2010 b).

### **1.1.2 Social et 2.0, le Web de nos jours**

Au début des années 2000, on a assisté à une prolifération de plateformes caractérisée non seulement par les projets de collaboration des utilisateurs individuels, mais aussi par de nouvelles capacités d'archivage et de nouvelles architectures de participation (O'Reilly, 2007). Malgré son enthousiasme pour la participation des internautes, O'Reilly s'inscrit davantage dans une logique de développement économique. Les chercheurs en sciences sociales ont, eux, une préférence pour le terme de web social. L'ajout du 2.0 à la suite du terme Web renvoie aux progressions techniques, alors que l'emphase sur le social souligne « le fait que ce basculement est non seulement technique, mais aussi, et surtout, économique et socioculturel » (Proulx, 2012, p. 10). Proulx et Millerand (2010) définissent le web social en lui décelant cinq caractéristiques : 1) une capacité des utilisateurs à créer, remixer et partager, 2) une facilité d'accès, 3) un mode de collaboration entre usagers, 4) la déclinaison d'un modèle économique, 5) la pluralité des pratiques d'usages. Les sites les plus emblématiques du Web social sont les réseaux sociaux tels que LinkedIn, Facebook avec des millions d'inscrits pour chacune d'elles.

Proulx et Millerand (2010) identifient différents axes de recherches sur le web social tels que la démocratie participative et la citoyenneté numérique, les transformations du lien social et des identités, et les usages. Une grande partie des recherches concernant les dynamiques sociales que permettent les web social ont porté sur les questions de construction identitaire (George, 2010), la personnalité des utilisateurs (Caers *et al.*, 2013), de la surveillance et du

voyeurisme (boyd<sup>3</sup>, 2011 ; Cardon, 2008), ou encore de la réputation et de la reconnaissance (Rueff, 2010). D'autres aspects seraient tout aussi pertinents à explorer.

Proulx (2012) préfère bien distinguer les réseaux en ligne des « réseaux sociaux » qui existaient bien avant Internet en les appelant réseaux socio-numériques. Le terme de « médias sociaux » m'apparaît également contestable et je préfère utiliser l'acronyme plus précis de Site de Réseaux Sociaux (SRS), puisque le téléphone ou bien le courriel constituent également des médias sociaux (à proprement parler). Tout au long de la thèse, j'utiliserai l'abréviation SRS pour me référer aux sites que les participants visitent.

Avant de poursuivre, voyons quelques caractéristiques de l'architecture des SRS. La logique marchande des SRS est de pousser les utilisateurs à mettre à jour constamment leur profil, soit en partageant leurs expériences, soit en partageant des commentaires sur l'expérience partagée des autres (Stenger & Coutant, 2009). Ainsi la « participation » des internautes s'avère sans limites, infinies, à l'image des « tonneaux des Danaïdes ». Ce rapprochement imagé avec le châtiment des Danaïdes qui doivent remplir éternellement des tonneaux percés est emprunté de Sørensen (2006). Afin d'illustrer l'agencement de l'espace d'architecture de site web, Sørensen (2006) développe deux règles appelées politique fluide et politique régionale. La première, la politique fluide invite les participants à être actifs en remplissant les espaces vides laissés à cet effet. Ceci a pour conséquence un flux constant d'éléments à mesure que les participants remplissent les vides. En deuxième lieu, la politique régionale qui établit une homogénéisation visuelle avec des frontières et des arrangements clairs en divisions distinctes des éléments (Sørensen, 2006). Les sites de réseaux sociaux sont régis par ces deux politiques. Toutes les pages personnelles d'un même SRS ont plus ou moins le même formatage et la même charte graphique. Cela permet de se repérer facilement et l'utilisateur habitué n'a plus besoin de lire l'interface. L'utilisateur sait où se trouvent les

---

<sup>3</sup> danah boyd tient à ce que son nom apparaisse en lettres minuscules. Repéré à <http://www.danah.org/name.html>

différentes sections sur la page ainsi que les boutons et leurs fonctions. Il faut cependant noter que la mise en page change également, soulevant une vague de frustration de la part des usagers qui doivent s'habituer à de nouvelles formes et fonctions. Ainsi la politique régionale permet à l'usager de s'intéresser surtout aux contenus mis en ligne par lui-même et les autres. La politique fluide quant à elle, permet un renouvellement facile des contenus des pages. En effet, si les contenus ne sont pas constamment renouvelés, il n'y a alors pas d'intérêt à voir et explorer les profils des autres utilisateurs.

Boyd et Ellison (2007) établissent quant à eux trois caractéristiques centrales aux réseaux sociaux. Premièrement, les sites de réseaux sociaux sont définis comme des services Web permettant aux individus de se construire un profil public ou semi-public au sein d'un système clos. Cette caractéristique de présentation de soi nous rappelle l'importance des conventions sociales, des paramètres et algorithmes des plateformes et des tactiques des usagers. Deuxièmement, les usagers des sites de réseaux sociaux se constituent une liste des autres utilisateurs avec lesquels ils partagent une connexion. Cette articulation se construit à travers des messages, des commentaires et le partage de contenus. Troisièmement, les sites de réseaux sociaux permettent aux individus de visualiser et de parcourir leur liste de contacts ainsi que celles des autres au sein du système, ce qui veut dire qu'ils peuvent explorer ce que les autres affichent.

Tong et Walther (2011) suggère que le Web 2.0 et d'autres nouvelles technologies ont quatre caractéristiques concernant l'entretien relationnel et sociales. La première renvoie à la possibilité d'envoyer des messages asynchrones. Laissant du temps aux usagers pour composer des messages qui améliore les qualités relationnelles. La deuxième concerne le contrôle de la dissémination lié aux paramètres de confidentialité qui permettent aux utilisateurs de limiter l'accès à leurs messages à des groupes spécifiques, des réseaux ou des individus. La troisième est l'encouragement de la participation avec la possibilité de répondre aux messages publiés. La dernière caractéristique porte sur l'intégration des sources



multimédias provenant d'autres sites). Celle-ci améliore l'utilité des SRS par rapport aux fonctions sociales, car les contenus tels que les jeux, vidéos et images aident à l'entretien relationnel. Ainsi le partage de ces contenus peut-il fonctionner comme une activité à exercer en ligne entre plusieurs personnes (Tong & Walther, 2011). Cette quatrième caractéristique a été moins étudiée, car les recherches se concentrent généralement sur une seule plateforme, ou encore sur le rôle actif des usagers des SRS dans la création de contenu. Elle s'avère particulièrement intéressante pour ma recherche.

Étant donné son importance dans le monde des SRS, je présenterais Facebook comme exemple de ce qui vient d'être décrit plus haut. Étudier un seul SRS n'est pas le but de la thèse, mais Facebook est l'un des SRS le plus étudié et surtout l'un des plus dominant avec plusieurs centaines de millions d'utilisateurs (Wilson, Gosling, & Graham, 2012). Ainsi Facebook a une influence importante sur le monde des SRS. Les premières recherches sur Facebook (Lewis & West, 2009) montrent que les utilisateurs n'ont pas nécessairement le même nombre d'amis proches dans la vie quotidienne et sur Facebook. Au début de la plateforme, Facebook permettait surtout de retrouver d'anciens camarades d'école. Maintenir des liens à travers les changements de vie a suscité beaucoup d'intérêt sur l'utilité des SRS pour rester en contact avec différents réseaux sociaux (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007). Pour certains, Facebook est utilisé comme un substitut à l'interaction du face à face (Caers *et al.*, 2013), alors que d'autres le considèrent comme un complément à d'autres moyens de communication et non un remplacement (Lewis & West, 2009). Bryant, Marmo, et Ramirez (2011) explique que l'avantage des SRS est le fait qu'ils sont asynchrones, laissant plus de temps aux utilisateurs pour composer et éditer des messages. Les utilisateurs n'ont pas à être sur le site en même temps pour communiquer, ce qui facilite le maintien des relations entre les usagers possédant des horaires différents.

Comme l'expliquent Gane et Beer (2008), le Web 2.0 est en évolution rapide, et il est difficile en cela de théoriser là-dessus. Il est également difficile de bien situer des phénomènes

contemporains sans pouvoir y prendre le recul nécessaire (Soulet, 2009). Comme nous l'avons vu avec Internet, le Web 2.0 souffre de lacunes dans sa théorisation. Les études restent descriptives – ce qui est normal étant donné la nouveauté de la chose. En somme, les théories proposées ne sont pas toujours adéquates pour décrire dans en détail les pratiques en ligne des usagers, que ce soit dû à des idéologies déterministes ou au manque de méthodologies appropriées des chercheurs.

## **1.2 Objet d'étude et questionnement spécifique**

Les études s'étant penchées sur l'Internet dans la vie quotidienne<sup>4</sup> se sont intéressées à son impact sur la vie sociale des gens (Haythornthwaite & Wellman, 2002). Afin de dépasser une vision limitée, basée essentiellement sur les effets et impacts de la technologie, certains chercheurs utilisent des perspectives plus holistiques. De telles approches permettent de comprendre l'ensemble des relations entre les individus (agents humains), la technologie (les agents non humains) et leur environnement (contexte) en construisant des modèles complexes de relations plutôt que des modèles de causes à effets linéaires, hiérarchiques, et atomistiques (Vannini, 2009). Afin de cerner le quotidien des internautes, j'ai décidé de cibler une activité extrêmement populaire, qui rejoint jeunes et moins jeunes, qui se pratique seul ou à plusieurs, sur n'importe quelle machine. Je désire donc à présent me pencher plus en détail sur les vidéos en ligne, et plus particulièrement sur le partage de vidéos.

### **1.2.1 YouTube : une revue de la littérature**

Créé en février 2005, YouTube permet à des millions d'internautes de découvrir, de regarder et de partager des vidéos originales. YouTube propose également un forum permettant aux utilisateurs d'échanger, mais aussi d'informer et d'inspirer des internautes du monde entier. Ce forum fonctionne comme une plate-forme de

---

<sup>4</sup> La notion de quotidien sera explorée dans le prochain chapitre qui est le cadre conceptuel.

distribution destinée aux créateurs de contenus originaux et aux annonceurs, quelle que soit leur taille. (« À propos de YouTube, » s.d.)

Étant donné son importance, on peut difficilement parler de vidéo en ligne sans parler de YouTube. En effet, YouTube étant le plus populaire des sites de partage de vidéos, le site est considéré comme un phénomène (Rotman & Preece, 2010). Il est donc, par ailleurs, un objet de recherche dans le monde académique. Snelson (2011)<sup>5</sup> a recensé des articles de revues présentant les résultats de recherche sur YouTube de 2006 à 2009 en les classant d'abord par discipline. Le domaine de la technologie de l'information a publié de plus d'article présentant des résultats de recherche. Les sciences politiques se situent en deuxième position, due notamment à l'utilisation accrue de YouTube par des candidats politiques pendant les élections présidentielles aux États-Unis de 2008. Vient ensuite le domaine de l'éducation avec l'utilisation de vidéos en salle de classe. Le domaine de la santé s'intéresse à YouTube comme source d'information sur les maladies pour le public. En cinquième place se situe la communication avec les médias et le journalisme. Les articles en communication sont très variés avec des sujets allant du soldat pendant la guerre en Irak aux musiciens africains.

Dans une étude subséquente, Snelson, Rice et Wyzard (2012) ont consulté un groupe de trente-cinq chercheurs sur les besoins de la recherche dans les technologies de partage de vidéos (en particulier YouTube). Après consultation, et utilisant la méthode Delphi (la consultation d'experts sur un sujet précis), sept catégories de recherche ont été identifiées et classés par ordre de priorité : 1) les utilisateurs, les groupes et les communautés, 2) l'enseignement/apprentissage, 3) l'impact social/politique, 4) la création vidéo/production, 5) le juridique/éthique, 6) les médias de gestion, et 7) les intérêts commerciaux. La catégorie avec la plus haute priorité de recherche par un groupe d'experts s'avère être le besoin de

---

<sup>5</sup>La bibliographie catégorisée est disponible en ligne à <https://sites.google.com/site/literaturereview188/categorized-bibliography>

recherche sur la technologie de partage de vidéos et de ses effets sur les utilisateurs, les groupes et les communautés (Snelson, Rice, & Wyzard, 2012).

Même si Snelson *et al.* (2012) concluent en expliquant que YouTube est un système complexe impliquant une multitude de participants engagés dans un mélange en constante évolution d'interactions, les problématiques restent centrées sur les effets de la technologie. Il y a donc encore peu de recherches s'intéressant aux diverses pratiques sur les plateformes.

Concluons sur les recherches sur YouTube, avec un point sur la méthodologie. De nombreuses recherches se basent sur l'analyse du contenu (regarder des vidéos, lire les commentaires) ou l'enregistrement d'observations. Snelson (2011) considère que les méthodes de recherche pour les sites de partage vidéo en ligne n'ont pas atteint un niveau de sophistication qui permettrait des recherches d'analyse de contenu vidéo plus poussées. J'ajouterais que l'analyse de contenus ou de diffusion n'est qu'un moyen parmi d'autres d'étudier YouTube.

### **1.2.2 Les vidéos en ligne**

Pour des raisons de simplicité, j'emprunte la définition d'une vidéo en ligne de Bondad-Brown, Rice et Pearce (2011) qui décrivent simplement un contenu vidéo<sup>6</sup> disponible sur Internet. Voyons ce que font les internautes avec les vidéos en ligne.

---

<sup>6</sup>Comme la télévision sur Internet, ce contenu peut atteindre le consommateur sur plusieurs périphériques (par exemple, PC, téléphone portable, PDA) indépendamment de tout transporteur ou opérateur spécifique. Contenu vidéo en ligne inclut tout type de contenu vidéo (par exemple, les programmes de télévision, des vidéos musicales, des clips vidéo amateurs, films à la maison) mis à disposition par une variété de fournisseurs de contenu. Plusieurs catégories de fournisseurs de contenu vidéo en ligne comprennent : les grands réseaux de diffusion (par exemple, ABC, NBC), les stations de télévision locales, un grand Hollywood cinéma et de télévision, producteurs et fournisseurs de contenu généré par l'utilisateur (par exemple, YouTube.com) (Bondad-Brown *et al.*, 2011)

À peine 23 % des vidéos que les adultes téléchargent vers les plateformes de partage de vidéos sont des contenus créatifs ou scénarisés (Purcell, 2013). La plupart téléchargent leurs propres vidéos en ligne, filment leurs amis et leur famille au quotidien, dans des situations drôles ou des événements auxquels ils assistent. La majorité des vidéos en ligne est constituée d'extraits ou des films entiers, de bande-annonce, de clip vidéo musical, de série et d'émission de télévision (Fagerjord, 2010).

Il faut prendre en considération que les vidéos sont pour la grande majorité stockées sur des plateformes dédiées aux vidéos, dont le plus connu est YouTube, mais qu'il en existe d'autres également (comme Vimeo, Dailymotion, etc.). Grâce à l'architecture du Web 2.0, un simple lien vers une vidéo permet de la partager facilement à travers différents SRS. Ainsi SRS et vidéos sont interconnectés, puisqu'utilisateurs et contenus circulent de sites en sites en toute facilité. Dans une étude sur les plateformes de partage, Yang, Hsu et Tan (2010) se sont demandés pourquoi YouTube était si populaire alors que d'autres sites d'hébergement de vidéos sont de meilleure qualité. Une perception positive de la facilité d'utilisation est cruciale, tandis qu'une réelle utilité peut ne pas se révéler fondamentale pour les utilisateurs (Yang, Hsu, & Tan, 2010). Pour Fagerjord (2010), YouTube apparaît davantage comme un exemple de remix plutôt que de convergence, car YouTube est un mélange intelligent de galerie vidéo, de blog, et de connexions de membres. Et les autres sites qui hébergent des vidéos ont également plusieurs options, en plus de celles de recherche et de visionnement des vidéos.

Les statistiques permettent de faire quelques constats sur l'activité autour des vidéos en ligne. Regarder les vidéos en ligne représente une large proportion des activités sur Internet. En 2010, 69 % des internautes regardaient ou téléchargeaient des vidéos en ligne (Purcell, 2010). En 2013, le chiffre passe à 78 % (Purcell, 2013). Parmi tous les internautes qui regardent des vidéos, 40 % le font sur un téléphone portable (Purcell, 2013), et 45 % de tous les utilisateurs d'Internet adultes regardent des vidéos sur des SRS. En terme de contenus, pour les

internauts adultes<sup>7</sup>, les genres les plus populaires de vidéos en ligne sont la comédie/humour, comment faire (how to), l'éducation, et les vidéos de musique portable (Purcelle, 2013).

Cunningham et Nichols (2008) déplorent le peu de travaux qui tentent de comprendre les utilisateurs de vidéo dans leur quotidien. Les participants consultés possèdent une surprenante variété de sources, plus d'une quarantaine de sites différents. Ceci montre bien que se limiter à l'étude d'une seule plateforme de partage vidéo ne reflète pas la variété d'utilisations quotidiennes que peuvent avoir les internautes à ce sujet. De plus, comme nous le verrons au cours de cette recherche, beaucoup de recherches de vidéo sont motivées par l'humeur ou l'état émotionnel des participants.

Cunningham et Nichols (2008) font à cet égard une distinction entre le comportement de recherche et celui d'exploration non orientée. La première est une recherche guidée par une compréhension évolutive de l'information, dont le choix s'appuie sur la satisfaction de ce besoin. La deuxième renvoi à la perte de vue de l'objectif initial des internautes, leurs explorations changent de direction à chaque nouveauté qui les distraient.

En 2008, une équipe de chercheurs a demandé à des participants de tenir un journal afin de documenter l'utilisation des médias, et plus particulièrement la vidéo sur Internet (Oumard, Mirza, Kroy, & Chorianopoulos, 2008). L'étude a montré un lien fort entre vidéo en ligne et la communication interpersonnelle, mais elle s'est arrêtée à ces observations. Après une semaine de suivi des activités des participants, ces derniers n'ont effectivement pas discuté avec les chercheurs du caractère significatif de leur journal. Cela peut sans doute s'expliquer par l'orientation dirigée de l'étude par les suggestions de gérants de télévision sociale et interactive. L'analyse des poèmes et photos pris par les participants durant cette étude aurait

---

<sup>7</sup> Des différences sont remarquées selon l'âge, les revenus et le genre des internautes. Pour plus de détail, voir le rapport de Purcell <http://pewinternet.org/Reports/2013/Online-video>

pu aboutir à une conclusion beaucoup plus riche que le simple constat d'un aspect social relevé dans l'utilisation des vidéos en ligne.

### 1.2.3 Sur le partage des vidéos (en dehors de YouTube)

Dans la littérature, le terme « partager » (*sharing*) renvoie surtout au téléchargement montant (*upload*) comme forme de partage, et fait moins référence au fait d'échanger de liens vers une vidéo. Partager<sup>8</sup> peut faire référence, soit à la mise en ligne d'une vidéo sur YouTube<sup>9</sup>, soit au lien de la vidéo partagée. Sachant que pour la plupart des personnes la norme n'est pas de produire mais simplement de regarder et éventuellement passer la vidéo à quelqu'un d'autre (Blank & Reisdorf, 2012; Venturini, Carlier, & Mishra, 2013), il serait plus intéressant de connaître combien de vidéos sont partagées en dehors de leurs sites d'hébergement.

Peu de chiffres sur le nombre de vidéos qui se partagent en dehors de YouTube sont disponibles. Partager une vidéo peut se faire en quelques clics de souris depuis YouTube (voir figure 2 ci-dessous), et repartager une vidéo trouvée sur un SRS se fait tout aussi rapidement. Les modules sociaux donnent ainsi la possibilité à l'internaute de partager quasiment tout ce qu'il croise en ligne.



Figure 2 : Les divers moyens de partager une vidéo sur YouTube (capture d'écran le 10 février 2014)

<sup>8</sup> Ici, il s'agit de la définition utilisé sur les plateformes, qui n'est pas ma définition du terme. Je donnerais ma définition dans la prochaine section.

<sup>9</sup> J'illustre les plateformes de partage avec YouTube. Il y a bien sûr d'autres sites et moyens de partager des vidéos. De plus, le but ici n'est pas de faire une liste de tous les moyens possibles de partager une vidéo, mais bien de fournir les éléments les plus importants quant à la compréhension de la problématique.

En 2011, 500 tweets publiés par minute contenaient un lien YouTube, et l'équivalent de plus de 150 ans de vidéos YouTube ont été visionnées sur Facebook chaque jour (Li, Wang, Liu, & Xu, 2012). Et c'est sans compter les autres plateformes de partage vidéo et les autres moyens de partager. Comme le montre la capture d'écran ci-dessus (Figure 2), YouTube propose dix SRS, plus le courriel, l'intégration à un blogue, et le copier-coller du lien lui-même. L'étude suggère que les SRS amplifient la propagation des vidéos populaires. Plus une vidéo est partagée, plus elle a de chance d'être regardée et même repartagée. Ainsi la vidéo est-elle diffusée de cercle d'amis en cercle d'amis. L'article montre surtout la difficulté à prédire l'évolution du parcours d'une vidéo, car une diffusion est aléatoire, imprévisible, et connaît plusieurs pics de visionnements (Li *et al.*, 2012).

Ma, Wang, Li, Liu, et Jiang (2013) analysent l'impact des relations sociales sur les propagations et la popularité des vidéos afin de créer de meilleurs algorithmes de recommandation. Les comportements de partage d'utilisateurs amis sur les SRS fournissent des indications pour améliorer le système de recommandation de vidéo. Broxton, Interian, Vaver, et Wattenhofer (2010) fournissent la preuve que des vidéos virales sur YouTube génèrent environ 34 % de leur trafic à partir d'une vue sociale, mais que cette fraction baisse au fil du temps jusqu'à 16 %. Selon l'étude, « dans l'ensemble, 25 % des vues quotidiennes sur YouTube sont le résultat de l'échange de personne à personne ».

En 2004, *Pew Internet* dans le projet *Everyday Life*<sup>10</sup> rapporte que 44 % des utilisateurs d'Internet aux États-Unis avaient créé du contenu pour l'Internet par des commentaires sur des sites Web, ou création de blogs, ou le partage de fichiers. De plus, l'étude de Blank et Riesdorff (2012) montre bien la faible proportion d'utilisateurs qui participent activement (ex. créer du contenu). Les activités moins « intenses » sont la norme pour la plupart des personnes (Blank & Reisdorf, 2012). Certes, cette création de contenus montre l'activité des

---

<sup>10</sup><http://www.pewinternet.org/2004/02/29/content-creation-online/>



internautes. Mais le terme de « création » est un peu trop vague, cela peut inclure un simple mot comme commentaire dans un forum, jusqu'à une œuvre originale. Même des sondages Pew<sup>11</sup> récents, concernant la consommation et la création de vidéos en ligne, ne posent pas de questions sur le partage de vidéos trouvées sur Internet. Seules les personnes créant leur vidéo et téléchargeant vers des serveurs de site de partage furent interrogées concernant leurs partages vers des SRS ou des applications mobiles telles que Vine. Voyons plus en détail les problèmes liés au terme de partage, très utilisés par les SRS et autres plateformes du Web 2.0.

#### **1.2.4 La notion de partage**

Le terme « partager » étant utilisé pour différentes pratiques sociales ayant des fonctions et des motivations distinctes, il est important de définir comment je l'utiliserai au cours de ma thèse. Traditionnellement, la notion de partage fait référence à l'acte et au processus de distribution de ce qui est nôtre à autrui pour leur utilisation, et/ou à l'acte et au processus de réception ou d'investiture de quelque chose provenant des autres pour notre propre usage (Belk, 2010). Le don et l'échange des marchandises impliquent un transfert de propriété, alors que le partage implique une copropriété (Belk, 2010). Le partage est une pratique quotidienne et courante, généralement associée à la famille, l'amitié et la communauté.

Wittel (2011) précise la notion de partage à l'ère numérique, qui n'a pas exactement le même sens que le partage d'objet physique. Sur Internet, il n'y a plus de sacrifice à faire lors d'un partage de fichier, alors qu'un CD par exemple, ne peut être qu'à une place en même temps. En fait le fichier en question est dupliqué voire multiplié en grand nombre pour satisfaire autant de personnes désirant en avoir une copie. Wittel conclut que le partage à l'ère numérique est difficile à saisir, car il est basé sur deux motifs différents : l'échange social d'une part, et la distribution et la diffusion de l'autre.

---

<sup>11</sup>Le questionnaire peut être téléchargé à : <http://www.pewinternet.org/datasets/july-2013-online-video-omnibus/>

Les échanges de contenus médiatiques sont souvent étudiés au niveau des communautés d'intérêts comme celles des fans (Jenkins, Ford, Green, & Green, 2012). Vanter une découverte figure comme la principale motivation à partager des vidéos (Jenkins *et al.*, 2012). Mais le partage de vidéos ne se limite pas à la vantardise, ou même à la recommandation (Bondad-Brown, Rice, & Pearce, 2012). Partager constitue le cœur des SRS, mais ce n'est que récemment que le monde académique s'interroge sur ce mot. John (2012) pose les premières bases sur le concept de partage, en présentant un état des lieux des significations de ce mot omniprésent dans la sphère du web 2.0. Il conceptualise le terme sous trois angles, le Web 2.0, l'économie du partage, et les relations interpersonnelles intimes. Dans le contexte du Web 2.0, il se concentre en particulier sur les objets de partage, en faisant valoir qu'ils deviennent de plus en plus flous, ou disparaissent complètement. Les invitations à partager des photos par exemple, sont des exhortations à partager sa vie. Sur ses SRS, partager sa vie devient un acte de communication (John, 2013). Avec l'économie du partage, John (2013) compare les instances où le partage sont vus, soit d'un bon œil, comme pour Wikipedia, ou bien d'un mauvais œil, comme le partage de fichiers que certains de l'industrie du disque qualifient de vol. Le troisième angle, le domaine des relations interpersonnelles, est régi par les règles culturelles et la communication des émotions : le partage se réfère alors à un type de communication qui est basé sur l'utilitarisme et la mutualité, l'ouverture et la confiance. John (2013) montre comment les différentes sphères de la vie quotidienne sont liées les unes aux autres à travers la métaphore du partage, qui recouvre à la fois une forme de sociabilité, une forme d'activité économique, ou la base de relations intimes.

Le terme de partage est en train de devenir le mot accepté pour se référer à ce qu'on fait sur le web social. Il constitue non seulement une interaction sociale (Wittel, 2011), mais aussi un acte de communication. Cette convention émergente m'a amenée à adopter le mot « partage » plutôt que le mot « échange » pour parler de ce qui se passe entre les personnes autour des vidéos. Partager est employé ici, et tout le long de la thèse, dans le sens où les internautes

envoient, publient ou montrent une vidéo. Elle n'inclut pas l'acte de télécharger (*upload*) une vidéo en ligne ni d'utiliser des services tels que Netflix ou les plateformes des télédiffuseurs.

### 1.3 L'internaute ordinaire

Les recherches qui se sont intéressées au quotidien ont eu pour sujet d'étude, des spectateurs, des internautes, des joueurs, des jeunes, des citoyens ou encore des usagers. Les individus ordinaires sont souvent définis par la négative. Ils ne sont pas experts en matière de technologie ou dans un domaine comme le seraient les fans (Bosséno, 1995). Les fans sont des grands consommateurs, d'une émission ou d'un type d'émission particulier ou encore d'un artiste préféré ; de plus, les fans s'engagent dans une grande variété d'activités communautaires (Abercrombie & Longhurst, 1998). Il ne s'agit pas de dire que les spectateurs ordinaires sont passifs, mais ils apparaissent beaucoup moins engagés que les fans. L'internaute ordinaire n'est pas un grand artiste, mais il utilise les médias sociaux pour s'exprimer. « Un outil démocratique donnait à des gens ordinaires des moyens de s'exprimer plus facilement qu'aucun autre outil auparavant » (Lessig, 2004, pp. 41-42), cette définition peut convenir à Internet, mais il s'agit de celle des premiers appareils-photo Kodak. Les liens entre personnes ordinaires sont facilités par l'utilisation d'une technologie dite d'expression (Lessig, 2004). Internet est devenu avec le Web 2.0 un outil d'expression<sup>12</sup> par excellence. Contrairement à Lessig ou Jenkins, la création de contenus audiovisuels tels que les réappropriations de contenu et remix<sup>13</sup> (Jenkins, 1992 ; 2006 b ; Lessig, 2005 ; 2008) ne sont

---

<sup>12</sup>Les internautes peuvent faire des blogs, des podcasts, des vidéos (etc.) bien plus facilement (Jenkins, 2006a; Kuipers, 2002).

<sup>13</sup>Cela me mènerait vers des problématiques telles que l'intertextualité (Agger, 1999), les droits d'auteurs (Aufderheide & Jaszi, 2008; Lessig, 2008) ou la culture participative (Jenkins, 2006a, 2006 b ; Schäfer, 2009 ; Sharp, 2006). Ceci pourrait également m'amener à m'intéresser aux notions de consommation médiatique et culturelle et poursuivre vers ce que les gens ordinaires font en tant que citoyens culturels (Hermes, 2006). Cela indiquerait que je m'intéresse aux informations et je devrai problématiser les notions de participation, d'espace public, de journalisme citoyen, d'émancipation et de démocratie.

pas au cœur de ma recherche. Ce sont les expressions autour des vidéos qui représentent l'objet de ma recherche.

Dans ma recherche, les usagers sont définis comme ordinaires ; non pas à cause de leurs caractéristiques sociodémographiques (âge, genre, éducation, emploi...), mais en fonction de leurs usages et pratiques. Souvent, les études associent l'ordinaire à l'intime en s'intéressant à l'impact des nouvelles technologies dans l'espace domestique ou à l'utilisation de la télévision dans la vie familiale (Lull, 1980). Je considère les pratiques ordinaires comme étant souvent peu intensives : les individus ont « une vie » en dehors des vidéos en ligne, pratiquent un ensemble d'activités diverses et variées dont les vidéos en ligne ne sont qu'un élément. Puisqu'ils sont d'abord des consommateurs avant d'être des producteurs, il ne s'agit pas d'individus créant et postant régulièrement des vidéos en ligne originales. Internet étant devenu d'usage courant pour une grande majorité de la population, il s'agit d'un objet habituel et banal, utilisé dans la vie de tous les jours :

De l'adoption à la banalisation, la construction de l'usage s'opère par étapes marquées par le désenchantement de la technique, par un rétrécissement des usages au regard des attentes initiales et des emplois frénétiques de la phase d'exploration, bref, par son passage au statut d'objet ordinaire qui l'incorpore dans les pratiques sociales. (Jouët, 2000, p. 501)

Ainsi, l'usager intègre l'objet ordinaire dans sa routine quotidienne. Je désire examiner comment est utilisé cet objet du quotidien, car

Il est plus que temps de rendre aux objets familiers leur rôle de compagnons de notre existence, et, pour cela, reconnaître leur qualité de supports de nos processus psychiques et de médiateurs entre notre vie intérieure et notre vie sociale. (Tisseron, 1999, p. 65)

## **1.4 Question de recherche**

Les vidéos en ligne circulent sur Internet *via* le partage qu'en font des internautes, mais elles sont également mobilisées lors de conversations en face à face, comme lorsqu'on regarde à plusieurs un même écran. Le partage de vidéos s'imbrique dans une danse complexe entre

contenus, individus et contextes. Suivant les moments de la journée ou les situations, le visionnement d'une même vidéo peut prendre des significations différentes selon la personne qui la regarde. Il en est de même pour les raisons du partage. Prenons un exemple tiré de la série *How I met your mother* : Marshall perd son père, et durant les obsèques ses amis tentent de le reconforter en lui montrant des vidéos sur un téléphone portable. Ici, le fait important n'est pas que des vidéos aient été vues sur une technologie mobile, mais qu'elles ont été montrées en signe de soutien et d'affection à un ami en détresse. Comme nous l'illustre cet exemple, sans le contexte il est impossible de comprendre les processus de partage de contenus audiovisuels sur Internet :

Exclusive focus on the online world can be misleading. People do have a physical embodiment, and their physical and social situation and history influence their actions online. Likewise, what they learn and do spills over to their real-world experiences. (Katz & Rice, 2002, pp.118-119)

Pour cette recherche, j'éviterai de faire des typologies, car cela figerait les pratiques dans des positions statiques. Il est difficile de rendre compte de la nature dynamique de ces espaces avec une approche immobile. Il s'agira de comprendre qu'est-ce qui se partage, avec qui et comment. Cela nous permettra de comprendre comment s'imbriquent de façon banale et quotidienne l'exploration, l'interaction et l'expression autour des vidéos en ligne. Il s'agira donc de penser comment identifier les différents espaces conversationnels. Ces espaces se forment, se transforment, et peuvent se dissoudre aussi rapidement qu'ils sont apparus.

Ainsi, ma question de recherche se formule comme suit :

- *Comment les vidéos en ligne sont-elles partagées dans la vie quotidienne ?*

Dans la section précédente, j'ai examiné la littérature sur les études d'Internet et les vidéos en ligne. J'ai avancé l'argument que la littérature existante ne permet pas de bien décrire et expliquer le phénomène du partage de vidéos en ligne. L'accent mis en particulier sur les statistiques et les approches quantitatives, ainsi que sur les usagers producteurs de contenu,

ne permet pas d'établir un portrait nuancé de ce que font vraiment une grande majorité d'individus autour des vidéos en ligne. J'estime qui plus est, que la collecte et l'analyse des données concernant l'expérience des usagers en ligne et du sens qu'ils construisent de cette activité sera cruciale pour informer la recherche dans le domaine des communications.

Pour Dutton (2013), le futur des études sur Internet peut surtout se développer grâce à l'interdisciplinarité. C'est en puisant sur plusieurs concepts de domaines différents que j'ai bâti le cadre conceptuel qui suit.

## CHAPITRE II : CADRE CONCEPTUEL

Internet et quotidien sont tous deux des objets complexes et mouvants, alors quel cadre conceptuel permettrait de les étudier ? Est-ce vraiment pertinent de construire de nouveaux modèles théoriques quand tout autour de nous est en train de changer ? Seulement si nous pouvons faire des modèles suffisamment souples pour tenir compte d'un paysage médiatique qui est en constante évolution. La difficulté réside dans une analyse prenant en compte des éléments qui sont souvent étudiés séparément : l'utilisateur, le contenu vidéo, la technologie numérique. Cette difficulté a déjà été abordée dans plusieurs disciplines comme nous le verrons dans le présent chapitre.

Je présenterai d'abord la notion de quotidien en sciences sociales. Ensuite, j'examinerai plus précisément comment le quotidien a été théorisé dans les études sur Internet. Cela m'amènera à considérer les interactions sur et avec Internet de manière plus souple et dynamique. J'explorerai enfin comment les concepts d'espace fluide et de feu peuvent m'aider dans ma recherche en fournissant des outils pour penser la fluidité des pratiques sur Internet.

### 2.1 Revaloriser le quotidien

« Le quotidien : ce qu'il y a de plus difficile à découvrir » (Blanchot, 1969, p. 355).

Le caractère insaisissable du quotidien est qu'il est en perpétuel devenir (Blanchot, 1969). Sheringham (2006) explique que la difficulté d'appréhender le quotidien se résume en un paradoxe. Si le quotidien n'est pas digne de notre attention, s'il s'agit de ce que nous négligeons, alors l'observer de trop près le rend exceptionnel. Et si le quotidien cesse d'être lui-même et qu'il devient extraordinaire, comment étudier le quotidien dans toute sa banalité (Sheringham, 2006) ?

Le quotidien, normal et ordinaire est souvent décrit de façon péjorative, car il est considéré de peu d'intérêt (Sandywell, 2004). La répétition des activités jour après jour renvoi au mieux

à la banalité et à la monotonie. Au pire, la répétition enferme le quotidien dans une ritualisation qui le rend statique et le fige dans des normes que les individus doivent suivre afin d'éviter l'angoisse de ne pas appartenir au groupe (celui des gens normaux) (Javeau, 1980). Mais la mise en place de rituel, de tradition de la vie quotidienne peut être formulée comme la fondation de l'édifice de la connaissance en sciences sociales (Sandywell, 2004). Ce sont les études critiques, les *cultural studies*, ainsi que la phénoménologie, la philosophie postmoderne et la sociologie, qui s'interrogent en effet sur le quotidien (Sandywell, 2004).

Rendre problématique le quotidien c'est le rendre visible. Il s'agit de critiquer les « pris pour acquis » et de creuser sous la surface de la signification : Il faut se déshabituer de l'objet (Silverstone, 1999). Blanchot et Lefebvre divergent sur la façon de rendre visible le quotidien. Lefebvre (1958) entreprend sa critique de la vie quotidienne en rejetant l'approche des surréalistes envers le quotidien, puisque ceux-ci fétichisent les états merveilleux, irrationnels et oniriques de l'existence au détriment des aspects les plus banals de la vie quotidienne. Alors que pour Blanchot (1969), l'art<sup>14</sup> rend la nature insaisissable de la vie de tous les jours en présentant sa propre médiation comme de l'art. Je me range avec Lefebvre, car ma recherche est ancrée en sciences sociales : je me dois donc trouver des outils plus appropriés pour rendre visible le quotidien.

Philosophe français et intellectuel marxiste engagé Henri Lefebvre était convaincu que la philosophie ne devait pas être une discipline isolée, mais une activité étroitement liée à la pratique politique. Dans son œuvre en trois volumes sur le quotidien (Lefebvre, 1958 ; 1961 ; 1981 ), Lefebvre fait valoir que la vie quotidienne est un phénomène moderne apparu au 19e siècle suite à de profonds changements sociétaux. L'impact de l'industrialisation a forcé les populations à s'installer dans les villes où l'uniformité et la répétitivité de la vie ont pris de

---

<sup>14</sup>Et comme le souligne (Sheringham, 2006) écrivains, artistes et penseurs abordent le quotidien, ce qui en fait un thème très riche avec de nombreux débats dans lesquels nous n'irons pas explorer toutes les nuances. Nous resterons centré sur deux auteurs principaux, Lefebvre et de Certeau.



l'importance. En tant que marxiste, il conçoit la vie quotidienne contemporaine sous forme d'exploitation, d'oppression et de contrôle. Lefebvre estime que l'étude de la vie quotidienne est une étude de l'aliénation dans les conditions de la modernité. Mais, en tant que romantique, inspiré par des écrivains tels que James Joyce, Lefebvre envisage une transformation de la vie quotidienne provoquée par de nouveaux modes de vie. Lefebvre (1958) imagine une fin de l'aliénation avec la transformation du quotidien en œuvre d'art, ou autrement dit « l'art de vivre » que l'on retrouve chez de Certeau (1990).

Lefebvre (1981) critique la philosophie occidentale qui considère le quotidien comme trivial et sans importance. Le Siècle des Lumières a valorisé les fonctions « supérieures » de la supposée raison humaine, tel qu'il apparaît dans ces activités spécialisées comme l'art, la philosophie et la science (Gardiner, 2000). Lefebvre a donc souhaité réintroduire le quotidien dans la pensée occidentale, en particulier dans le monde académique, en le problématisant.

Pour Lefebvre (1958) le quotidien inclut le travail, la vie familiale et les loisirs. Contrairement aux marxistes, Lefebvre suggère que le capitalisme ayant colonisé tous les aspects de la vie quotidienne, surtout la maison et les loisirs, les travailleurs sont aliénés y compris chez eux. Et c'est pourquoi Lefebvre critique les marxistes d'avoir ignoré les détails de la vie des travailleurs en restant centrés sur des concepts abstraits. Toutes ces activités, sociabilités et communications « contiennent en elles-mêmes leur critique spontanée de la quotidienneté » (p.50). À travers cette critique, le quotidien peut être revalorisé et l'être humain échapper à son aliénation, car le quotidien est à la fois vide et plein :

la vie quotidienne se définit comme totalité (...). Elle a un rapport profond avec toutes les activités, et les englobe avec leurs différences et leurs conflits ; elle est leur lieu de rencontre, et leur lien, et leur terrain commun. Et c'est dans la vie quotidienne que prend forme et se constitue l'ensemble de rapports qui fait de l'humain — et de chaque être humain — un tout (Lefebvre, 1958, 108–9).

Dans le deuxième tome, Lefebvre confronte sa définition de quotidien face à celle des relativistes, des historiens et des structuralistes. Il en ressort un échappatoire au quotidien puisque :

De tous côtés, de toutes parts, elle [la vie quotidienne] nous entoure et nous assiège. Nous sommes en elle et hors d'elle. Aucune activité dite « élevée » ne se réduit à elle mais aucune ne s'en détache. Ces activités naissent, croissent, émergent ; aucune ne peut se constituer et s'achever pour et par elle-même, en quittant le sol natal et nourricier. (Lefebvre, 1961, p.46)

Bien plus qu'une terre nourricière, la vie quotidienne est mouvement (dialectique entre plaisir et contrainte), rythme (Lefebvre discute des temporalités linéaire et cyclique) et informelle (Lefebvre explique comment le quotidien échappe aux structures avec les imprévus et cas particuliers). Tout au long de sa carrière, Lefebvre a examiné la vie quotidienne non seulement comme l'aspect ordinaire et bien connu de notre vie sociale, mais il a également cherché à en révéler les potentialités et la créativité, cette capacité de résistance cachée dans la vie quotidienne. Ses écrits prolifiques ont côtoyé différents courants de pensée et ont porté sur le langage et des concepts aussi variés que le temps, l'espace urbain, la vie privée, la consommation, la mode, ou encore les loisirs. À travers cette richesse, Lefebvre gardera son idée centrale que la vie quotidienne reste le domaine inemployé des potentialités humaines. Pour résumer, « L'ambiguïté est une catégorie de la vie quotidienne » (Lefebvre, 1958, p. 26).

Des chercheurs qui se sont intéressés à la vie quotidienne depuis Lefebvre, Michel de Certeau est le plus connu. Il s'est appliqué à débusquer la créativité des tactiques dans les activités banales du quotidien, comme lire, parler, se promener en ville et cuisiner. Ainsi considère-t-il que la vie de tous les jours n'est pas un objet directement observable, car elle est constituée d'actions discrètes et d'usages propres à chaque individu. De Certeau ne s'est pas contenté de faire une description détaillée de la vie quotidienne d'un groupe spécifique : il a également tenté d'établir des modèles de pratiques pouvant ainsi dépasser la dichotomie entre

recherches micro et macro<sup>15</sup>. Pour de Certeau, l'analyse de la vie quotidienne ne signifie pas l'étude de la culture populaire, ni celle des résistances visibles aux régimes de la puissance (comme la culture punk). Il n'est pas tant intéressé par les activités, les intentions ou les intérêts personnels de l'acteur social individuel, mais plutôt par les « logiques opérationnelles » cachées de la pratique qui est collective ou structurelle de nature (de Certeau, 1990). Contrairement à Foucault qui s'intéresse aux stratégies, c'est-à-dire aux manifestations visibles du pouvoir et d'occupation d'espace physique identifiable (l'académie, la clinique, la prison), de Certeau, lui, examine les pratiques non officielles ou marginales opérantes sans une telle place fixe, c'est-à-dire les tactiques. Les tactiques sont dispersées, cachées, éphémères et improvisées selon le contexte. Elles représentent la marge de manœuvre qui reste à la disposition des gens ordinaires « contre une production rationalisée, expansionniste, centralisée, spectaculaire et bruyante » (Certeau, Giard, & Mayol, 1990, p.53)<sup>16</sup>.

De Certeau a joué un rôle fondateur en matière d'étude des usages des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) (Breton & Proulx, 2006). Il a eu également de l'influence en Angleterre dans les *Cultural Studies* en montrant que les individus ordinaires faisaient preuve de créativité face aux impositions technocrates, urbanistes, mais également face à celles relevant des industries culturelles. En résumé, l'homme ordinaire n'est plus un consommateur passif chez de Certeau, mais un créateur silencieux, invisible. Dans la sociologie des usages, l'influence de De Certeau a permis de faire une distinction entre les usages purement fonctionnels des technologies et les usages sociaux, « c'est-à-dire les pratiques en tant qu'elles sont liées aux caractéristiques sociales des individus, collectifs et institutions qui les mobilisent » (Granjon & Denouel, 2011, p. 13).

---

<sup>15</sup>Nous verrons cela plus en détail dans la section sur la méthodologie.

<sup>16</sup>Dans *L'invention du quotidien, tome 1 : Arts de faire*, De Certeau critique principalement *Surveiller et punir* de Foucault.

En France la sociologie des usages se concentre autour de l'utilisateur face aux technologies<sup>17</sup>, reprenant un questionnement qui se retrouve outre Atlantique avec les *cultural studies* et les *media studies* (études de la réception) (Denis, 2009). Si l'utilisation des médias a été étudiée de bien des façons différentes (Breton & Proulx, 2006) et portent plus précisément sur l'adoption et la domestication des médias, on peut constater des débats ont surtout lieu lors de l'introduction de nouveaux médias et qu'ils continuent aussi longtemps que le média en question perturbe ou impact la vie quotidienne. Par exemple, en se penchant sur la télévision au quotidien, Silverstone (1994) a tenté de construire une théorie à la croisée de la psychanalyse, la sociologie, la géographie et les études culturelles. Il définit le système sociotechnique comme étant une concaténation plus ou moins fragile d'éléments humains, sociaux et matériels avec des relations structurées et structurant l'action sociale. (Silverstone, 1994). Son interprétation est reliée à la réception de contenus. Les individus construisent la signification des textes et les interprétations des récits à travers leurs propres idéaux (Silverstone, 1994). Le poste de télévision, la télécommande ou le décodeur ne font pas partie des considérations qu'inclut le concept d'interprétation des auditeurs. Ces objets technologiques sont étudiés sous le cadre du concept d'usage, ou en tant que médium (Proulx, 2011). En montrant les nombreuses dimensions comme la construction de la technologie, les contextes spatio-temporels, les tensions entre l'activité et la passivité, la créativité et la consommation, ou encore le public et le privé, Silverstone (1994) m'inspire pour l'examen du quotidien.

---

<sup>17</sup>Ces sociologues emploient le terme de dispositif ou dispositif sociotechnique. « Le dispositif est d'abord un assemblage intentionnel d'éléments hétérogènes (instruments, méthodes, actions publiques, etc.) répartis spécifiquement en fonction d'une finalité attendue » (Zittoun, 2013).

### 2.1.2 Internet au quotidien

Les recherches de la première génération sur l'utilisation d'Internet au quotidien sont en réalité des interrogations sur l'intégration d'Internet dans la vie quotidienne (Wellman, Quan-Haase, Boase, & Chen, 2002). Certaines études montrent qu'Internet facilite le contact avec l'autre et améliore ainsi les relations sociales alors que d'autres révèlent que cela renforce l'isolement social. Il s'agit surtout d'études sur l'impact produit par l'introduction d'Internet dans les foyers domestiques. Notons que Katz et Rice (2002) proposaient déjà en 2002 de dépasser la séparation entre les activités en ligne et hors ligne<sup>18</sup>.

Comme d'autres chercheurs, Bakardjieva (2005) conceptualise le quotidien comme étant exclusif à la sphère privée. De nos jours cependant, il est de plus en plus difficile de faire la distinction entre usages personnels, familiaux et professionnels d'Internet. Premièrement grâce aux ordinateurs portables, tablettes et téléphones intelligents, la connexion à Internet ne se limite pas à des zones géographiques précises comme l'ordinateur au bureau et celui du salon. Deuxièmement, avec la rapidité et la personnalisation des appareils, l'internaute peut facilement travailler, suivre les nouvelles, bavarder (chatter) avec un proche. Internet permet de converser avec des personnes à distance, mais il constitue aussi une source inépuisable de sujets de conversation, comme le furent d'autres technologies avant lui, telles que la radio et la télévision.

Les utilisateurs de l'Internet ne peuvent être définis simplement par l'âge ou les caractéristiques sociodémographiques. Les possibilités, les besoins, les motivations, les conditions matérielles et expériences d'être une personne âgée ou une femme sont à prendre en considération (Selwyn, Gorard, & Furlong, 2005). Ci-dessous, un tableau de (Bakardjieva,

---

<sup>18</sup> En contrepartie, au début de la recherche sur les utilisations Internet, de nombreuses études se sont intéressés aux mondes et à l'espace virtuel comme quelque chose de distinct.

2011, p.11) représentant les différents types d'approche de l'Internet dans la vie de tous les jours :

	<b>Approche Statistique</b>	<b>Approche Interprétative</b>	<b>Approche critique</b>
<b>Épistémologie</b>	positiviste objectiviste	interprétative constructiviste	Interprétative plus normative
<b>Questions</b>	Qui est en ligne ? Que font-ils en ligne ? Combien de temps passent-ils en ligne ? Quel est l'impact ?	Pourquoi les gens vont en ligne ? Comment s'approprient-ils l'Internet ? Qu'est-ce que cela signifie pour eux ?	l'utilisation d'Internet libère-t-elle (empower) ou opprime-t-elle les gens ? l'utilisation d'Internet conduit à plus d'égalité des chances pour les individus Internet aliène ou exploite les gens ?
<b>Enjeux</b>	Tendance, facteurs, impact	sens agentivité appropriation domestication négociation	habilitation émancipation aliénation exploitation
<b>Méthodologie</b>	Quantitative	Qualitative	Qualitative plus critique

Tableau 1 : Différentes approches des recherches sur Internet

La 3<sup>e</sup> colonne rejoint les préoccupations de Lefebvre avec une influence marxiste et des enjeux comme l'aliénation et l'exploitation, et d'une certaine manière de Certeau avec les tactiques employées pour détourner les contraintes imposées par des structures. Dans un exemple plus contemporain, Dumitrica (2013) s'interroge sur la façon dont les individus font sens de l'Internet dans ce qu'il appelle la vie quotidienne, c'est-à-dire en dehors des cadres

formels (salle de classe ou le lieu de travail) afin d'évaluer les contraintes et les structures imposées sur les usages (tel que le cadrage gouvernemental des TIC mentionnés ci-dessus). L'internaute, petit frère du téléspectateur, partage certaines caractéristiques et les études sur la réception sont fort utiles pour l'étude des nouveaux médias (Livingstone, 2003, 2004). Ainsi, des études sur les utilisations sociales des contenus télévisuel ont montré que « la signification sociale de cette activité [la conversation] n'est pas *a priori* explicite, ni garantie, ni stable dans le temps » (Boullier, 2004, p. 62). Les sites de partage de vidéos pourraient être analysés comme le fait Boullier (2004) avec la télévision, puisque « la télévision se parle au cours d'autres activités ou même comme activité centrale de conversation » (p.62). Toutefois, les chercheurs s'étant intéressés à la réception<sup>19</sup> de la télévision au quotidien se sont confrontés à l'absence d'un terrain délimité, puisqu'elle apparaît comme fragmentée, fugace et inattentive (Hine, 2011). Il en est de même pour Internet comme objet d'étude :

Les uns l'analysent comme un nouveau média, d'autres comme un outil de communication interpersonnelle, ou comme un nouveau système d'organisation des entreprises, d'autres enfin, comme un dispositif d'échange commercial. Toutes ces facettes sont rarement étudiées simultanément et pourtant les individus sont présents en même temps sur plusieurs scènes d'Internet et les justifications de leur engagement sont globales (Flichy, 2001, p. 9)

Flichy (2001) résume bien cette tâche herculéenne qu'est d'étudier tout l'Internet, métasupport de contenus et d'activités (Rebillard, 2007). Et chercher à savoir qui sont ces individus usagers d'internet s'avère être une tâche tout aussi colossale. Dans cette recherche, nous verrons une petite facette, celle du partage des vidéos en ligne. Et nous verrons quelques individus « ordinaires ». Qu'est-ce que l'ordinaire sur Internet ?

---

<sup>19</sup>J'ai préféré remplacer « engagement with television » par réception, car le terme en anglais renvoie à plusieurs notions en même temps, telles que participation, interaction, engagement, collaboration.

### 2.1.2 L'ordinaire de l'expérience d'Internet

La notion d'ordinaire est étroitement reliée à celle du quotidien. Mon étude est centrée sur les pratiques des gens « ordinaires ». La notion d'ordinaire n'est pas un concept en lui-même et elle ne recouvre dans mon étude aucune valeur péjorative. Tout comme le quotidien, l'ordinaire rend en quelque sorte les technologies et les pratiques invisibles. A titre d'exemple, à être utilisé tous les jours, les technologies perdent de leur éclat, la banalité émousse l'intérêt. Taylor et Harper (2003) ont considéré que la télévision comprend des modèles de comportement de visualisation ajustés au mode de vie de leurs participants. La télévision est liée aux rythmes ordinaires de la vie quotidienne ; elle fait partie intégrante des meubles. Les téléspectateurs ne planifient pas à l'avance ce qu'ils vont regarder à l'aide d'un guide des programmes. Ils savent quand seront diffusées leurs émissions préférées et décident au fur et à mesure des autres contenus à regarder (Taylor & Harper, 2003).

Dans la vie quotidienne, on utilise de nombreux objets qui font partie de l'ordre établi : la petite cuillère pour ajouter du sucre au café, la brosse à dents sur laquelle on met du dentifrice de façon automatique. Il en est de même pour les nouvelles technologies qui sont souvent étudiées de la même façon, un peu de manières automatiques<sup>20</sup>. Penser l'ordinaire soulève des questions sur l'interprétation, la difficulté à savoir ce qui compte comme objet de recherche (Law & Singleton, 2005).

The everyday is, (...), 'polydimensional': fluid, ambivalent and labile. Perhaps we could say that one of the primary goals ... is to *problematize* everyday life, to expose its contradictions and tease out its hidden potentialities, and to raise our understanding of the prosaic to the level of critical knowledge. (Gardiner, 2000, p. 6)

---

<sup>20</sup>Une revue de la littérature (Rains & Brunner, 2014), évoque quelques problèmes concernant la recherche sur les SRS, comme le manque de considération des réglementations de l'entreprise derrière un SRS ce qui peut influencer la recherche, faire que l'on se concentre sur les fonctionnalités d'un site.



Puisque l'Internet est un moyen de communication parmi d'autres, il doit être étudié, comme le souligne Barkadjieva (2011), au-delà des traces laissées sur le Web, mais imbriqué également avec d'autres activités qui viennent former la vie quotidienne de nombreux individus.

### **2.1.3 Conversation**

L'Internet rend l'informatique davantage sociale, en lui attribuant des outils plus conviviaux, lesquels permettent aux utilisateurs de partager des données, de collaborer et de coproduire des contenus. L'internaute n'interagit plus seulement avec l'interface du navigateur Web, il peut aussi interagir avec d'autres individus. C'est pourquoi Jenkins (2006a) parle de participation afin de différencier les pratiques culturelles des protocoles de communication liées aux accordances interactives de systèmes informatiques. Interaction et participation apparaissent alors comme deux dimensions interdépendantes du médium conversationnel qu'est Internet (Spurgeon, 2008).

Je considère Internet comme un médium conversationnel. Une grande majorité des activités en ligne sont constituées de conversations ordinaires d'internautes ordinaires, c'est-à-dire d'internautes qui ne sont « ni des spectateurs passifs, ni des contributeurs en puissance » (Cardon, 2010, p. 50). Par exemple, le « retweeting » peut être simplement considéré comme l'acte de copier un tweet (message de 140 caractères) et de le rediffuser. En ce sens, la pratique d'Internet contribue à une écologie conversationnelle à travers laquelle les conversations se composent des voix du grand public. Ainsi, l'action de retweeter permet-elle de commenter ou de simplement se placer dans une conversation en l'observant (boyd, Golder, & Lotan, 2010). Les internautes peuvent de cette manière être plus ou moins actifs et modeler leurs conversations sur les sites de réseaux sociaux selon leurs besoins, leurs interlocuteurs, et les différents canaux de diffusion à leur disposition :

La conversation en petit groupe a toujours été le moteur des usages d'Internet sans grand tapage, c'est le courrier électronique (un échange de personne à personne) qui

a été le principal vecteur de la diffusion de l'Internet dans le monde. La correspondance électronique s'est très vite lestée d'un micro public, avec la mise en copie de personnes autorisées à voir le contenu des messages sans en être les destinataires directs. Ce sont ensuite les outils de communication de groupe comme le chat et la messagerie instantanée qui ont permis au Web de s'enraciner dans les conversations quotidiennes. (Cardon, 2010, p. 55).

Dominique Cardon (2011) identifie deux types de conversations sur les sites de réseaux sociaux : des conversations intimes incluant quelques personnes proches, appelées petites conversations, et d'autres plus éclatées, engageant un grand auditoire, appelées grandes conversations. « Le propre des productions identitaires des utilisateurs des réseaux sociaux est de mêler “petites” et “grandes” conversations en faisant varier le périmètre de leur public en fonction du degré de distanciation des énoncés qu'ils publient. » (Cardon, 2011).

La communication privée en public est l'une des formes d'échange les plus originales qui soient apparues avec les réseaux sociaux de l'Internet (...) Cet étrange jeu théâtral, dans lequel les utilisateurs miment l'aparté tout en parlant au su et au vu des spectateurs potentiels, permet de parader devant eux (...) [ouvrant] une microscène (Cardon, 2010, p. 63)<sup>21</sup>.

Les petites conversations sont réduites en taille, car elles sont composées d'utilisateurs qui ont des liens personnels en commun (Cardon, 2011). Il s'agit de conversations pratiquées exclusivement entre amis. Dans ce contexte, les vidéos échangées agiraient alors comme une forte « colle sociale<sup>22</sup> » (Baym, 2010), c'est-à-dire comme un processus permettant de resserrer ou conserver les liens d'amitié.

les « petites » conversations qui présentent un fort ancrage contextuel, un adressage fermé et un attachement serré entre énoncé et énonciateur ont une capacité de circulation, somme toute, très faible. Si accessible soit-il aux regards des autres, ce

---

<sup>21</sup> Dominique Cardon (2010) propose une typologie classant la visibilité des énoncés des usagers des SRS, et il affirme que les plateformes relationnelles telles que Facebook sont des espaces en clair-obscur permettant les échanges interpersonnels. Cardon fait référence à un modèle conversationnel qui domine les géants des contenus collaboratifs et des communautés numériques comme YouTube, MySpace, Wikipedia et Facebook.

<sup>22</sup> Baym reprend l'idée de capital social de Putnam, avec le bonding capital (bonding : former des liens) et le bridging capital (qui crée des ponts).

genre d'énonciation ne suscite en fait que peu d'attention sauf une éventuelle curiosité déplacée si elle devient trop insistante. Manquant d'intérêt, elles ont peu de risque d'être reprises et de circuler au-delà de leur périmètre d'énonciation. (Cardon, 2011)

À l'autre extrémité du spectre, il y a les grandes conversations, dans lesquelles les internautes « publient à l'intention d'un public d'inconnus et d'anonymes » (Cardon, 2011). N'importe qui peut s'inclure dans la conversation, qui sert alors de « lubrifiant social », permettant des échanges entre personnes ayant peu de choses en commun (Baym, 2010). Bien entendu, les conversations en ligne sont libres de passer de petites à grandes, voire de mêler des éléments de l'une dans l'autre.

Les vidéos en ligne peuvent être utilisées dans ces deux types de conversations ainsi que pour de nouvelles formes de conversations mélangeant ces deux types. Mettre sur son mur Facebook un clip du film que l'on a vu la veille avec des amis proches est un exemple de petite conversation, car seul un petit nombre de personnes pourront comprendre et partager le sens de cette publication. Un exemple d'une grande conversation serait l'utilisation de Twitter pour commenter ce qu'il se passe à la télévision (comme *Tout le monde en parle*, une émission diffusée le dimanche soir sur Radio Canada). De plus, des mélanges des deux genres peuvent se créer. Par exemple, lorsque la grande conversation intègre des éléments de la petite, comme dans le cas d'évènements importants, tels que les catastrophes ou le décès d'une célébrité, ceux-ci rassemblent momentanément les individus en une communauté. De cette façon, publier des vidéos commémoratives est un moyen de partager ce « sentiment océanique qu'éprouve le public des grands évènements à l'idée de se fondre dans une communauté planétaire » (Dayan, 2000, p.429).

Avec Internet, les individus découvrent de nouveaux espaces à explorer et se promènent sur la toile (boyd, 2011; Lindgren, 2007) tout autant que sur des espaces conversationnels (Baym, 2010 ; Cardon, 2011). Peut-être le Web 2.0 permet-il tout simplement au public de se retrouver dans une nouvelle configuration pour livrer ses pensées dans un espace public. Ainsi, les conversations banales et quotidiennes disparues des espaces publics reviennent-

elles sous de nouvelles formes sur le Web, faisant ainsi entrer complètement Internet dans la vie quotidienne (Lindgren, 2007).

#### **2.1.4 Distinction en ligne/hors-ligne**

De nos jours, étudier de manière séparée les activités en ligne et hors-ligne est impensable, car Internet fait partie du quotidien (boyd & Ellison, 2007). Internet est désormais disponible aussi bien chez soi que sur les lieux de travail, et même dans les transports en commun, et sur plusieurs machines (ordinateur, tablette, téléphone intelligent). Le quotidien se compose d'émotions, d'affects, d'habitudes et de comportements (Lefebvre, 1981). Conséquemment, si l'on veut réellement comprendre ces nouvelles pratiques communicationnelles, il faut les considérer dans l'ensemble que forment les habitudes du quotidien. Sachant que le quotidien est composé « de l'ensemble des actes journaliers et surtout le fait qu'ils s'enchaînent, qu'ils forment un ensemble » (Lefebvre, 1981), séparer ce que les gens font en ligne du reste de leurs journées détruit l'ensemble que forme le quotidien.

La terminologie classique de distinction restreinte du en ligne/hors-ligne limite la compréhension des pratiques. Leander et McKim (2003) estiment qu'Internet a été construit comme « un monde à part » en raison de théories statiques de la vie sociale et de l'espace. Cette vision statique traite l'espace comme un récipient rempli d'objets, et crée une nette séparation entre la vie « réelle » et ce qui se passe en ligne. Toutefois, Leander utilise les termes de mouvement et de déplacement pour décrire les pratiques. Les individus iraient d'un monde à l'autre comme s'ils se déplaçaient dans des espaces bien distincts. Si les téléspectateurs ne se déplacent pas vers le « monde virtuel », ils peuvent néanmoins s'abandonner dans un programme. La passivité du téléspectateur l'empêcherait-il d'aller *dans* la télévision, comme si l'absence d'empreinte laissée par celui-ci (comme on pourrait le faire sur la toile), le priverait de toute intrusion possible. Peut-être n'est-ce affaire que de vocabulaire. Il n'empêche toutefois que le téléspectateur reste devant son écran et que

l'internaute *va* sur internet. Le téléspectateur reste devant son écran et l'internaute *va* sur Internet.

Cela fait plus de vingt ans que les outils de communication sont devenus indissociables des activités quotidiennes (Jouët, 1993). Pourquoi tant d'études alors concernant Internet en le problématisant comme quelque chose de distinct de la vie quotidienne. Selon moi, il serait plus intéressant de penser l'internaute comme étant à deux endroits en même temps comme le fait Höfllich (2006) avec les utilisateurs du téléphone. Ils sont physiquement situés quelque part, mais placés également dans l'espace virtuel de leurs conversations. Penser l'internaute comme étant à plusieurs endroits en même temps permet de l'ancrer dans son quotidien. Cette simultanéité apparaît comme une réalité pour de nombreux individus. Avec les appareils connectés en quasi-permanence, de plus en plus de personnes sont presque toujours en ligne, car si ce n'est pas l'ordinateur c'est le téléphone qui est constamment connecté et allumé. Rappelons-nous qu'avant cette connexion constante des appareils, « aller en ligne » requérait le débranchement du téléphone, le branchement du modem, ainsi qu'une certaine attente pour que la connexion se fasse. De nos jours, le WiFi permet une grande fluidité des activités « en ligne » dans le quotidien.

Granjon (2011) met en garde contre des recherches purement basées sur les traces laissées par les internautes, car cela :

tend à confondre, non pas les usages et les pratiques sociales, mais quelques-unes des traces de ces usages avec la vérité sociales des (non — ) pratiques qui leur correspondent et qui restent indéductibles des seuls indicateurs à partir desquels ils travaillent (hits de page, nombre d'amis, de commentaire, etc.) (p.36)

Ainsi, les traces laissées sur Internet ne constituent pas le reflet de la réalité, c'est pourquoi il faut des outils conceptuels permettant d'être à la fois en ligne et hors ligne tout comme les individus que l'on souhaite étudier.

## 2.2 Les objets fluides et feux

Seigworth et Gardiner (2004) nous rappellent qu'il faut réintroduire « la vie » dans les études de la vie quotidienne. Les auteurs soutiennent que les *cultural studies* se sont rigidifiées en ne prenant en compte qu'une partie de la métaphore organique, le squelette, laissant alors de côté les tissus mous. Ainsi, la fluidité de la métaphore organique s'est-elle perdue par une transposition des concepts dans un corps parfaitement organisé, avec des organes conformes à leur emplacement et fonctionnant comme prévu. Seigworth et Gardiner (2004) proposent de prendre en considération les « tissus mous », c'est-à-dire une circulation imperceptible et souple, une différenciation mobile (mobile mutable). Réintroduire pleinement la « vie » dans la vie quotidienne permettrait alors de prendre en compte ses moments, ses mouvements, ses multiplicités et ses matières différentes.

Les *cultural studies* ne sont pas les seuls mouvements théoriques qui cherchent à vouloir fluidifier leurs conceptions du monde. Le deuxième pôle de mon cadre conceptuel me permet de considérer ces caractéristiques dynamiques, multidimensionnelles et mouvantes des objets. Je m'inspire dans la présente étude des travaux d'un petit nombre de chercheurs issus du champ des *Science and Technology Studies* (STS) (à savoir De Laet & Mol, 2000 ; Law, 2002 ; Law & Mol, 2001 ; Law & Singleton, 2005 ; Mol & Law, 1994 ; Moser & Law, 2006). Ces chercheurs proposent des outils conceptuels extrêmement pertinents pour ma recherche. Ainsi, avant de caractériser la fluidité des objets convient-il de situer ces travaux dans le champ des STS, et de voir en réaction à quoi cette approche a émergé.

### 2.2.1 Les prémisses de base du champ des STS et la critique de l'ANT classique

Les STS sont un champ interdisciplinaire orienté vers les origines, les dynamiques et les conséquences de la science et la technologie. Une des prémisses clés de cet ensemble d'études est une orientation vers l'indétermination et l'indéfinissable. Les ensembles et les

catégories sont flous ; les singuliers deviennent pluriels (Hackett *et al.*, 2008), et la causalité linéaire, même réciproque, est remplacée par des processus de coproduction qui impliquent une action profondément intégrée (Hackett, Amsterdamska, Lynch, & Wajcman, 2008). Ce courant est connu pour étudier les relations étroites entre société et technologies. Il n’y a pas de ligne de démarcation claire entre les aspects technologiques, sociaux, et humains (Moser & Law, 2006).

Les travaux sur la topologie des espaces et les objets fluides et feu se développent dans le courant de l’après-théorie de l’Acteur Réseau<sup>23</sup> (ANT, pour *Actor-Network Theory*), connu pour son analyse des réseaux et de la matérialité relationnelle (Moser & Law, 2006). Selon Law (2002), ANT est particulièrement bien adapté pour traiter des objets de recherche fixes et stabilisés, c’est-à-dire des espaces sédimentés, ou des réseaux caractérisés par une seule chaîne de commande ou par un ensemble unique de principes régulateur. En revanche, Mol et Law (1994) ont remarqué qu’il est parfois difficile d’analyser un phénomène en termes de réseaux. Un réseau est constitué de points fixes et bien définis, et inter-relié par des mobiles immuables<sup>24</sup> dans la théorie ANT, mais Mol et Law (1994) observent que l’espace social se comporte comme un fluide.

Latour lui-même a noté l’intérêt des interstices d’un réseau : cet espace vide entre « les réseaux, les *terra incognita* sont les aspects les plus passionnants de l’ANT, car ils montrent l’étendue de notre ignorance (Latour, 1999). Cependant, l’ANT classique traite généralement des objets/actants bien définis qui se déplacent d’un point à l’autre sans souffrir d’une quelconque déformation, perte ou détérioration (Law, 2002 ; Law & Mol, 2001). Ces lacunes ont mené Law et d’autres à proposer de nouveaux outils conceptuels pour explorer la multiplicité. Ils se basent notamment sur les métaphores apparentées aux thématiques de la

---

<sup>23</sup>J’ai choisi cette terminologie afin de rester au plus près du sens du terme anglais *after-ANT*.

<sup>24</sup>Law utilise l’exemple du navire portugais dans sa traversée de l’océan.

fluidité (Moser & Law, 2006) et mettent l'accent sur les échanges et les espaces entre les éléments plutôt que sur les composants distincts du réseau.

### 2.2.2 La topologie

En s'inspirant des problèmes de topologie<sup>25</sup> concernant la continuité des formes, Mol et Law (1994) ont proposé une multiplicité d'espaces potentiels dans lesquels les objets pourraient se déformer sans se briser. Ils proposent d'analyser le diagnostic de l'anémie en Afrique et en Europe à l'aide de trois métaphores : les régions, les réseaux et les fluides. Tout d'abord, la *région* est une topologie distincte où les objets sont regroupés et des frontières se dessinent autour d'elles. Dans le cas qui les préoccupait, Mol et Law (1994) ont remarqué qu'il s'agit certes de la même maladie, mais que la pratique des médecins change d'une région à l'autre, rendant impossible la tâche du chercheur qui veut dessiner un réseau. Cette métaphore des régions se caractérise par les frontières qui les délimitent.

Deuxièmement, le *réseau* est une topologie dans laquelle la distance est relative à la fonction de la relation entre les composants constituant le réseau. Le réseau constitue alors un ensemble de connexions complexes de nœuds. Cette seconde métaphore, laquelle correspond plutôt bien à la théorie ANT classique, peut être caractérisée par les liens et les relations. Le réseau apparaît donc comme traversé d'immuables mobiles (Law & Mol, 2001). La mobilité réfère à un transport facile : il peut s'agir de connaissances ou d'objets. L'immuabilité quant à elle, fait référence à la capacité de conserver les principales caractéristiques de l'objet durant son passage d'une localité ou région à l'autre.

---

<sup>25</sup>La topologie est une branche des mathématiques qui traite des diverses propriétés géométriques et des relations spatiales. Cependant, la topologie ne se restreint pas à la tridimensionnalité géométrique. Ainsi, les trois axes standards, X, Y et Z peuvent-ils être réinventés au besoin.



La troisième métaphore est celle de *l'espace fluide*. Mol et Law (1994) soutiennent que dans certaines situations, il ne s'agit pas d'observer des réseaux mais des flux<sup>26</sup>. Les pratiques s'avèrent multispaciales, souples, et circulent d'une région à l'autre sans coupures. Dans un espace fluide<sup>27</sup>, il est impossible de distinguer l'intérieur de l'extérieur, de déterminer les identités et les objets de façon nette et précise une fois pour toutes. C'est cette troisième métaphore qui constitue l'avancée conceptuelle autour de laquelle nous allons bâtir notre analyse.

### 2.2.3 L'espace fluide

Dans l'ANT classique, l'objet est immuable, car il fait partie du réseau, et mobile, puisqu'il se déplace dans un espace euclidien<sup>28</sup>. En comparaison, on ne peut pas, dans un espace fluide, identifier les points de façon définitive et leur donner une identité précise et fixe. Des objets sont créés, adoptés et se déplacent dans des espaces dans lesquelles rien ne reste en place ; même les relations entre objets changent (Law, 2002). De multiples formes de spatialités sont ainsi possibles. Law et ses collègues appellent les objets qui circulent dans ces espaces des mobiles muables.

Le concept d'espace fluide, habité de mobiles muables ou d'objets fluides, a été développé par un petit noyau de chercheurs. Étant donné le haut degré d'abstraction de ce concept, je vais brièvement passer en revue quelques études qui ont aidé à le préciser et en dégager les

---

<sup>26</sup>« We're looking at variation without boundaries and transformation without discontinuity. We're looking at flows. » p.658.

<sup>27</sup> Note terminologique : Les expressions « objet fluide » et « espace fluide » sont utilisées de manière interchangeable par les chercheurs qui ont développé le concept. Les objets sont à la fois générés à l'intérieur des espaces fluides et les génèrent. « Typically, the objects generated inside them – that generate them – are not well-defined » (Mol & Law 1994, p. 659). Les articles subséquents tendent à parler davantage d'« objet » que d'« espace ». Je vais suivre la même pratique dans mon utilisation de ces mots.

<sup>28</sup>In Cartesian, regional or Euclidean space place is defined by a set of relative three-dimensional co-ordinates (Law, 2001 p. 4).

caractéristiques principales (De Laet & Mol, 2000 ; Law, 2002 ; Law & Mol, 2001 ; Law & Singleton, 2005 ; Mol & Law, 1994), et finir avec quelques auteurs l'ayant mobilisé dans d'autre discipline.

L'ambition du texte de Mol & Law (1994) est principalement théorique. Ils s'appuient une étude portant sur la façon dont les médecins gèrent l'anémie en région tropicale, afin de questionner l'adéquation des concepts de région et de réseau tels qu'ils sont développés dans la théorie sociale. Ils parviennent à identifier les mécanismes par lesquels nous déterminons des régions comme « Afrique » et « Pays-Bas » selon la prévalence et la sévérité de l'anémie et les pratiques diagnostiques. En Europe, le diagnostic se fait par prélèvement sanguin lequel est analysé en laboratoire, tandis qu'en Afrique, le médecin observe la pâleur des gencives, des lits, des ongles ou de l'intérieur des paupières. Ainsi, la façon dont les diagnostics se maintiennent varie-t-elle d'un endroit à l'autre. Il est rare, en Europe, que des patients montrent des signes aussi flagrants et visibles d'anémie comme on pourrait en voir en Afrique, région où les moyens techniques s'avèrent d'ailleurs insuffisants pour la réalisation de dépistages sanguins. Deux contextes socio-économiques présentent donc deux diagnostics tout aussi efficaces pour la même maladie. On dira alors que le diagnostic est un mutable mobile (Mol & Law, 1994). En Europe on écoute le patient (il se plaint de symptôme) et en Afrique on regarde le patient afin d'y détecter des signes de la maladie. Mol et Law mobilisent par la suite le concept de réseau afin d'illustrer la panoplie d'éléments hétérogènes étant impliqués dans la mesure et le diagnostic de la maladie dans ces deux régions. Ils observent que les régions ne sont pas nécessairement si étanches que ça, malgré les difficultés de transférer une pratique qui fonctionne bien dans une région vers un autre. Sur la base de leurs observations, ils soutiennent que

So what we're dealing with is not a single clinical network with elements that hang together, through invariant relations, transporting the same 'anaemia' everywhere. Nor is it two interweaving network-laboratory and clinic - each traveling round the world with its own 'anemia'. And neither is it two regions where each is defined by a specific form of medical care which uses its own methods to delineate its own 'anemia'. What

we're witnessing is something different. We're looking at variation without boundaries and transformation without discontinuity. We're looking at flows. The space with which we're dealing is fluid. (Mol & Law, 1994, p. 658)

Enfin, ils terminent l'article en esquissant quelques éléments de définition de l'objet fluide. Dans leur article classique, de Laet et Mol (2000) étudient une pompe à eau (Bush pump), développée et mise en service au Zimbabwe, afin d'illustrer les différentes caractéristiques d'un objet (dans ce cas présent une technologie) fluide. La définition de ce que constitue la pompe est fluide, et son fonctionnement l'est tout autant : des boulons, des anneaux de caoutchouc, et ainsi de suite, sont remplacés par d'autres éléments modifiés à leur tour, à un point où les pompes, d'un village à un autre, en arrivent à ne presque plus se ressembler. La fluidité de la pompe contribue d'ailleurs grandement à sa réussite : il n'existe pas de régulation pour son installation et ni son utilisation. Ceci reflète la volonté de son inventeur, M. Morgan, qui s'efface volontairement et refuse d'en être responsable. Il est important de préciser que lorsqu'on parle de muabilité, ce n'est pas la pompe seulement qui change. Certes, une vis y est ajoutée, et un élément est remplacé par un bout de caoutchouc. Mais la pompe ne s'avère pas fluide en ce sens uniquement : elle est surtout fluide dans le sens des significations qui lui sont données. C'est sur ce point que les concepts de fluidité et de muabilité rejoignent l'utilisation et le visionnement des vidéos. Et ses différentes significations sont possibles à cause de ses frontières floues et mouvantes.

For what *is* the Zimbabwe Bush Pump? A water-producing device, defined by the mechanics that make it work as a pump. Or a type of hydraulics that produces water in specific quantities and from particular sources? But then again, maybe it is a sanitation device – in which case the concrete slab, mould, casing, and gravel are also essential [to keep out contaminated water]. And while it *may* provide water and health, the pump can only do so [accompanied by the Vonder Rig for drilling wells] . . . and accompanied by manuals, measurements, and tests. Without these it is nothing, so maybe they belong to it too. And what about the village community? Is it to be included in the Pump – because a pump has to be set up by a community and cannot be maintained without one? But then again: perhaps the boundaries of the Bush Pump coincide with those of the Zimbabwean nation. For in its modest way this national

bush pump helps to make Zimbabwe as much as Zimbabwe makes it. (de Laet & Mol, 2000, p.237)

Law et Mol (2001) proposent de cette manière une réflexion sur les caractéristiques spatiales de la science et des technologies. La science y est définie comme un accomplissement local dans les laboratoires configurés en réseaux, ce qui correspond bien aux topologies de région et de réseau. Ils établissent par la suite que certains objets de la technoscience s'avèrent fluides, et donnent la pompe à eau en exemple. L'idée d'une quatrième topologie, l'espace feu, est évoquée pour la première fois comme métaphore spatiale pour penser l'altérité et le global. L'exemple d'un dessin représentant un avion de guerre est donné à cet effet. La densité de l'air ainsi que les limites physiologiques du corps des pilotes se présentent comme des contraintes qui ont été écartées-lors de la conception du modèle de l'avion. Mais elles ont bel et bien été pensées au moment des choix des lignes à tracer pour la conception de ces avions.

Dans *Objects and spaces*, Law (2002) reprend son exemple classique des navigateurs portugais pour discuter des réseaux et de régions. Le chercheur mobilise par la suite l'exemple de la pompe à eau afin de souligner, dans une perspective euclidienne et d'espace réseau, que la pompe se brise pendant qu'elle se transforme. L'argument de De Laet et Mol (2000) est alors repris afin de soutenir qu'un regard fluide sur la pompe montre, au contraire, qu'elle se transforme au fur et à mesure des réparations. L'originalité de cet article réside dans l'effort auquel s'emploie Law (2002) pour esquisser des intersections entre les espaces réseau et fluide. Il propose de penser que les objets sont topologiquement multiples, formant des intersections ou des interférences entre différents espaces y compris les régions, les réseaux et fluides (Law, 2002). L'implication qu'il en retire — « that fluids embody and enact an alternative politics of object-constancy that does not link functionality to centring, syntactical stability or capitalization » (p. 102-03) — sera importante pour notre analyse des partages de vidéos en ligne.

Law et Singleton (2005) apportent une contribution supplémentaire en proposant une quatrième topologie : celle des « objets feu ». Ils expliquent leur difficulté à saisir la trajectoire de la maladie du foie avec la métaphore du jardinier et de la mauvaise herbe. Une plante est dite mauvaise herbe lorsqu'elle est indésirable et qu'elle crée du désordre au sein de la pelouse. Ce désordre se trouve en dehors des limites des immuables mobiles de la même manière que le travail invisible. Pour prolonger la métaphore du jardinier, l'approche de l'ANT ressemble un jardin à la française avec ses haies taillées au cordeau, ses motifs géométriques et ses alignements parfaits. Ici le travail du jardinier s'avère parfaitement visible. L'approche de Mol et Law ressemblent plutôt à un jardin à l'anglaise, composé de formes irrégulières, et non de lignes droites, et dépourvu de toute symétrie. Il est plus difficile d'y déceler ici l'œuvre d'un jardinier, car celui-ci imite la nature sauvage. Ainsi le jardinier doit-il bien connaître les conditions climatiques, l'ensoleillement, la nature du sol et bien d'autres conditions, afin de planter les bonnes plantes aux bons endroits pour que ces dernières puissent s'épanouir et cohabiter les unes avec les autres. L'arrangement du jardin dépend de cette manière de réalités absentes.

Law et Singleton (2005) explorent la façon dont les patients atteints de maladie hépatique (*alcoholic liver disease*) naviguent à travers le système médical. Ils caractérisent cette maladie de « messy ». Cette infection hépatique a des appellations multiples (telles que maladie de foie alcoolique, la cirrhose alcoolique, l'hépatite alcoolique, ou l'alcoolisme) ; son existence même peut être mise en cause, et elle est ouverte à des interprétations multiples. Law et Singleton soutiennent qu'il s'agit là d'un objet multiple. Ils examinent leur objet sous les prismes de région, de réseau et de fluide, et proposent par la suite de l'aborder comme un « objet feu » dont les manifestations sont plus dynamiques, plus irrégulières, mais également moins prévisibles et davantage discontinues que ce qui est suggéré par le métaphore de la fluidité. « This is why, for us, it is a fire object: it lives in and through the juxtaposition of uncontrollable and generative othernesses ». (p 347)

Le vocabulaire conceptuel des topologies des fluides (et du feu) a été repris dans la littérature pour explorer des problématiques surtout liées à la distance et à des objets complexes (Kortelainen, 2010 ; Blok, 2010 ; Ek, 2013; Moser & Law 2006) Ces exemples montrent à quel point il peut être difficile de mobiliser ces concepts sur un matériel empirique. C'est pourquoi ils sont souvent évoqués comme des métaphores.

Blok retrace le récit japonais de la résistance culturelle à la domination occidentale autour de l'image de la baleine. Il propose d'y intégrer les 4 niveaux topologiques. Les régions sont ainsi constituées de partis pris pesant les arguments pour ou contre la chasse à la baleine. À travers le réseau, il retrace les déplacements et transformations de l'image de la baleine à travers les institutions politiques et économiques liées à la chasse à la baleine. Et l'image de celle-ci apparaît à la fois objet fluide et feu :

The Super-Whale, like the figure of 760,000, is also partly a mutable mobile, moving in a fluid space of gradual transformations(...)The Super-Whale, in brief, also behaves as what Law and Singleton (2005) call a 'fire object': an unbounded, affective, and potentially disruptive object constituted in a global space of absences, discontinuities, and otherness (Blok, 2010, p. 521).

Dans une étude portant sur d'anciennes forêts russes, le géographe Kortelainen (2010) mobilise la notion d'objet en STS pour situer tous les acteurs jouant un rôle dans le maintien de ces forêts. Au niveau de la région, les forêts ont été transformées en chiffres, combinant écologie forestière, technologie satellite et cartographie, afin de pouvoir tracer des cartes à l'aide de ces critères standardisés. Dans la deuxième topologie, deux réseaux sont déployés. Un réseau est établi pour faciliter la tâche des institutions et se coordonner, et un autre pour stabiliser les frontières territoriales des forêts et du marché du bois. Le concept de forêt ancienne est lui-même mobile, car il provient d'Amérique du Nord, se déplace comme un mobile mutable d'un endroit à l'autre, transformé selon les conditions locales. Grâce à la fluidité, la forêt n'est pas seulement un territoire sur une carte, mais elle se compose également de caractéristiques socioécologiques. Dans l'espace feu, l'auteur explique comment les institutions n'ont pas les mêmes juridictions dans différents territoires, mais

tout en étant absentes, elles influencent les autres institutions. Les forêts se distinguent à partir d'ingrédients hétérogènes au sein de processus hybrides.

Moser et Law (2006) utilisent deux topologies — réseau et fluide — pour explorer la prise de décision dans les systèmes d'information médicale en lien avec le développement du dossier patient électronique. Ils soutiennent que l'information elle-même change de caractère et de forme quand elle est performée (*not only flows but is fluid*). Ils suggèrent donc d'allier une approche reconnaissant la coexistence des fluidités avec l'approche réseau qui domine la conception de systèmes d'information. Enfin, Ek (2013) appréhende le concept d'objet fluide comme outil méthodologique permettant de mettre en lumière des éléments invisibles lors des études sur les médias sociaux dans le tourisme.

### **2.3 Les caractéristiques des objets fluides**

À partir de ces textes se dégagent les principales caractéristiques des objets fluides<sup>29</sup> : frontières floues, identités multiples, mélanges, robustesses, changements continus, adaptabilité et effacement des sources. Toutes ces caractéristiques sont étroitement interreliées.

---

<sup>29</sup>Il faut bien se garder de confondre objet fluide et objet frontière, un autre concept développé dans les STS. L'objet frontière (Star, 2010) constitue tout objet (matériel ou conceptuel) pouvant permettre à différents mondes sociaux de se comprendre. Il a suffisamment de caractéristiques reconnaissables par d'autres groupes et est à la fois suffisamment « plastique » pour s'adapter aux besoins et aux contraintes des acteurs qui les emploient, mais aussi suffisamment « robuste » pour maintenir une signification commune de l'objet vis-à-vis de tous les acteurs. L'objet-frontière devient alors un outil d'intercompréhension et de coopération permettant d'éviter ou de minimiser les incompréhensions. La partie « frontière » du mot est utilisée pour désigner le lieu précis où le sens de l'ici et du là-bas se rejoignent. Finalement, un objet-frontière ne devient objet-frontière que lorsque celui-ci est utilisé en tant que tel.

### 2.3.1 Frontières floues

En tant qu'objet fluide, la Bush pompe peut être considérée à part, ou en lien avec les villageois qui la font fonctionner, ou même toute une nation, car elle est en mesure de subvenir au besoin de tout un pays. Ainsi ses frontières sont-elles vagues et mobiles, et non fixes et claires (De Laet & Mol, 2000). Mais on peut, malgré cela, bien identifier l'objet comme étant une Bush pompe : car malgré toutes les déformations qu'elle a pu subir, on ne peut pas la confondre avec une autre sorte de pompe à eau. Dans le cas de l'anémie, il ne s'agit pas d'un diagnostic absolu. On a plutôt affaire à une question de degré, qui peut varier selon beaucoup de facteurs. Les médecins vont chercher à identifier une direction de progression plutôt qu'un seuil de normalité.

### 2.3.2 Identités multiples

À la question « qu'est-ce que la Zimbabwe Bush pompe ? » plusieurs réponses valides sont possibles. Il peut s'agir d'un dispositif de pompage de l'eau, d'un système hydraulique, d'un dispositif d'assainissement, d'un professionnel de la santé, d'un bâtisseur communautaire et d'un bâtisseur de la nation parmi d'autres. Chaque identité a ses limites, et celles-ci se définissent par ce qui est nécessaire à la technologie de travailler en tant que telle ou telle identité. Les identités sont elles-mêmes instables et peuvent changer au fil du temps, selon le point de départ et les critères d'identification.

The mutability of the bush pump also extends to what it is for the pump to *work*. For instance (an apparent constant) the pump works if it produces clean water. But, what counts as clean water? This, it turns out, is highly variable. And this is not just a clever point of theory. There are international bacteriological definitions of cleanliness - a very limited number of that indicator bacterium, *E. coli*, per litre of water. Water from some of the bush pumps always meets these criteria, but only some. Others fail. And yet others, in fact the great majority in a country where the networks of laboratory testing are not well developed, are simply not tested at all. But does this mean that the pumps fail? The answer is, not necessarily. If the level of water-borne disease is low then this comes to count as water. It is also an element of the rural policy of the



Zimbabwean government. It is a way of encouraging collective action by village dwellers. And then again, it is active in constituting Zimbabwe as a nation to which the villages and the villagers belong. And the question of the pump's workings in both these additional contexts is again open to the variations of fluidity. (Law 2002 pp. 613-614).

### 2.3.3 Mélange

Les technologies fluides comme la Bush pompe sont des mélanges. Dans cet assemblage de composant divers, la pompe fait partie d'autres éléments qui pourraient être fluides eux-mêmes. Autre exemple pertinent : la disponibilité du fer se mélange avec la détection de l'anémie. S'il n'y a pas suffisamment de nourriture, la détection de l'anémie ne peut pas être rapide, et la détermination des niveaux d'hémoglobine l'est encore moins (Mol & Law, 1994). Les mélanges ont néanmoins pour caractéristique une certaine viscosité (*stickiness*), et les éléments du mélange doivent pouvoir opérer ensemble pour que celui-ci advienne. La collaboration n'a pas besoin d'être rigide et peut être flexible et adaptative. Il s'agit d'un mélange composé de façon continue et reconstitué avec les différentes parties ayant une signification différente selon les différents groupes et dans une échelle temporelle. C'est ce qui contribue également à sa robustesse.

### 2.3.4 Robustesse

In fluid spaces objects don't collapse easily. But why ? Maybe it's because there is no single strongpoint to be defended in to order to preserve continuity. Like guerrilla armies, fluids melt back into the night. They circumvent. They infiltrate. For since continuity has nothing to do with the integrity of territory in a fluid space, there are no fixed frontiers to be patrolled. Neither is there need for police action to safeguard the stability or to be protected. The world does not, as it were, have to be configured and set rights. It is, or so we believe, which gives fluids and the objects composing them their ability to move. (Mol & Law, 1994, p. 662 250)

Conséquemment à la multiplicité des identités, un objet fluide peut être considéré robuste. La réussite ou l'échec de la Bush pompe dépend des identités qui fonctionnent ou ne fonctionnent pas. Il n'est pas clair, quand elle cesse d'agir, qu'elle échoue, qu'elle vacille, ou

qu'elle cesse d'atteindre ses objectifs bien que dans le cas de la Bush pompe, certains composants puissent être substitués ou éliminés. Ceci n'empêche pas que beaucoup d'éléments soient en mesure d'obstruer la pompe dans ses multiples identités. Les pannes et autres mauvais fonctionnements ne se produisant pas tous au même moment ou au même niveau.

Un autre élément contribuant à la robustesse est l'absence d'un point central, et donc la possibilité d'arriver par de multiples chemins.

But in a fluid... there is no « obligatory point of passage »; no place past which everything else has to file; no panopticon ; no centre of translation ; which means that *every* individual element may be superfluous. In Harare it may be useful to know people's haemoglobin levels. But in the Mozambique war zone, where iron and food are scarce, the absence of a laboratory is scarcely noticeable at all. (Mol & Law, 1994, p. 661)

### **2.3.5 Changement dans la continuité**

Les éléments et les pratiques dans un espace fluide se transforment en passant d'un arrangement à un autre sans discontinuité, rendant ainsi l'espace à la fois robuste et variable. Dans la topologie fluide, les relations changent petit à petit. Il n'y a pas de perturbation brusque (Law, 2002). Dans l'espace fluide, les connexions qui forment l'objet changent graduellement et de façon continue. Des morceaux de la pompe tombent tandis que d'autres morceaux sont ajoutés. La constance de la machine ne dépend pas de quelques caractéristiques ou de certaines relations spécifiques, mais plutôt de l'existence de nombreux cas qui se chevauchent les uns aux autres.

There are no great breaks or disruptions. Instead there is a process of gradual adaptation. Shape invariance is secured ... by displacement which holds enough constant for long enough, which resists rupture. A *topology of fluidity* resonates with a world in which shape continuity precisely *demand*s gradual change: a world in which invariance is likely to lead to rupture, difference, and distance. (Law & Mol, 2001, p. 614)

### 2.3.6 L'effacement de la source

Cette dernière caractéristique, celle de l'effacement de la source, est capitale dans le succès qu'a connu l'implantation de la pompe. La pompe a une longue histoire<sup>30</sup>. Elle a été conçue par Tommy Murgatroyd en 1933. Au milieu des années 60, Cecil Andersen modifie la conception par le remplacement des pièces boulonnées par des composants soudés. Dans les années 80, le type B était finalisé par M. Morgan et a servi comme modèle standard dans tout le pays. L'« inventeur »<sup>31</sup> de la pompe moderne s'est volontairement effacé pour laisser place à la diffusion de la pompe dans tout le Zimbabwe. Il n'entretient pas une relation de propriété sur la pompe, ne se soucie aucunement de sa standardisation, mais s'intéresse plutôt aux adaptations qu'en ont fait les villages et auxquelles il n'avait jamais pensé. Il insiste sur le fait que la pompe a été inventée par une multitude. En évitant de se mettre de l'avant comme un créateur, les villageois s'approprient plus facilement la pompe, ils peuvent la placer et la réparer comme ils le veulent. Ils n'ont, pour ainsi dire, pas de comptes à rendre.

## 2.4 Les objets Feu

L'espace feu est une topologie née des limites de celle de l'espace fluide (Law & Singleton, 2005). Ce concept est relativement moins développé et représente à beaucoup d'égards le contraire de l'espace fluide. Law et Singleton (2005) définit les objets feu comme étant énergétiques, et transformatifs, et dépendant des propriétés différentes d'autres éléments, comme la présence de flammes et l'absence de carburant.

Three attributes: continuity as an effect of discontinuity; continuity as the presence and the absence of Otherness; and (for particular cases) continuity as an effect of a star-like pattern in this simultaneous absence and presence: this is what we imagine as the attributes of shape constancy in a topology of fire. Thus fire becomes a spatial formation alongside (and in interference with) Euclidean, network, and fluid spaces.

---

<sup>30</sup>[http://www.thecollaboratoryonline.org/w/images/Bushpump\\_casestudy.pdf](http://www.thecollaboratoryonline.org/w/images/Bushpump_casestudy.pdf)

<sup>31</sup>J'ai traduit « maker » par inventeur. Créateur serait plus approprié pour la conception de vidéos en ligne.

To say that there is a fire topology is to say that there are stable shapes created in patterns of relations of conjoined alterity. (Law & Mol, 2001, p. 616 265)

Enfin, dans une topologie de feu, la continuité se produit dans des mouvements brusques et discontinus, tandis que dans la fluidité de la continuité dépend de changements graduels. La constance de l'objet feu dépend de l'absence ou de l'altérité simultanée. Ainsi, le caractère distinctif de l'espace feu est que cela dépend de quelque chose à la fois absent et présent en même temps — dans l'espace ainsi que le temps. Ce sont, en outre, des éléments énergiques et transformatifs, mais de nature imprévisible et même incontrôlable. Law et Singleton font référence, à titre d'exemple, à des feux de brousse plutôt qu'à des feux de cheminée.

Pour conclure cette section, il est important de préciser que des éléments de la région, du réseau et de l'espace fluide coexistent simultanément dans d'autres topologies. Elles ne sont pas mutuellement exclusives, mais intermêlées (Moser & Law, 2006). Une forme de cohérence se retrouve ainsi dans ce cadre conceptuel, entre l'ambiguïté du quotidien, l'hybridité d'Internet<sup>32</sup>, et la plasticité des espaces fluides.

Afin d'étudier le quotidien, Lefebvre (1958) proposait d'enquêter sur tous les détails de la vie des individus, allant de leur éducation, leurs opinions politiques, les détails de leurs journées, à leurs formes de relations et de sociabilité. Contrairement à Lefebvre, je ne cherche pas à détailler tous les aspects de la vie quotidienne, mais simplement à me concentrer sur une activité en particulier qui touche à Internet. De plus, l'étude des partages des vidéos en ligne permet d'aborder des pratiques individuelles qui s'inscrivent dans des espaces collectifs. d'Epainay (1983) fait valoir que la sociologie permet d'étudier les dispositifs sociétaux encadrant la vie quotidienne, et que l'ancrage routinier s'aborde par

---

<sup>32</sup>Distinctive from telephony, the Web implicates a production component, that is, where content is developed and enhanced beyond its original orality (think of any conversation and its unpredictable flow) into some combination of visual, textual, and graphic structure. The Web, when thought of as a medium, is a hybrid that invokes the sensation of orality and contingency with the guided structure of a book or magazine. (Burnett & Marshall, 2003, p.18)

l'anthropologie, car « la construction du quotidien est la condition *sine qua non* de la vie individuelle et collective » (d'Epinay, 1983). Dans la prochaine section, nous verrons de façon concrète les choix méthodologiques de cette recherche.

## CHAPITRE III : MÉTHODOLOGIE

Silverstone (1999) propose comme point de départ à l'étude des médias (et par extension d'Internet) l'expérience dans sa banalité ; d'étudier les médias dans leur ubiquité et leur complexité, ce qui est indispensable afin de comprendre comment Internet contribue à la vie sociale contemporaine. Dans cette section, j'explicité mon choix d'une approche qualitative afin d'étudier le partage des vidéos dans la vie quotidienne, et j'explique comment j'ai élaboré la méthode en considérant les exigences et les limites des diverses possibilités.

### 3.1 Position du chercheur : flâneur réflexif

Regarder et partager des vidéos en ligne relève de mon quotidien, j'ai moins besoin de me familiariser avec le phénomène. Dans ces conditions, le défi qui se présente à moi est de le rendre étrange. C'est là que la figure du flâneur intervient. À l'inverse de l'étranger qui devient natif, le flâneur est un indigène qui devient un étranger (Shields, 2006). Le flâneur montre la réflexivité caractéristique de la spécialiste culturelle, de l'artiste, de l'écrivain, du journaliste, de l'intellectuel, du chercheur en sciences sociales ou du détective (Featherstone, 1998). Grâce à mon utilisation personnelle et récréative d'Internet, j'ai pu mieux apprécier la complexité et la banalité de leurs pratiques d'échanges sans les fétichiser, en m'inscrivant dans une approche inspirée de l'ethnographie.

L'ethnographie consiste à montrer les conséquences profondes de certains aspects discrets de la vie quotidienne sur nos façons de penser et d'agir (Boellstorff, 2008). Et afin de saisir au mieux ce quotien, le chercheur se doit de se poser les questions suivantes : comment peut-on être un simple usager d'Internet et chercheur dans ce domaine, sans que l'un n'influence l'autre ? Comment peut-on être réflexive sur ses propres pratiques, tout en poursuivant la recherche ? J'adopte la distinction offerte par Wilkinson (1988) qui permet de comprendre le rôle de la réflexivité sur trois niveaux : personnel, fonctionnel et disciplinaire.

Au niveau personnel, il s'agit de considérer ses opinions, intérêts et sentiments personnels tout au long de la recherche. Comme approche réflexive, l'introspection présente un avantage ici. En plus d'examiner ma propre expérience et sa signification, de nouvelles idées peuvent émerger de cette introspection personnelle et former alors la base d'une compréhension qui viendra nourrir les analyses des entrevues (Wilkinson, 1988). En tant qu'individu, il faut s'efforcer d'améliorer sa conscience de soi tout en évitant de tomber dans un nombrilisme improductif. Selon Finlay (2002), l'introspection devrait être utilisée avec parcimonie, et seulement si cela s'avère utile. Ainsi, je m'imaginai mal faire une autoethnographie et bâtir ma recherche uniquement sur ma propre expérience.

Le niveau fonctionnel concerne le rôle du chercheur. Ici, la réflexivité peut être utilisée comme une réflexion sur l'intersubjectivité et la collaboration mutuelle. Alvesson (2003) souligne les avantages d'une approche réflexive de la recherche. Cela évite de penser que les « données » révèlent simplement la réalité et que la réflexivité stimule la production d'interaction entre les interprétations. La réflexivité ouvre les phénomènes à une plus riche exploration des significations et à une reconnaissance de l'ambiguïté existant dans les phénomènes étudiés (Alvesson, 2003). Ainsi, la réflexivité à ce niveau s'avère-t-elle idéale pour étudier l'ambivalence et la complexité du quotidien.

En premier lieu, le chercheur explore les connaissances qui émergent de la relation entre participants et chercheur (Finlay, 2002). Cela implique les participants dans un dialogue réflexif en cours d'analyse de données ou d'évaluation. Ainsi, les interprétations des participants peuvent aider à modifier et nuancer les interprétations du chercheur (Finlay, 2002). Quant à la réflexivité collaborative, elle offre l'occasion d'entendre et de tenir compte de voix multiples et contradictoires. Toutefois, cette notion de partage n'est pas synonyme d'égalité entre chercheur et participants. D'ailleurs, certains chercheurs soulignent que derrière une rhétorique égalitaire se dissimulent des relations essentiellement inégales (Finlay, 2002).

Enfin, au niveau disciplinaire, le chercheur se questionne sur la place et la fonction de sa recherche par rapport à sa discipline. En tirant profit d'une approche réflexive, non seulement le chercheur tente de rendre sa propre recherche plus riche et pertinente, mais il en fait également profiter d'autres (Wolcott, 2001). Dans mon cas, cette thèse offre une riche description des pratiques de partage de vidéos en ligne qui contribuera à une meilleure compréhension des usages sociaux d'Internet. Finalement la réflexivité sert à rendre le plus transparent possible les choix qui ont été faits pour la méthodologie (Finlay, 2002). C'est avec cet état d'esprit que j'exposerai mes choix méthodologiques.

### **3.2 Inspiration ethnographique**

Les études ethnographiques ont une longue et riche histoire, contenant plusieurs courants et crises (Denzin, 1997 ; 2001). Malgré cela, une des définitions les plus courantes et connue provient de l'anthropologie :

A research process in which the anthropologists closely observes, records and engages in the daily life of another culture - an experience labelled as the fieldwork method - and then writes accounts of this culture, emphasizing descriptive detail. These accounts are the primary form in which fieldwork procedures, the other culture and the ethnographer's personal and theoretical reactions are accessible to professionals and other readerships. (Marcus & Fischer, 1999, p. 18)

Ma recherche s'écarte de la recherche anthropologique traditionnelle, mais elle reste néanmoins inspirée de l'ethnographie. Étant un processus inductif, l'ethnographie consiste à découvrir ce que signifient les pratiques sans présumer à l'avance des structures appropriées de recherche de la signification. L'exploration de type ethnographique aspire à comprendre les pratiques culturelles pour ce qu'elles sont, en acceptant qu'elles aient un sens particulier pour les personnes engagées dans celles-ci (Hine, 2011). Je suis sensible aux défis des chercheurs en STS qui suivent les flux de pratiques médiées par les NTIC (Beaulieu, 2010).

Ma recherche s'inscrit dans une ethnographie plus contemporaine : le chercheur est responsable de la production de son terrain afin de faire face à la complexité des sociétés



modernes (Falzon, 2009). Dans mon cas, il s'agit de choix méthodologiques éclectiques dans le but de produire une recherche sociale qualitative, contextuellement riche et nuancée, dans laquelle les interactions quotidiennes constituent la pierre angulaire des données produites.

Premièrement, ayant rejeté l'idée d'une carte, je n'ai pas de terrain défini et circonscrit. Deuxièmement, je ne m'immergerai pas dans une autre culture, mais je tenterai de mieux comprendre la mienne. Aussi, ma recherche ne peut être considérée comme étant une ethnographie virtuelle, car il n'y a pas d'immersion possible dans une communauté virtuelle. Avec Internet comme terrain et objet de recherche, mon cadre tend vers l'ethnographie multi-sites.

L'essence de la recherche multi sites est de suivre les gens, leurs connexions, leurs associations et leurs relations à travers l'espace, car ils sont sensiblement continus, mais spatialement non contigus (Falzon, 2009). Ce changement dans la conception de la recherche s'attribue à trois facteurs, selon Falzon (2009). Le premier est en lien avec les changements dans la compréhension de la notion d'espace. Celle-ci, maintenant conçue comme socialement produite (Massey, 2005), ne peut plus être trouvée et explorée par le chercheur. Ainsi, le terrain de recherche n'a pas forcément besoin d'être délimité par un espace physique. Ceci nous amène à de nouvelles possibilités de recherche qui autrement auraient été ignorées à cause de problèmes d'accessibilité, mais aussi par la nature du terrain lui-même (Nadai & Maeder, 2005). Le deuxième facteur est ancré dans la notion de déplacement. Dans les sociétés contemporaines, les gens, l'information, les biens et les idées sont constamment en déplacement. Le local se situe dans des ensembles plus vastes que lui-même et qui touchent à la globalisation. Dès lors, le terrain de recherche n'est plus nécessairement une place locale précise, ni une communauté bien définie. Troisièmement, un tel décalage spatial nécessite une reformulation de la méthode conventionnelle. Le chercheur doit être prêt à envisager de nouvelles pratiques, adaptées à l'étude de « nouveaux espaces ».

L'approche multi sites est particulièrement bien adaptée pour explorer la vie quotidienne.

Everyday life involves continuous movement across boundaries and thresholds : between the public and private; between the sacred and the profane; between front and back stages; between the realms of the real and the fantastic; between inner and outer reality, the individual and the social. (Silverstone, 1999, p. 59)

Au tumulte de la vie de tous les jours, s'ajoute celui d'Internet avec ses évolutions, et ses constants ajouts de nouveautés, de mises à jour et de commérages. L'ethnographie multi sites offre une méthodologie adaptée aux conditions de vie contemporaine. Marcus (1995) propose d'orienter une recherche ethnographique en suivant la circulation 1) des personnes, 2) des objets, 3) des métaphores (discours et médias), 4) des histoires (mémoire), 5) des vies (biographie), ou 6) des conflits. Il s'agira ici de suivre principalement la circulation des personnes (les internautes ordinaires) et des objets (les vidéos en ligne) dans tous les espaces qu'ils occupent.

Cette démarche peut être utile pour retracer la logique des internautes aux parcours erratiques sur la toile, en suivant un sujet sans limites spatiales et temporelles. Le terrain de l'ethnographie multi sites est dynamique et changeant. L'avantage de cette approche est de ne pas se limiter à un site, ce qui rendrait l'étude centrée sur l'approfondissement d'une plateforme, alors que ce qui m'intéresse sont les activités des internautes dans leur globalité. En me concentrant sur une activité circonscrite des internautes, je réponds à une critique du manque de profondeur de l'ethnographie multi sites (Falzon, 2009). Cette ethnographie représente également une réponse à la nécessité de suivre des objets d'études complexes dans la société (Bakardjieva, 2005).

### **3.3 Étudier les pratiques des internautes au quotidien**

Problématiser le quotidien est étroitement lié à la méthodologie qui sera employée pour la recherche. De manière générale, dans les études sur les pratiques et les interactions des individus, le chercheur est plongé dans l'expérience et est avant tout un acteur sur le terrain. Le choix du chercheur dans sa méthode est de « concilier la nécessité méthodologique de

l'implication dans la vie d'un groupe avec le recul et la mise en perspective nécessaire au rôle de chercheur » (Soulé, 2007, p. 129). Le *shadowing*, l'observation participante, ou la participation observante n'auraient pas été de bons choix pour mon sujet qui n'est pas centré sur des communautés, des organisations ou des groupes bien définis. Ces approches envahiraient et perturberaient trop les participants pour les quelques instants de la journée où ils exercent une activité avec les vidéos en ligne. De plus, cela serait irréalisable, car étant seule il me faudrait beaucoup de temps et de moyens afin de suivre plusieurs personnes de cette manière.

L'élaboration du canevas des entrevues commence avec le choix des personnages pour l'histoire des pratiques que je veux raconter. Dans ma problématique, j'ai défini l'internaute ordinaire comme étant peu productif et frugal dans ses pratiques. Dans l'optique de cette recherche, je me suis inspirée des engagements pris par Bakardjieva (2005), et qui sont : 1) l'étude d'une pratique dans son contexte naturel, 2) interagir avec les informateurs dans leurs milieux naturels (un endroit où ils se sentiront à l'aise), 3) maintenir un dialogue ouvert avec eux. Le premier engagement n'est pas compatible avec mon étude, car j'estime qu'étudier une pratique naturelle aussi éphémère et fragile que celle des pratiques autour des vidéos en ligne, détruirait son aspect naturel. Il est difficile de savoir quand les participants décideront de partager une vidéo, et donc rester avec eux des journées entières influencerait trop leurs pratiques. Les deux derniers engagements sont non seulement possibles, mais essentiels à ma recherche. Cela me permettra de saisir au mieux leurs compréhensions, et finalement, maintenir un dialogue ouvert avec eux. Ces deux points sont intimement liés, car c'est à travers un dialogue que peuvent être échangées les significations et représentations, à travers le langage (Schrøder, 1999).

Gardiner (2000) soulève l'importance de prendre en considération le point de vue des participants dans une recherche.

The symbolic and intersubjective meanings that people utilize reflexively to comprehend themselves and their world cannot be brushed aside in the quest for a scientific sociology. As such, the social sciences had to come to grips with the contextual aspects of everyday experience vis-à-vis the actor's own subjective viewpoint. (Gardiner, 2000, p. 4)

Le chercheur appréhende le monde en mettant en relation son interprétation et sa compréhension initiale d'éléments divers. Pour cela, il mobilise des outils théoriques et le sens construit en interaction avec les participants de son étude.

### **3.3.1 Le récit des internautes**

Le but pour de Certeau (1990) de *l'Invention du quotidien* était de raconter les habitudes, les façons de faire, dans notre cas les pratiques courantes de partage. Il évoque la notion de narration de récit car il souhaitait refléter son objet d'étude dans la forme de l'analyse. J'ai procédé dans ma recherche à l'élaboration de trois entretiens par participant, permettant ainsi la construction d'un dialogue suivant les trois temps de la narration, à savoir introduction, développement et conclusion. Comme le souligne Fontana et Frey (2000), l'objectif de l'entrevue est l'intercompréhension, cela permet de gagner la confiance des participants.

L'entrevue de recherche qualitative tente de comprendre le monde à partir des points de vue des sujets, de découvrir le sens de leurs expériences (Kvale & Brinkmann, 2008). Les connaissances tirées d'une recherche reposent moins sur l'observation d'une réalité, que sur une conversation entre les personnes (Kvale & Brinkmann, 2008). Dans ce cas de figure, le chercheur est un voyageur (construit par des connaissances) dans le sens original du mot conversation, qui veut dire « errer avec » en latin (Kvale & Brinkmann, 2008). Le voyageur pourrait changer au fur et à mesure de son voyage avec ses participants. Dans l'entrevue, la connaissance se construit dans l'entre-action entre l'intervieweur et l'interviewé. Une entrevue, c'est littéralement une vue entre un changement de points de vue entre deux personnes qui conversent autour d'un thème d'intérêt commun (Kvale & Brinkmann, 2008).

Tout comme la façon d'envisager les participants, définir le statut des entrevues dans une recherche qualitative est une décision délicate. Pour m'aider, je me suis appuyée sur l'approche réflexive d'Alvesson (2003). Afin d'établir une relation de confiance et de respect avec les participants, il faut tout d'abord centrer l'importance de l'étude sur les participants et non sur l'accumulation de données, c'est-à-dire adhérer aux conventions de la recherche qualitative qui sont les suivantes : porter une attention sincère aux participants, se livrer à un partage émotionnel, et atteindre une suffisance interprétative. La suffisance interprétative (*interpretative sufficiency*) renvoie à une prise au sérieux de la vie des participants, lourde de multiples interprétations et richesse culturelle (Christians, 2005). J'ai cherché à créer une forme de réciprocité coopérative entre le chercheur et les participants. Aussi, dès le début de la recherche, une franchise à propos des véritables objectifs de l'interaction a été établie<sup>33</sup>. Pour ce faire, j'ai une préférence pour les entrevues en face à face. Le médium choisi pour mener l'entretien est susceptible d'affecter son déroulement (Kazmer & Xie, 2008), et je me sentais plus à l'aise de discuter avec les participants de cette manière plutôt que par téléphone ou par courriel. De plus, le sujet de discussion n'est pas sujet à rendre mal à l'aise les participants, ce qui permet un face à face plus commode.

Je comprends que le contexte de l'entrevue qui porte sur le quotidien peut s'avérer inhabituel. Il s'agit d'une situation qui appelle à une construction de sens intensif pour la personne interrogée. Ceci soulève une problématique sociale où l'on aborde une relation interpersonnelle et complexe se déroulant dans une situation non coutumière (Alvesson, 2003). L'interaction entre deux personnes n'aura pas le même déroulement, suivant leur sexe, leur âge, l'expérience professionnelle, l'apparence personnelle et l'ethnicité (*ibidem*). Chaque situation d'entretien est unique et devra être traitée comme telle, en appliquant

---

<sup>33</sup>Le chercheur doit s'assurer que tous les participants de sa recherche comprennent clairement qui leur sera demandé (Johns, Chen, & Hall, 2004). Le formulaire de consentement est un moyen d'aviser les participants concernés, mais il permet surtout de respecter la liberté des participants.

quelques règles de base telles que : tenter de rester aussi neutre que possible, encourager les participants à s'exprimer librement, être attentif sur l'apparence lors de prise de notes. Ainsi, chercheur et participants pourront établir une relation propice à l'élaboration de connaissances.

Dans cette situation unique, le participant présente une certaine image de lui-même, une identité spécifique suivant le contexte dans lequel il se trouve (Alvesson, 2003). J'estime de cette manière, que le chercheur lui-même ajuste une identité propre à la situation. Ainsi, différentes identités sont convoquées. L'interviewé peut également utiliser l'entrevue (un auditeur gentil, attentionné et empathique est à sa disposition) pour exprimer, élaborer, renforcer, défendre et/ou réparer et favoriser son auto-identité. Ce n'est pas nécessairement le « vrai moi » qui émerge ici, mais cela peut être perçu comme un effort pour construire une valeur, une image de soi cohérente (*ibidem*).

Enfin, de nombreux chercheurs affirment que le langage n'est pas un miroir de la réalité, mais que le langage est utilisé dans une production de sens (Alvesson, 2003). Durant l'entrevue le chercheur et le participant construisent et découvrent ensemble des connaissances. De plus, même si la personne interrogée essaie d'être précise et honnête, les éléments de l'invention et de la fiction sont significatifs (Alvesson, 2003). C'est pourquoi je préfère parler de récits plutôt que de « résultats » ou de « données ».

### **3.3.2 Recrutement des participants**

Mes participants cibles sont des internautes ordinaires à ma portée en termes de distance et de coûts occasionnés, donc résidants sur l'île de Montréal. J'ai pensé pouvoir recruter des participants par le bouche-à-oreille *via* des collègues, des amis, ainsi que d'autres personnes rencontrées lors de colloques. Mais, cette méthode de recrutement ne fut pas aussi fructueuse que je l'espérais. J'ai également fait des appels à la participation dans des lieux publics tels que des cafés, les babillards dans des banques ou des bibliothèques municipales à Montréal.

Les affiches (voir annexe 1) comportaient une brève description de la recherche, la description des participants recherchés, un lien et un code QR vers un site Internet où ils pouvaient y trouver plus de renseignements et un formulaire d'inscription. Le seul critère pour participer à la recherche était d'être un adulte qui regarde et partage des vidéos en ligne. Guidée par la littérature, j'aurais souhaité m'entretenir avec une quinzaine de personnes. Cependant, la réalité du recrutement fut plus difficile que prévu.<sup>34</sup>En effet, un sujet trop banal comme les vidéos en ligne ne recueille pas beaucoup d'intéressés. Souvent, quand je demandais autour de moi, les gens répondaient qu'ils n'avaient pas grand-chose à dire à ce sujet. Plusieurs personnes m'ont contacté en espérant un dédommagement pécuniaire malgré le fait qu'il n'y en ait pas soit clairement stipulé sur l'annonce. Aussi, deux personnes n'ont pas poursuivi les entrevues, et je n'ai pas utilisé leurs premières entrevues pour l'analyse. Au final, j'ai réussi à faire trois entrevues avec dix personnes que nous rencontrerons plus en détail dans le prochain chapitre. Les trente entrevues se sont déroulées là où les participants se sentiraient le plus à l'aise : à leur domicile, au local du laboratoire, dans un café. Elles ont été enregistrées numériquement et retranscrites.

L'échantillonnage théorique ne se limite pas au recueil des propos ; il comprend également une pratique de codage et d'analyse. Coder les entrevues au fur et à mesure permet de repérer des répétitions d'exemples similaires. Il est ensuite plus facile de diriger la recherche, à savoir déterminer s'il faut continuer à collecter des données afin de découvrir le maximum de variations entre les codes et d'avoir une certaine richesse dans les catégories émergentes en termes de propriétés et de dimensions. Après un codage préliminaire de plusieurs verbatim, j'ai conclu que je pouvais réduire le nombre de participants.

---

<sup>34</sup>Mon positionnement épistémologique ainsi que le déroulement de la recherche m'ont guidé quant aux choix tel qu'ajuster le nombre de participants ou adapter le déroulement des entrevues (Falzon, 2009).

### **3.4 Le déroulement des entretiens en trois temps**

Comme le souligne Alvesson (2003), de nombreuses questions de recherche contraignent le chercheur à s'adresser directement aux dires des personnes ciblées par l'étude. C'est pourquoi les entretiens constituent un élément important de la plupart des ethnographies. Dans ma recherche, les récits des internautes ordinaires me servent à comprendre comment se construisent leurs pratiques autour des vidéos en ligne à travers leur quotidien. Avec les entretiens, j'ai documenté des éléments de contexte sur le fonctionnement des plateformes de diffusion des vidéos en ligne, ce qui apportera une contextualisation utile au moment de l'interprétation. Dans cette section, je présente ce que j'avais décidé d'entreprendre avec mes participants et comment cela a fini par se dérouler.

#### **3.4.1 Première entrevue : Première histoire**

Cette première entrevue a servi de premier contact avec les participants. Elle devait essentiellement servir à briser la glace. J'ai élaboré une grille d'entrevue pour celle-ci (voir annexe 2). Ces questions étaient prévues comme point de départ aux entretiens, tout en laissant un maximum d'espace aux participants pour raconter leurs histoires. J'ai demandé aux participants de me décrire simplement leurs expériences quotidiennes avec les vidéos en ligne, ce qu'ils font avec et ce que cela signifie pour eux.

Au terme de cette entrevue, j'ai expliqué ce que j'attendais d'eux pour la deuxième entrevue, et leur ai laissé une liste de logiciels<sup>35</sup> permettant d'enregistrer leurs activités en ligne. J'ai laissé le choix aux participants d'en installer et de les laisser fonctionner pendant au moins une semaine. J'avais estimé nécessaire l'utilisation d'un logiciel, car il est presque impossible de se rappeler de tout ce que l'on fait en ligne. Les traces laissées par le logiciel permettaient

---

<sup>35</sup>J'ai choisi des logiciels, gratuits, faciles d'utilisation et compatibles avec le plus de navigateurs et systèmes d'exploitation. Voir annexe 3.



de tisser une histoire cohérente des activités en ligne. Elles devaient servir de mémoire temporelle, aidant les participants à se remémorer ce qu'ils avaient fait, quand, comment et pourquoi. Les « rapports » et autres traces des logiciels n'étaient pas analysés. Je n'ai pas non plus regardé ce que les participants ont fait en ligne. C'était eux-mêmes qui décidaient de me parler de ce qu'ils considéraient pertinent.

### **3.4.2 Deuxième entrevue : Construction d'histoire et des pratiques**

La deuxième entrevue a permis de concrétiser la narration autour des vidéos en ligne, revenir sur des points mal compris durant la première entrevue et discuter de l'utilisation du logiciel et de ce que cela leur a appris sur leurs propres pratiques.

The more fully particular are the stories we hear, the stronger our analyses will be of the relationship between the general and the particular. We serve our theoretical interest in general social processes when we take seriously the idea that people make sense of life experience by narrating them. (Chase, 2003, p. 292)

Afin de capturer ces récits, les questions de l'entrevue n'étaient pas dirigées sur la problématique de la recherche, mais sur l'expérience de vie des participants (Chase, 2003). Je leur ai demandé de me parler des exemples typiques ou exceptionnels de leurs utilisations des vidéos. Ce sont les détails qui forment les récits, et qui me permettent de recueillir le quotidien des internautes. J'avais envisagé une utilisation des enregistrements des logiciels plus détaillée et plus riche que l'utilisation qu'en ont fait les participants. J'avais imaginé que les participants allaient illustrer leurs propos avec les traces de parcours enregistrées sur le Web, qu'ils pourraient plus facilement se remémorer les détails, le contexte, et les personnes avec qui ils avaient partagé une vidéo. L'utilisation du logiciel devait nous (les participants et moi) aider à recréer l'histoire qui s'est déroulée derrière quelques clics de souris.

Tels qu'illustré dans le Tableau 2, sept participants ont effectivement installé un ou plusieurs des logiciels suggérés. Deux d'entre eux avaient déjà utilisé ce type de logiciel pour surveiller leur emploi du temps sur Internet. Les autres ont préféré prendre des notes.

<b>Participants</b>	<b>Préparation pour la 2e entrevue</b>
Aurélie	RescueTime
Frederic	RescueTime
Ingride	History analyser, video history for YouTube, history trends
Kevin	De mémoire
Martin	Historique YouTube
Nathalie	RescueTime
Nathan	Time tracker (installé avant la recherche, pour usage personnel)
Pascal	RescueTime (installé avant la recherche, pour usage personnel) + prise de notes
Sandrine	Prise des notes
Stephane	History trends

Tableau 2 : Choix de logiciel par participants

Les participants qui ont choisi d'installer des logiciels l'ont fait surtout par curiosité face à leur utilisation d'Internet. Frédéric<sup>36</sup> a soulevé les limites du logiciel RescueTime, conçu pour une conception plus classique du travail, c'est-à-dire utiliser les logiciels de traitement de texte ou de design graphique.

Ingrid a trouvé intéressante et informative l'installation de plug-ins sur son navigateur. Elle a installé History analyser, Video history for YouTube et History trends. Malheureusement, elle a l'habitude d'effacer son historique et les plug-ins ont enregistré seulement deux semaines d'utilisation. Les sites les plus visités sont Facebook, Twitter et YouTube. Des trois plug-ins, elle a préféré History analyser, car il est plus le visuel, notamment grâce aux pointes de tarte en couleur utilisées. Elle trouvait que cela mettait mieux en évidence ses habitudes d'internaute. Elle a vraiment été étonnée de voir à quel point Facebook était prédominant dans son usage d'Internet.

Stéphane a installé deux plug-ins sur Chrome. « Avec History trend tu as vraiment juste les clics, à savoir combien de fois on cliquait. Je voyais que je cliquais vraiment plus sur

<sup>36</sup>Tous les prénoms ont été changés pour se conformer aux conditions d'anonymat, et en respectant le genre de la personne.

Facebook que sur n'importe quoi d'autre. » (2e entrevue) Avec History analyser, il a pu constater qu'il passait plus de 50 % de son temps sur Facebook. Même s'il a été surpris par les résultats, il l'explique de cette façon : « C'est tellement rendu habituel, c'est comme aller voir son courriel, on y va tous les jours et des fois on y va plusieurs fois par jour. Parce qu'on attend quelque chose. » (2e entrevue)

Martin n'a pas installé de plug-in ou logiciel pour plusieurs raisons. D'abord, il a trouvé cela compliqué et a dit avoir des capacités limitées en informatique. Ensuite, il utilise Safari, et je n'avais pas fourni de plug-in pour ce navigateur. Finalement, il a remarqué utiliser principalement YouTube et, sachant qu'il a un compte d'utilisateur, l'historique a pu être conservé. Nous avons donc regardé son historique YouTube sur son ordinateur portable qu'il avait amené pour l'occasion.

Pascal veut être productif et travailler efficacement sur son ordinateur. Il avait donc déjà en sa possession le logiciel RescueTime, dont il se sert pour s'assurer qu'il est productif à 75 % minimum. Il aime savoir quand est-ce qu'il perd son temps et à quel moment de la journée il est le plus productif. Il a également pris des notes sur sa tablette tactile et me l'a fait parvenir par courriel. Le support visuel fut d'une bonne aide pour discuter et revenir sur certains points des récits de partage.

Le logiciel ne peut pas détailler ce que la personne fait en ligne, donc les vidéos vues et commentées sur Facebook ne se voient pas. Les logiciels calculent le temps passé ou le nombre de visite dans une journée sur différents sites, mais c'était aux participants de se rappeler ce qu'ils avaient fait à tel moment de la journée. Malgré cette contrainte, l'installation du logiciel ou la prise de notes ont aidé toutefois à la dynamique de la conversation. Mais cela a surtout permis aux participants de penser à leurs propres pratiques. Avec recul, j'estime avoir pu saisir au meilleur de mes moyens, une bonne partie de la dynamique de l'utilisation des vidéos en ligne au quotidien à travers de riches discussions avec les participants.

### **3.4.3 Troisième entrevue : Dialogue réflexif**

L'intérêt fondamental de toutes formes de récit est de donner un sens à l'expérience, de construire du sens et de le communiquer (Chase, 2003). Les participants pouvaient encore travailler, construire et reconstruire leurs récits après les avoir livrés lors de la deuxième entrevue. Une dernière entrevue a eu lieu quelques semaines plus tard, laissant du temps aux participants pour repenser à ce qu'ils avaient dit et à l'expérience qu'ils avaient vécue lors des deux premières entrevues. Aussi, cela m'a laissé le temps de faire une première analyse des rencontres précédentes. Cette dernière rencontre était directement inspirée des pratiques réflexives de Finlay (2002) citées plus haut. Ainsi, chercheur et participant pouvaient discuter des premières interprétations et du processus de recherche. Encore plus que les autres, cette dernière entrevue n'était pas une simple « collecte » de données, mais une co-construction de sens entre chercheur et participants. Cette entrevue pourrait être décrite comme « active », selon la définition de Holstein et Gubrium (1995). Le mot « actif » fait référence au fait que l'entrevue est elle-même un récit avec sa propre intrigue. L'entrevue est animée par l'interprétation qui implique l'interaction de deux protagonistes, chercheur et participant. Cette approche de l'entrevue de Holstein et Gubrium (1995) convient parfaitement à ma recherche, car elle m'a permis de tisser un lien entre la dynamique de l'entrevue et celle de la vie quotidienne. L'être humain ne fait pas sens de ce qui l'entoure à partir de rien, mais à partir de ses interactions avec le monde qui l'entoure et les autres êtres humains. Avec l'entrevue, le flâneur réflexif n'est plus seul, il se promène avec quelqu'un et c'est ensemble qu'ils font sens de l'histoire qu'ils narrent. Selon les participants, la promenade fut de plus ou moins longue durée comme on peut le constater avec l'annexe 4. Des périodes d'entrevues se chevauchaient, ce qui m'a permis de comparer directement les pratiques des participants lors des entrevues puisque j'avais les récits des uns et des autres fraîchement en mémoire.

### 3.5 Analyse des entrevues

J'ai enregistré numériquement les entrevues pour ensuite les transcrire et les analyser avec le logiciel d'analyse Nvivo. Chacune de ces étapes implique réflexion et préparation.

#### Capter

L'enregistrement sonore n'est pas en lui-même le verbatim de l'entretien, et la tenue d'un journal de recherche par le chercheur est fortement suggérée (Demers, 2003). Suite à chaque entrevue, j'ai noté mes impressions sur le déroulement des entrevues concernant les points suivants :

- L'accueil reçu du participant
- Les réactions du participant à l'introduction (avant enregistrement)
- Les réactions à la sortie (après enregistrement)
- La description du climat général de la rencontre
- La description des émotions de la personne qui se raconte
- La description de mes sentiments lors de la rencontre
- Mes commentaires généraux sur l'entretien
- Mes réflexions et constats par rapport au projet de recherche
- Mes questions ou éléments à approfondir lors de la prochaine rencontre

Ces prises de notes m'ont servi d'outil d'introspection, mais j'ai choisi de ne pas intégrer ces extraits dans le texte. Le plus utile pour moi furent les questions à poser pour les prochaines entrevues.

J'ai apporté un soin à la transcription en ne le considérant pas juste comme un travail technique, mais le commencement d'un travail d'interprétation. Une des manières conventionnelles de commencer l'analyse est de faire des transcriptions. Cependant, la production et l'utilisation des transcriptions sont « des activités de recherche » et ne doivent pas être abordées comme de simples « détails techniques » qui précèdent l'analyse (McLellan, MacQueen, & Neidig, 2003). Poland (1995) souligne quatre difficultés à surveiller lors de la transcription : 1) vérifier la structure des phrases, 2) décider sur l'utilisation de guillemets, 3) éviter les omissions, et 4) éviter de confondre les mots. La

transcription est à la fois un exercice de rigueur<sup>37</sup> et d'interprétation. Les notes tirées des transcriptions ont servi à établir les premiers codes.

### **Analyse par théorisation ancrée**

L'analyse par théorisation ancrée développée par Glaser et Strauss (2010) permet de conceptualiser un phénomène observé à travers un va-et-vient constant entre la réalité observée et l'analyse en émergence (Paillé, 1994). Il s'agit d'une analyse inductive, c'est-à-dire que les thèmes et catégories émergent à partir des données plutôt que d'être prescrits sur eux avant la collecte des données et l'analyse. Le chercheur établit des concepts sensibilisants et non définitifs (Bowen, 2008). Ces concepts attirent l'attention sur des caractéristiques importantes de l'interaction sociale et fournissent des directives pour la recherche dans des contextes spécifiques. Concrètement, le cadre théorique d'une recherche est constitué de concepts sensibilisants qui pourraient être testés, améliorés et affinés (Bowen, 2008).

Pour m'aider dans l'analyse, j'ai suivi les 6 grandes étapes de l'analyse par théorisation ancrée (Paillé, 1994) :

1. Codification (étiqueter l'ensemble des éléments présents dans le corpus)
2. Catégorisation (nommer les aspects les plus importants du phénomène)
3. Mise en relation (début de l'analyse)
4. Intégration (cerner l'essentiel du propos)
5. Modélisation (reproduire la dynamique du phénomène)
6. Théorisation (construction de la multidimensionnalité du phénomène)

En portant mon attention aux différents éléments des entrevues, j'ai regroupé les récits des partages de vidéo sous forme de vignette. D'après les données recueillies, les points clés sont marqués par une série de codes qui sont extraits du texte. Les codes sont regroupés en concepts similaires afin de les rendre plus exploitables. Concrètement, j'ai fait un premier codage très descriptif qui a permis une ébauche de l'analyse suivie d'un deuxième codage

---

<sup>37</sup>À ce titre, j'ai établi mes propres règles de transcription afin de m'assurer d'une constance dans les verbatim. Je me suis inspirée de Poland (1995) et Rouleau (2003). Voir annexe 5.

plus abstrait. L'image ci-dessous montre les codes pour un même extrait d'entrevue, et la différence entre le premier codage (initial coding) et le deuxième (advance coding).

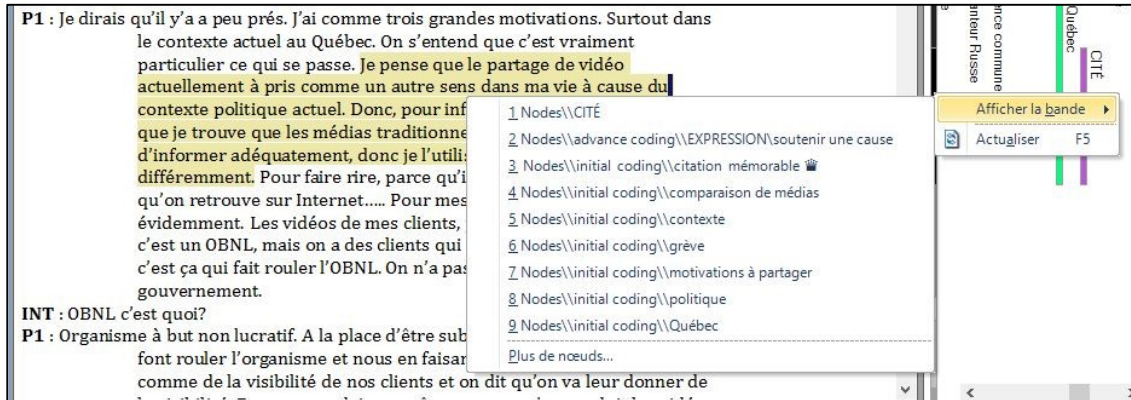


Figure 3 : Différents niveaux de codage (capture d'écran de Nvivo sur la 1re entrevue d'Aurélié)

Comme support logistique, j'ai eu recours à un logiciel d'analyse qualitative, NVivo. En effet, j'ai une préférence pour travailler sur un ordinateur, et comme l'indique Wanlin (2007), les entrevues en format numérique peuvent être recherchées, découpées et recollées à volonté. Par exemple, pour chaque code, toutes les références sont regroupées dans un seul endroit permettant de réfléchir sur le sujet, développer ses idées, et de comparer les propos des participants. Non seulement les entrevues subsistent, mais autant de codes que nécessaire peuvent être créés et réorganisés selon le besoin (Bazeley, 2007). Nvivo fut utile à plusieurs égards. Premièrement, il est pratique pour lier des notes aux entrevues et autres documents afin de conserver ses impressions, questionnements et autres observations. J'ai également apprécié la facilité à réorganiser les codes et les éléments codés au fur et à mesure que le projet s'est développé.

L'utilisation d'un logiciel de traitement de données qualitatives peut faciliter la mise en commun de l'ensemble des récits. D'une part, il permet de regrouper facilement l'information qui ressort autour d'une donnée, d'un thème spécifique. (...)D'autre part, le logiciel facilite les réflexions du chercheur autour de la modélisation qui se dégage des récits. (Rouleau, 2003, p. 167)

Il faut noter que la montée en abstraction et l'organisation des codes en catégories ne sont pas un processus linéaire. La prolifération de codes rend le processus fastidieux et d'incessants va-et-vient entre les données et les catégories sont nécessaire avant d'arriver à un ensemble cohérent. Il faut traiter les différents groupes de code de manière sélective, en décidant comment ils se rapportent les uns aux autres et ce qu'ils racontent à propos des histoires. Ainsi, une analyse est construite pour expliquer ce qui se passe pour les participants quand ils décident ou non de partager une vidéo.

### **3.6 Réflexivité des participants**

Comme je conçois l'entrevue sur les bases d'une co-construction de connaissances, ce fut une situation en mesure de permettre la réflexivité du chercheur, mais aussi celle des participants. Ils ont été encouragés, par la structure de ma démarche, à réfléchir sur leurs pratiques. Les participants ont semble-t-il, apprécié l'expérience, en particulier la possibilité de découvrir leurs propres pratiques en les verbalisant :

*C'est constamment en évolution, donc si oui, je ne m'en suis pas aperçu. C'est une belle opportunité pour moi de verbaliser des trucs, après, dans quelle mesure est-ce que je m'en formalise après le fait et que je l'intègre à mes [pratiques] Je ne peux pas dire, mais sûrement. Mais de manière très insidieuse, sans que ça soit le fruit de « ha oui j'ai dit ça » (Frédéric, 3e entrevue)*

Parfois, l'entrevue leur a permis de se rappeler de ce qu'ils ont fait et de s'apercevoir de tout ce qu'ils partagent :

*C'est quand je te parle, chaque fois je me dis « ha, j'en ai pas vu beaucoup, j'en ai vu une » et finalement, je commence à me remémorer et finalement, je me rends compte qu'il y'en avait beaucoup. (Nathalie, 2e entrevue)*

Concernant des vidéos informatives sur des sujets qui leur tiennent à cœur comme la grève étudiante, ou des vidéos instructives comme des recettes de cuisine, les participants ont pu exprimer leurs motivations clairement : ils ont besoin de quelque chose, ils la cherchent et la



partagent si besoin est. Toutefois, lorsqu'il s'agissait de contenus plus récréatifs, ils n'arrivaient pas à expliquer de façon précise et raisonnée pourquoi ils en venaient à un partage en ligne. Durant sa 2e entrevue Aurélie s'est montrée perplexe sur ces propres motivations à partager une vidéo sur Facebook.

**Interviewer** : Tout à l'heure quand tu parlais du partage de la vidéo de Jean Leloup, tu disais ça faisait comme bizarre d'en parler avec moi ?

**Aurélie** : Ça me faisait réaliser, que je ne sais pas pourquoi j'ai fait ça. On dirait que ça me fait réfléchir sur le pourquoi j'ai fait ça. Parce que quand je l'ai fait, je ne me suis pas posé de question. Je ne me suis pas dit, « c'est drôle que je décide de... » je l'ai juste fait. Et en parlant avec toi, je me suis rendu compte que finalement c'était quand même un geste qui était comme... Je me demande d'où il sort. Je me demande pourquoi, j'ai ressenti ce besoin de partager ce que je vivais moi. C'est ça qui me... et je n'ai pas de réponse.

Certains participants ont imaginé leurs pratiques autour des vidéos comme étant une activité solitaire. Mais à travers les entrevues, ils se remémoraient des instances où ils ont regardé des vidéos avec d'autres personnes, comme le montre l'extrait de la 2<sup>e</sup> entrevue avec Martin :

**Martin** : Oui, quoique. Tu me dis ça. Mais, mon ami, le même... Ce n'est pas rare quand on prend une bière, « ha il faut que je te montre quelque chose ». On regarde. Il me dit « j'ai vu une vidéo » on la regarde sur le téléphone côte à côte. Ça arrive comme.

**Interviewer** : Donc tu n'es pas toujours tout seul quand tu regardes des vidéos ?

**Martin** : Là, je me visualisais encore chez moi devant mon ordinateur.

Les participants sont conscients que les SRS n'offrent pas une situation d'interaction immédiate. D'une part cela est dû au fonctionnement du fil d'actualité Facebook<sup>38</sup>. Longtemps Facebook fut un appui privilégié pour le développement d'une sociabilité de liens

---

<sup>38</sup>Facebook peut à tout moment changer l'algorithme ou l'interface.

faibles. Mais il semble que le fil d'actualité arrange les nouvelles selon l'interaction entre les usagers. Plus l'utilisateur interagit avec une personne, plus cette dernière aura priorité à figurer sur son fil d'actualité, ce qui le rend plus susceptible d'avoir davantage d'interactions avec elle, et renforce, par la même, leur apparition mutuelle sur leur fil d'actualité respectifs, et ainsi de suite. Par ce même mécanisme, ceux avec qui l'utilisateur interagit rarement continueront à aller en bas de la liste de priorité. Une fois que quelqu'un est faible sur cette liste, il est difficile de le faire revenir, au risque de ne plus voir ses nouvelles. Stéphane s'en est rendu compte et a pris des initiatives pour recevoir les nouvelles les plus intéressantes selon lui :

J'ai réalisé en faisant la nouvelle liste, c'est qu'il y a quelqu'un qui poste des trucs sur Facebook, que je pensais qu'il ne postait plus rien. Comme mon ami qui est là, je pense qu'il ne postait plus rien. Parce qu'il avait changé de pays et il est de droite. C'est quelqu'un de très drôle, on avait des discussions par rapport à la politique, parce qu'il avait une vision de droite, mais qui avait toujours une réflexion respectueuse et très ouverte. Toujours intéressant. Il y a des gens que j'ai redécouverts. Des trucs qui sont plus visibles. Même ma conjointe, elle a fait une liste avec tous ses amis pour pouvoir tout voir. Tu ne peux pas tout voir, comme là tu vois quand les gens changent leur statut. Normalement ça apparaît dans la petite barre à droite, là ça apparaît directement dedans. Tu n'as pas à aller voir dans la barre à droite, regarder au centre.

Il faut vraiment que tu le saches. J'ai trouvé quelqu'un qui... page après ça tu descends, tu fais plus, après ça tu fais intérêt, tu fais plus, après tu fais ajouter des intérêts, et après tu crées une liste dans laquelle tu peux choisir juste tes amis. J'ai choisi 50 amis dans ma liste. Pas nécessairement mes amis proches, plus des gens intéressants. Ceux qui postent beaucoup, qui mettent des trucs. (2<sup>e</sup> entrevue)

L'effet structurant de la plateforme sur les relations pose des conditions pour que l'on puisse maintenir plus ou moins de relations. Ainsi, les partages de vidéo par de simples

connaissances passeraient inaperçus ou seraient ignorés, car ils n'apparaîtraient plus dans le fils de nouvelles, ou alors vraiment au bas<sup>39</sup> de celle-ci.

Les gens que je vois moins c'est sûr que je vais être moins porté à leur envoyer du contenu vidéo. Quelqu'un que tu ne vois pas. C'est comme dans la vraie vie, c'est rare que quelqu'un que tu ne vois pas, tu vas juste l'appeler pour aucune raison. (...) Comme « j'ai mangé à la cafétéria et ce n'était pas bon ». Tu n'appelles pas ta tante que tu n'as pas vue depuis des années. Même principe, je n'envoierai pas une vidéo à quelqu'un à qui je n'ai pas parlé depuis longtemps. Je vais lui parler d'autre chose à la place. Garder des liens, c'est peut-être plus juste. Tu peux ne pas parler à quelqu'un longtemps, mais quand même avoir des liens forts avec cette personne-là. Tu vois la nuance que je veux dire. Les gens à qui j'ai parlé tous les jours, j'ai gardé des liens avec eux, et des gens à qui tu ne parles pas fréquemment, tu vas juste perdre la trace. C'est la vie. (Kevin, 2<sup>e</sup> entrevue)

### 3.7 Le contexte québécois en 2012

Les entrevues se sont déroulées dans un contexte politico-social très particulier à Montréal. En réponse à l'augmentation projetée des droits de scolarité universitaires, une grève étudiante se déclencha en février 2012 et continua jusqu'au mois de septembre de la même année. Les étudiants ont montré à travers ce qu'on a également appelé le printemps érable leur mécontentement à travers de nombreux moyens de pression tels que : des suspensions des cours, des manifestations dans plusieurs villes du Québec, des piquets de grève autour des établissements d'enseignement, ainsi que des démonstrations d'appui populaire comme des marches et des « concerts de casseroles » au Québec et à l'étranger. Après une centaine de jours de grève, le mouvement étudiant a invité la population québécoise à se munir de casseroles et à faire du bruit à l'extérieur de leurs logements chaque soir, entre 20 h et 20 h 15. Cette initiative leur avait été inspirée par les étudiants chiliens qui en 2011 avaient eu recours

---

<sup>39</sup>Techniquement, le fils de nouvelle est sans fin, le bas faisant référence au fait de descendre le long du fils de nouvelle.

à ces mêmes techniques d'appui populaire. La grève a fini par provoquer le déclenchement d'une élection provinciale.

Cette situation a eu un impact direct sur le partage de vidéos pour la plupart de mes participants. Plusieurs participants se sont portés volontaires pour la recherche à cause de ce contexte dans lequel ils ont regardé et partagé plus de vidéos que de coutume. Ils sont allés jusqu'à comparer leurs habitudes avant et pendant la grève.

Pour Martin, la grève fut un déclencheur dans sa consommation de vidéos en ligne. Il explique qu'il en regardait très peu, mais qu'avec la grève, il a commencé à regarder les vidéos filmées avec un cellulaire et a ainsi découvert qu'il y avait d'autres vidéos sur la politique au Québec et sur d'autres sujets qui l'intéressaient. Il a déclaré que « si on avait fait la même chose [les entrevues] pendant la grève étudiante [s] es réponses auraient été assez différentes. (...) Ce contexte-là a changé, modifié, transformé beaucoup de choses. » (Martin, 3e entrevue)

Durant la grève, les habitudes des participants ont changé, en particulier celles qui concernent les vidéos en ligne et les usages des SRS, comme l'explique Aurélie :

Je pense que le partage de vidéo actuellement à pris comme un autre sens dans ma vie à cause du contexte politique actuel.  
(Aurélie, 1re entrevue)

Un autre participant, Pascal, qui d'habitude ne participe pas aux débats sur Facebook y a pourtant pris part pendant plusieurs reprises durant cette période. Aurélie pense que la vidéo en ligne apporte une autre vision sur ce qui s'est passé durant les manifestations, et qu'il est important de les mettre en valeur. Ainsi, les vidéos amateurs sur la *violence policière* ont beaucoup circulé sur Facebook. Durant les discussions entre amis, les uns et les autres s'interrogent sur les dernières vidéos. La grève a créé de nouvelles habitudes de participation. Aurélie a remarqué qu'il y avait plus de vidéos à caractère politique. Elle est même allée jusqu'à interpellé une personne très militante en la taguant dans un Tweet. Stéphane a commencé à réellement utiliser Twitter au début de la grève afin de se tenir au courant et

aussi pour revendiquer la cause étudiante à l'aide de la vidéo. Pour Stéphane, montrer des vidéos aux autres constitue la possibilité de faire passer un message.

Bref, le contexte du printemps érable a eu une influence sur les anecdotes racontées, sur le volume et le rythme de partage de vidéos, et sur la signification accordée à certaines activités de partage. Mes observations font état des pratiques qui se sont établies dans ce contexte, des pratiques d'utilisation sensiblement différente à celles ayant précédé cet événement qu'est le printemps érable, et fort probablement à celles qui se sont instaurées par la suite. Les résultats de ma recherche sont teintés de cette situation extraordinaire et ne reflètent pas les pratiques ordinaires d'utilisation et de partage de vidéos.

Le nombre limité de participants est directement lié à l'approche d'analyse que j'ai choisie et aux visées de la recherche. Dans la prochaine section, je présenterai les participants avec les détails de leur routine et leurs traits de personnalité gardent l'analyse ancrée dans la réalité de leur quotidien. Toutefois, il ne s'agit pas de décrire toute leur vie quotidienne : les portraits se concentrent sur leurs pratiques concernant les vidéos en ligne.

## CHAPITRE IV. LES PARTICIPANTS ET LEURS HISTOIRES

La transparence est un élément essentiel de l'écriture des résultats d'une recherche qualitative (Bringer, Johnston, & Brackenridge, 2004). J'ai décidé que la structure de ce chapitre représenterait mon cheminement analytique, tout en prenant en considération la restructuration d'un processus itératif dans un document linéaire. Je fais sens de ma propre analyse en l'écrivant sous forme d'histoire cohérente. Ainsi, tout au long de l'analyse, je décrirai des passages plus techniques qui seront des petits comptes rendus de l'utilisation du logiciel et de la montée de l'analyse, partant de la description vers la théorisation en passant par une compréhension du phénomène examiné. Comme pour la résolution d'un problème mathématique, le processus est aussi important que le résultat.

Afin de garder l'analyse ancrée<sup>40</sup> dans la réalité du quotidien, ce chapitre a pour objectif de brosser le portrait des dix participants dans l'ordre chronologique des rencontres. Ceci permet de rendre compte de la progression des intuitions et des questions survenues au fur et à mesure des entrevues. Plus précisément, je cherche à donner des informations sociodémographiques, à cerner et décrire les motivations qui les ont conduits à participer à la recherche, et à décrire le plus fidèlement possible leurs pratiques (les équipements et les logiciels qu'ils utilisent, leurs « routines », leur compréhension des vidéos en ligne). Chaque description se termine avec quelques vignettes<sup>41</sup> (des moments où ils ont partagé des vidéos, soit en la présence physique d'autres personnes, soit *via* Internet) qui seront mobilisées par la suite dans l'analyse et la discussion. Les vignettes sont regroupées par thématique, l'une étant celle de la grève étudiante. L'ordre chronologique n'est pas envisageable, car plusieurs

---

<sup>40</sup>Commencer avec les portraits des participants suit ma progression analytique. Après avoir fait un premier codage, il m'a fallu réorganiser l'information de manière compréhensible afin de relever les différences et similitudes entre les participants et trouver des thématiques communes. Pour écrire cette section, j'ai commencé par extraire les passages d'entrevues avec des codes descriptifs comme « équipement personnel », « biographie » et « histoire de partage ».

<sup>41</sup> Afin de faciliter la lecture de la thèse, un tableau récapitulatif de toutes des vignettes avec le nombre de personnes, le contexte de partage et la motivation à partager la vidéo, se trouve à l'annexe 6.

chronologies se chevauchent : l'une suit l'ordre dans lequel les événements se sont passés, et l'autre l'ordre dans lequel ils ont été racontés.

#### **4.1 Sandrine<sup>42</sup>**

Sandrine est une jeune femme de 27 ans travaillant pour une organisation en développement international. Elle habite seule dans un arrondissement à l'est de Montréal. Elle se rend régulièrement en Afrique, pendant plusieurs mois, afin d'encadrer les volontaires en mission. Elle pratique la méditation et l'introspection pour veiller à son bien-être.

N'ayant pas l'occasion de parler de son usage des technologies et d'exprimer ses opinions sur celles-ci avec son entourage, participer à la recherche lui a permis de mettre des mots sur ses impressions à ce propos, et de clarifier sa pensée. « J'ai beaucoup apprécié l'exercice, a-t-elle confié en entrevue. J'ai trouvé ça pédagogique (...). De passer de l'impression à la clarification officielle, c'est important je trouve, ça fait partie d'un processus de connaissance de soi. Je trouve ça très pertinent. » (Sandrine, 3<sup>e</sup> entrevue)

Comme elle voyage beaucoup, Sandrine a besoin de son ordinateur pour travailler et rester en contact avec ses collègues de Montréal. C'est pour cette raison qu'être mobile est très important pour elle. Cela n'empêche pas Sandrine d'avoir un raisonnement critique sur les nouvelles technologies : elle ne veut pas faire partie de ces personnes qui s'en servent sans réfléchir et de manière automatisée. Elle n'a ni téléphone portable, ni télévision, ni tablette, juste un ordinateur portable. Elle évite autant que possible de les utiliser afin de ne pas en devenir dépendante. Les NTIC ne sont que des outils à ses yeux et elle préfère s'en tenir aux fonctions prescrites des appareils. C'est qu'elle craint une dépendance vis-à-vis des NTIC ; elle limite volontairement son utilisation des technologies pour éviter de perdre du temps. Elle s'impose une discipline pour garder sa liberté et ne pas perdre le contrôle sur la

---

<sup>42</sup>Tous les prénoms ont été changés en respectant le genre de la personne.

technologie. Aussi, elle aime travailler sur son ordinateur portable, dans un café sans accès à Internet pour ne pas être dérangée.

Même si pour Sandrine chaque objet a son utilité propre, elle n'exerce pas non plus un contrôle strict de ses usages. Par exemple : elle comprend et apprécie que ses amis habitant à l'étranger utilisent Skype pour la contacter, mais elle ne supporte pas que ses parents le fassent. Selon elle, ils n'ont qu'à la téléphoner car ils habitent la même région.

Sur Internet, elle lit les nouvelles et regarde des vidéos sur YouTube et Tou.tv pour se divertir. Mais elle évite avec soin toute lecture de commentaires, car trop haineux à son goût. Elle se dit très facilement émue et se sent désemparée face à ce genre de messages. Sandrine n'écrit jamais de commentaire sur YouTube ou sur des blogues, car il s'agit d'abord de garder le contrôle sur son message, mais aussi parce que ce type d'interaction lui semble trop impersonnel. Le fait de laisser des commentaires, sur des forums ou des réseaux sociaux comme YouTube, lui donne l'impression de parler dans le vide. Même l'utilisation d'un forum dans le cadre d'un cours ne lui plaît pas, car cela la fait se sentir seule.

Sandrine préfère le courriel où elle écrit consciencieusement et personnalise ses messages pour chaque occasion et type de destinataire. Elle fait ainsi attention au sens de ses courriels mais aussi à la qualité de l'orthographe : elle va souvent relire un courriel après son envoi afin de s'assurer que le courriel sera bien compris par son destinataire et qu'il ne contient pas d'erreur. Dans le cas où elle trouve une erreur, elle envoie un second courriel pour s'excuser d'avoir laissé échapper une faute. Elle conserve ses courriels, surtout pour relire les petits mots gentils, les remerciements et autres mots lui permettant de se remonter le moral.

Son contrôle sur l'utilisation des NTIC, implique de ne pas substituer un outil pour un autre et d'éviter de perdre trop de temps. Un des rares moments où elle déroge à cette règle implicite a trait à son utilisation des vidéos en ligne. Pour écouter et découvrir des musiques étrangères, ce qui dans son cas représente une flânerie musicale sur YouTube, il lui arrive de se laisser « prendre au jeu du “ha je vais aller en voir un autre” » (Sandrine, 1<sup>re</sup> entrevue). Cela arrive



surtout quand elle cherche des vidéos de musique sur YouTube avant de commencer à travailler.

À la première entrevue, elle était sceptique concernant l'utilité des vidéos en ligne, mises à part la possibilité de faire jouer des listes de lecture de musique sur YouTube, ou bien de suivre les nouvelles. Puis elle a changé d'avis à la deuxième entrevue, car elle avait vécu des moments forts où les vidéos ont provoqué des discussions profondes qui n'auraient pas eu lieu autrement. Ainsi, la vidéo peut constituer l'élément déclencheur d'une discussion, et même d'une action, comme nous le verrons à travers différentes vignettes. Après avoir repensé à son partage de vidéos, elle estime qu'une vidéo bien faite offre la possibilité de résumer rapidement un sujet avec des images clés, des phrases clés, un rythme, une émotion et une idée, et cela de manière plus aisée.

### **Oui à la grève étudiante, non à la vidéo violente**

Sandrine était contre la hausse des frais de scolarité, mais elle trouvait une vidéo trop violente, et haineuse. La vidéo a suscité de la colère, du ressentiment chez elle, et elle dit avoir eu honte de faire partie de ce mouvement.

### **L'école de la montagne rouge**

Lors d'une discussion sur les actions du groupe Anonymous, son frère lui montre une vidéo qu'il lui avait été montré durant un de ses cours. Sandrine n'apprécie ni la vidéo ni le fait qu'un enseignant la montre durant un cours. Elle lui a proposé une vidéo de l'École de la Montagne Rouge<sup>43</sup>, qui présente un autre point de vue.

---

<sup>43</sup>L'École de la Montagne Rouge (ÉDLMR) est une initiative de jeunes créatifs conscientisés principalement issus du baccalauréat en design graphique de l'UQAM. Par ses actions, ses réflexions et ses recherches graphiques, l'ÉDLMR propose une approche esthétique différente et originale des mouvements de révolution, ainsi qu'une façon différente de laisser une trace de ce Printemps québécois. [<http://ecolemontagnerouge.com/about/>]

### **Des Casseroles au balcon<sup>44</sup>**

Un ami vient lui rendre visite et lui demande si les casseroles ont du succès dans son quartier. Revenant d'un long séjour en Afrique, Sandrine ignore tout de ce mouvement. Il lui montre une vidéo de percussion de casseroles dans Rosemont. Après avoir vu la vidéo, elle décide que la même chose pourrait aussi bien se faire chez elle. Elle et son ami tapent donc sur des casseroles à 20 h sur le balcon, comme le veut la coutume. Ceci alerte les voisins, qui se joignent à eux.

### **Proverbe sans frontière**

Sa grand-mère lui a envoyé par courriel une vidéo d'un humoriste sur les proverbes africains. Sandrine l'a ensuite transféré par courriel aux étudiants stagiaires avec qui elle avait travaillé en Afrique, pour leur remonter le moral pendant la période de la grève étudiante.

### **Il jouait du piano avec YouTube**

Sandrine voit son frère jouer du piano et lui demande si c'est leur mère qui a recommencé à lui donner des leçons. Il répond qu'il apprend seul en regardant des vidéos en ligne. Après quoi, ils regardent ensemble les vidéos en question. Et, juste après, elle décide de lui montrer celle d'un duo qui transforme des chansons populaires en symphonie. C'était dans le but de lui montrer d'autres types de prouesses techniques et l'importance de savoir lire les partitions.

### **Un courriel en Espagne**

Alors qu'elle passe un moment difficile, Sandrine envoie un courriel expliquant longuement son désarroi et ses tracas à une amie en Espagne. Pour partager ses émotions, elle joint le lien d'une vidéo de musique qu'elle écoute pendant qu'elle rédige la lettre, car la simple mention du nom de l'artiste ne servirait à rien si son amie ne le connaît pas. En joignant le lien,

---

<sup>44</sup> Un type de manifestation qui a émergé spontanément lors de la manifestation étudiante du printemps 2012, voire la section consacrée à la grève étudiante au Québec.

Sandrine sait que son amie pourra faire une découverte, et, surtout, écouter la même musique pendant qu'elle lit le courriel. Elle trouve très poétique cette notion d'encapsuler son émotion pour l'envoyer à une autre personne, ce qui transmet plutôt bien une émotion dans un contexte particulier.

***Not so lost in translation : S'exprimer au-delà des mots***

Sandrine et son colocataire espagnol n'arrivent pas toujours à bien se comprendre. Lors d'une discussion, afin de contourner ce problème de communication, elle lui montre une vidéo qui pour elle représente bien la ville de Montréal. Mais parler d'un sujet délicat dans une langue que l'on ne maîtrise pas s'avère difficile, et elle craint qu'une partie de ce qu'elle voulait lui dire ne se perde dans la traduction. Elle a choisi cette vidéo pour expliquer à son colocataire que Montréal est une ville très ouverte.

## **4.2 Aurélie**

Entrepreneure de 28 ans, Aurélie est cofondatrice, avec son conjoint, d'un organisme à but non lucratif dont la mission est de promouvoir le développement durable et l'écocitoyenneté. Elle a répondu à l'annonce sur la recherche qu'elle a vu circuler sur son compte personnel Facebook, son compte professionnel étant réservé à la promotion de son organisme. Aurélie avoue passer beaucoup de temps sur Internet : c'est d'ailleurs une des premières choses qu'elle fait le matin. Ses pratiques numériques se sont arrimées à sa routine de vie alors quand elle était en congé maternité. Elle avait des périodes de temps libre dans la journée pour suivre l'avancement de la grève étudiante, et cela a compensé le fait qu'elle n'ait pas pu manifester autant qu'elle l'aurait voulu avec un enfant en bas âge. De retour à présent au travail, elle a adopté un autre rythme.

Elle utilise Internet (Tou.tv et les téléchargements) pour regarder des séries télévisées américaines. Premièrement, parce que ses horaires de travail ne coïncident pas avec les grilles horaires des programmes télévisuels, et deuxièmement, parce qu'elle ne supporte pas les

pauses publicitaires. Concernant les séries télévisées, elle partage son impatience de découvrir les nouvelles saisons avec ses amis sur Facebook. Ainsi, elle regarde beaucoup de vidéos, mais elle ne partage pas tout.

Concernant les vidéos, elle a plusieurs manières de partager selon s'il s'agit d'une vidéo trouvée sur Internet, d'une vidéo filmée pour son travail ou d'une vidéo privée. Parfois, elle trouve qu'une vidéo plaira en particulier à une ou deux personnes, et *identifie*<sup>45</sup> (communément appelé *tag*) ces dernières dans le commentaire accompagnant la vidéo. Aussi, si elle en a parlé au téléphone dans la journée avec une connaissance, elle partagera la vidéo le jour même sur le mur de la personne concernée ou en l'identifiant. En général, ce sont des vidéos qu'elle considère anodines, comme un statut<sup>46</sup> sur ce qu'elle fait ou pense. Elle est consciente que ce genre de partage n'intéressera que ses 10 amis proches et non la totalité de ses 600 amis Facebook. Elle trouve ça tout à fait normal que le reste des personnes ne s'intéressent pas à ce qu'elle fait.

Pour ce qui a trait aux vidéos qu'elle a filmé (professionnels ou privés), elle ne les publie jamais directement sur Facebook, car elle n'aura plus les droits sur ses vidéos. C'est pourquoi elle a une chaîne YouTube qu'elle utilise pour stocker les vidéos qu'elle crée et aussi conserver les droits sur ces dernières. Mais, elle ne partage pas directement le lien YouTube. Elle crée des *bitly* afin de suivre les statistiques de visionnement.

---

<sup>45</sup> L'identification est un type de lien spécial. Lorsque vous identifiez quelqu'un, vous créez un lien vers son journal. La publication dans laquelle vous identifiez la personne est également ajoutée à son journal. <https://www.facebook.com/help/124970597582337/>

<sup>46</sup> Un statut Facebook est une fonctionnalité qui permet aux utilisateurs d'envoyer et de partager une petite quantité de contenu sur leur profil, ou sur les murs de leurs amis, et de nouveaux RSS Facebook. Le statut d'un utilisateur Facebook peut être mis à jour en utilisant la barre « Status Update » qui apparaît en haut de page d'accueil de l'utilisateur et sur sa page de profil. L'utilisateur va souvent utiliser cet espace pour des mises à jour de sa journée ou pour afficher des railleries ingénieuses : site web, vidéo et photos peuvent également être partagés de cette façon. <http://www.techopedia.com/definition/15442/facebook-status>

Pour terminer, Aurélie considère que l'humour et la durée sont des éléments importants dans le partage de vidéos.

### **Violence policière**

Le père d'Aurélie, policier à la retraite, n'aimait pas du tout la manière dont les policiers étaient dépeints par les étudiants pendant la grève étudiante. Elle perçoit son père comme un homme très intègre, et il n'était pas capable de concevoir qu'il y ait des policiers agissants de manière violente face à des civils. Elle lui a envoyé plusieurs vidéos amateurs prises durant la grève étudiante. Après lui avoir envoyé les vidéos, elle regrette d'avoir mis son père devant une situation désagréable, et de ne pas avoir pris le temps de discuter ensemble. Elle pense qu'elle aurait mieux fait de lui montrer le vidéo au lieu d'envoyer un simple courriel qui a dû être perçu comme insultant pour un policier à la retraite.

### **L'oise spéciale, mais pas le matin**

Durant la grève étudiante, elle n'a partagé que des choses politiques sur son mur Facebook et avoue que ses amis ont sûrement dû la trouver intense. Par exemple, si elle trouvait une vidéo intéressante tôt le matin, elle attendait quelques heures avant de la publier afin de laisser le temps aux gens de se lever.

Pour parodier la Loi 78<sup>47</sup>, l'École de la Montagne Rouge a composé une chanson humoristique intitulée *L'oise spéciale* qui fut très populaire et beaucoup partagé sur les SRS. Aurélie l'a découverte sur son mur Facebook. Trouvant la vidéo sympathique et politique, Aurélie l'a partagé sur le mur Facebook de son conjoint et sur celui d'une amie à la suite d'une discussion dans un café. Aurélie estimait que la vidéo était intéressante et qu'elle valait la peine d'être vue par tous ses amis Facebook.

---

<sup>47</sup>La loi obligeait les universités et CEGEP à dispenser l'enseignement et à cadrer le droit des manifestants.

### **Inciter à voter**

Des élections provinciales ont eu lieu le 4 septembre 2012. De nombreuses associations se sont mobilisées pour faire en sorte que le plus grand nombre de citoyens se rendent voter le jour des élections, et surtout continuer à mobiliser les jeunes dans l'action démocratique. Sachant que l'élection provinciale approchait, Aurélie a ressenti le besoin de s'informer pour voir pour qui voter. Même si elle a regardait beaucoup de vidéos, elle n'en a pas partagé, car elle considère que c'est quelque chose qui ne regarde pas nécessairement tout le monde.

Durant la campagne électorale au Québec, elle n'a pas partagé de vidéos partisans, car elle ne voulait pas annoncer pour qui elle voulait voter ; elle a toutefois partagé les vidéos « propage ton vote<sup>48</sup> » et « 2 millions de X<sup>49</sup> » dans le but d'augmenter le taux de participation aux élections.

### **Barbie et manga girl : une vidéo à regarder en cachette**

Pendant qu'ils travaillaient à plusieurs, son amie est tombée sur une vidéo de la rencontre entre la femme-manga (Anastasiya Shpagina) et la Barbie humaine (Valeria Lukyanova). Par curiosité, ils ont regardé la vidéo, mais ne l'ont pas partagée, car ils la considéraient comme trop dérangeante, car les deux femmes semblent vraiment être inanimées. Aurélie explique qu'elle ne voulait pas que tous ses amis Facebook sachent qu'elle a regardé un tel contenu.

### **Groupe privé pour bébé**

---

<sup>48</sup>Ce sont 1368 personnes qui se sont inscrites et qui ont propagé leur vote à plus de 3500 personnes. <http://www.propagetonvote.org/>

<sup>49</sup>Deux millions de X ; parce que chaque personne qui fait un X dans la petite case peut faire brasser les choses ! Le Directeur général des élections du Québec (DGEQ) a confié à l'Institut du Nouveau Monde (INM) le mandat de réfléchir à une stratégie de mobilisation pour favoriser le vote des jeunes lors des élections provinciales de 2012 au Québec. <https://www.facebook.com/2millionsX/info>

Pour ne pas inonder chaque jour tous ses amis Facebook avec des photos et des commentaires concernant son fils, Aurélie a ouvert un groupe Facebook secret<sup>50</sup> pour sa famille et ses amis proches où elle partage des vidéos et des photos de son fils. Comme elle le souligne, ce sont des vidéos du quotidien peu pertinentes pour tout le monde, mais les grands-parents adorent ça, surtout qu'ils ne voient leur petit-fils qu'une fois par mois. Ils ont pu de cette manière le voir manger ses premières céréales. Ce contrôle de la visibilité des publications permet de partager quotidiennement ce qui se passe dans la vie du bébé avec les personnes susceptibles d'y être intéressées seulement.

### **Des pleurs dans la pluie**

Cet exemple montre comment un petit message peut déclencher un enchaînement de partage de vidéos sur Facebook. Aurélie a publié un statut Facebook à propos de pluies abondantes. À la suite de quoi son ami a publié une vidéo qu'elle estime être québécoise de Mario Pelchat, *Des pleurs dans la pluie*. Elle a renchéri par la suite avec un autre clip vidéo québécois des années 80, et ainsi de suite : « on faisait juste se répondre à coup de clips vidéos québécoises. » Ce dialogue vidéo était motivé par le rire et la plaisanterie. Beaucoup d'amis ont néanmoins *liké* les vidéos sans participer nécessairement à la conversation. C'était un échange public entre deux personnes, une petite conversation ouverte à tous.

### **Jean Leloup**

Un soir, pendant qu'elle faisait la vaisselle à la maison en écoutant Jean Leloup, Aurélie a soudain eu envie de mettre sa chanson préférée sur Facebook. Elle voulait partager ce moment positif qu'elle vivait. Donc, elle a tout de suite cherché le vidéoclip sur YouTube

---

<sup>50</sup> Le type de groupe le plus restreint étant invisible, seuls les membres peuvent voir le groupe et ses membres, ainsi que leurs publications. <https://www.facebook.com/about/groups/>

pour mettre le lien sur Facebook accompagné d'un commentaire : « je passe un tête-à-tête avec Jean ».

À la suite de son partage, elle a reçu quelques *likes* et quelques commentaires tels que : « ha, Jean, on l'aime tellement » et « c'est ma chanson préférée ». Les gens ont réagi en disant « on l'aime tellement cette chanson et on aime tellement Jean Leloup, il est tellement extraordinaire, merci de me l'avoir rappelé ». De plus, n'ayant mis que le prénom de l'artiste, il y a des gens qui ont répondu « on avait peur que ce soit Jean Charest<sup>51</sup> », ce à quoi elle a répondu « non, l'autre Jean, le bon Jean ».

### **Viens voir Madonna**

Cet exemple de partage s'est passé en 2007. Un de ses colocataires était passionné par Internet et les clips vidéo. Régulièrement, il l'appelait pour qu'elle vienne regarder, dans sa chambre, les nouveaux clips de Madonna. Malgré un goût peu développé pour les artistes de musique populaire, elle restait avec lui à regarder les vidéos. Aurélie affirme que l'essentiel n'était pas tant de regarder les vidéos, mais d'être ensemble.

### **Day-O (The Banana Boat Song)**

Un matin, elle s'est levée avec la chanson calypso *Day-O* dans la tête. Elle faisait référence à une scène du film de Tim Burton *Beetlejuice* (1988), film culte et connu par la majorité des jeunes adultes. Il s'agit de la scène du dîner où les personnages sont possédés et commencent à chanter et à danser sur la chanson d'Harry Belafonte. Elle a cherché l'extrait du film sur YouTube et l'a partagé sur son mur Facebook parce qu'elle pensait que ça ferait sourire les gens à 8 h du matin. Effectivement, elle dit avoir eu beaucoup de *likes*, et beaucoup de « ho mon dieu, j'avais oublié cette scène-là, c'est tellement la meilleure scène *ever* ».

---

<sup>51</sup> Premier ministre du Québec, impopulaire durant la grève.



### **Le décès du chanteur russe**

Avec ses amis, Aurélie partage une sorte d'« humour de connivence<sup>52</sup>». Il s'agit d'une plaisanterie autour d'un chanteur russe. À l'annonce de son décès, Aurélie a publié un clip vidéo sur Facebook afin de commémorer tous les instants où ils ont ri à propos de ce chanteur.

### **4.3 Frédéric**

Frédéric est Montréalais, doctorant en science économique à l'université de Strasbourg. Il comprenait la pertinence d'une recherche sur les médias sociaux, et il estimait avoir beaucoup à dire sur le sujet. Il a d'ailleurs des opinions très développées sur l'utilisation des nouvelles technologies, surtout en termes de collaboration et de communication. Il aime employer toute sorte de métaphores : par exemple le téléphone cellulaire devient une télévision hyper portative.

Il est gestionnaire de communautés, avec sept pages Facebook et autant de comptes Twitter. Il a donc développé des stratégies<sup>53</sup> de publication et de partage. Il est conscient que ce n'est pas le cas de tout le monde. Il partage des petits bouts de sa thèse sur Facebook, et fait ainsi découvrir des auteurs aux autres étudiants dans un endroit inhabituel, même si la lourdeur des sujets peut en faire fuir certains.

---

<sup>52</sup> Plaisanterie formée entre deux ou plusieurs personnes que nulle autre ne saurait comprendre. Même en expliquant la plaisanterie, d'autres personnes peuvent ne pas la trouver amusante.

<sup>53</sup> Frédéric est très soucieux de l'esthétique de ses messages et de ses publications sur les SRS. Il est particulièrement attentif à ce qu'il va partager, à la manière dont il le fait, et la façon dont il commente le tout. Il a sa propre signature, même pour les commentaires sur Facebook. Il a souligné l'importance de l'aspect visuel des sites web, des interfaces et des commentaires qu'il laisse sur les médias sociaux. C'est pour ça qu'il arrange toujours les éléments qu'il publie sur Facebook. D'après lui, il s'agit de l'héritage de la gestion de communauté. N'appréciant pas les extensions attachées aux URL des vidéos provenant de Facebook, il crée des bitly afin d'avoir un raccourci propre. Il le fait systématiquement pour ses publications Facebook et Twitter.

Pour Frédéric, la structure de la plateforme ne reflète pas ou n'impose pas une structure dans les relations sociales. Pour lui, c'est quelque chose de très organique. Il n'y a pas de meneur qui soit obligé de mettre des contenus à telle heure pour que les autres puissent répondre. Il n'y a pas de séquence directive d'événements. Il emploie d'ailleurs le terme « écologie » pour expliquer son point de vue sur la vie bouillonnante des SRS. À son avis, Facebook est une chambre d'écho, dans lequel les mêmes idées sont partagées et repartagées, ce qui limite la découverte de nouvelles choses.

En termes de contenu audiovisuel, il télécharge souvent illégalement (faute de les trouver sur plateforme légales) des films ou séries télévisées pour les regarder sur l'iPad ou sur la télévision. L'écran de téléphone est trop petit à son goût. YouTube est très utile pour découvrir de la musique. Il décide rapidement si une vidéo est assez intéressante pour être partagée. Toutefois, il s'assure de la fiabilité de la source afin de ne pas partager n'importe quoi, et il accompagne toujours ses partages de vidéos par un commentaire.

### **Kony 2012**

Frédéric avait l'habitude de partager une vidéo sur la base des premières minutes de la vidéo. Mais depuis l'explosion de la diffusion de la vidéo sur le seigneur de guerre africain Joseph Kony<sup>54</sup>, Frédéric évite de s'enthousiasmer trop facilement. Il pense d'ailleurs que les internautes rediffusent des vidéos sur leurs seules impressions, et ne questionnent pas les fondements qui les sous-tendent.

### **Vidéo sous le coude**

Il explique comment il a une vidéo sous le coude qu'il utilise comme commentaire quand il voit une photo floue sur Facebook. C'est une capsule d'un film de Woody Allen. Il essaie de

---

<sup>54</sup>[http://articles.washingtonpost.com/2012-03-14/opinions/35448299\\_1\\_african-warlord-joseph-kony-three-other-african-countries-kony-forces](http://articles.washingtonpost.com/2012-03-14/opinions/35448299_1_african-warlord-joseph-kony-three-other-african-countries-kony-forces). Pour plus d'information : <http://makingsenseofkony.org/>

ne pas la publier systématiquement, sinon son geste perdrait de son impact. Toutefois, c'est un automatisme assez rapide.

### **Partager pour faire rire**

Sa compagne a publié un message concernant le nombre élevé de mauvaises nouvelles dans le domaine économique. Pour la faire rire, il a cherché des vidéos de bonnes nouvelles sur YouTube ; c'était des vidéos du magazine satirique *The Onion*. Il lui a envoyé ces vidéos sur son mur Facebook

### **Le *running gag* avec sa sœur**

Sa petite sœur, à peine plus jeune que lui, avait publié à un moment la bande-annonce du film *Despicable me 2*. Ils se partagent depuis, une fois par semaine, la bande-annonce leur mur respectif de profil Facebook, à la manière d'une plaisanterie privée qu'on répète.

### **De la vidéo au mp3, et retour à la vidéo**

Frédéric explique comment il a découvert un groupe de musique sur YouTube dont il a acheté l'album sur iTunes pour 10 \$. Il s'est ensuite mis à en chercher des remix sur YouTube. Il en a trouvé deux qu'il aimait particulièrement, mais ne pouvant pas les acheter, il a donc téléchargé la trame sonore des vidéos YouTube. Frédéric a procédé à une série de transformations techniques pour arriver à partager cette musique. Il a trouvé une petite interface facile grâce à laquelle il a pu extraire la trame sonore des vidéos YouTube pour en faire un mp3. Il a partagé ces deux chansons avec des amis en envoyant le lien URL des vidéos YouTube dans un message courriel car les fichiers mp3 étaient trop lourds pour être joints directement au message.

## **4.4 Nathalie**

Nathalie est une étudiante de 24 ans de l'Université de Montréal. Elle a décidé de participer à ma recherche après avoir vu une affiche à ce propos. Elle a souhaité y participer afin d'aider les étudiants dans leur recherche. Elle vit en colocation avec trois amis et deux autres amis

proches ont les clés de leur appartement pour leur rendre visite régulièrement. Son copain habitant dans une autre province, elle n'a pas l'occasion de le voir souvent. Tous deux apprécient les vidéos TED<sup>55</sup>, de sorte que quand elle le retrouve chez lui, elle lui montre des vidéos qui l'ont marquée.

Nathalie dit tout faire sur Internet. Après s'être levée le matin, elle regarde ses courriels, ses notifications Facebook, et ses nouveaux *Tweets*. Ensuite, elle regarde les nouvelles pendant qu'elle déjeune. Internet lui sert autant pour les études que pour les loisirs. Elle utilise Google Scholar pour chercher des articles, et va sur des sites spécialisés pour regarder des séries télévisées en téléchargement continu. Elle fait ses achats en ligne, notamment pour les billets de cinéma et les livres.

Ses pratiques de partage sont adaptées à chaque personne qu'elle connaît. Elle a certains amis sur Facebook, d'autres non, et quelques-uns qui préfèrent interagir par courriel. Pour Nathalie, le contenu et le destinataire dictent son partage. Si elle considère un contenu comme ridicule, elle ne le partagera que par courriel afin de préserver son image sur les SRS. Nathalie ressent beaucoup de gêne à partager directement Facebook. Elle ne veut pas s'imposer, surtout en ajoutant un commentaire disant que la vidéo est belle ou bonne. Partager une vidéo indique implicitement qu'elle affectionne la vidéo. Elle ne partage donc pas de vidéos pour dénoncer quelque chose ou dire qu'elle n'apprécie pas le message véhiculé. Parfois, elle ne partage pas en public afin d'éviter d'avoir à engager la conversation avec des personnes qu'elle préfère ignorer.

Elle préfère ainsi faire usage de messages privés pour partager une vidéo qu'elle accompagnera d'un commentaire expliquant son envoi. Sinon, elle partage la vidéo sur le mur de la personne concernée, car elle trouve cela plus simple que de copier le lien YouTube

---

<sup>55</sup> TED est une association but non lucratif consacrée à la diffusion d'idée innovante *via* la production de conférence dans les domaines de la technologie, le divertissement et le design. <http://www.ted.com/pages/about>

et de le coller dans un message personnel. Concernant les vidéos en ligne, elle trouve qu'il est vraiment facile de tomber sur une vidéo, de l'écouter et de l'oublier parce que la vidéo ne dure qu'une minute.

Nathalie estime que la dynamique de ses partages est façonnée par le fait qu'elle n'a pas de liste d'amis pour sélectionner qui peut voir ses partages. Si elle avait seulement ses 15 plus proches amis sur Facebook, elle pense qu'elle n'aurait plus cette gêne concernant la mise en ligne de différents contenus, car elle saurait alors exactement à qui elle s'adresse.

Nathalie invite souvent des amis à souper chez elle. Après avoir mangé, ils vont regarder des vidéos en ligne sur un ordinateur portable. Elle pense que c'est dû au fait qu'ils se voient souvent et qu'ils n'ont donc pas forcément quelque chose de nouveau à se dire. Les personnes réunies pour la soirée ont toujours une vidéo à montrer aux autres. Elle note que cela reste une activité spontanée et non prévue et réfléchi. Les vidéos sont visionnées sur l'ordinateur portable ouvert qui se trouve le plus proche sur la table de la salle à manger. Cela veut dire qu'ils s'installent autour de l'ordinateur comme ils peuvent et que les conditions de visionnement ne sont pas toujours très confortables. Mais comme regarder des vidéos ensemble ne dure pas trop longtemps, personne ne prend la peine de s'installer plus confortablement. Si ce sont des amis qu'elle n'a pas vu depuis longtemps qui lui rendent visite, ils ne vont pas regarder de vidéos, mais plutôt rattraper le temps perdu.

### **L'horrible lipdub : Tellement mauvais qu'il faut le partager**

Il s'agit d'une vidéo qu'elle a trouvée sur son fil Twitter. Il s'agissait d'un homme faisant une demande en mariage par le *lipdub* d'une chanson de Bruno Mars, *Marry You*. Elle a trouvé la vidéo de tellement mauvais goût qu'elle en a beaucoup ri et l'a immédiatement montré à sa colocataire qui déteste encore plus ce genre de contenu. Elle a précisé avoir trop honte de publier la vidéo sur un réseau social, et vouloir aussi éviter de *spammer* les autres membres du réseau.

### **Les échanges paranormaux des intérêts d'un père et de sa fille**

Son père raffole d'une émission espagnole traitant de phénomènes paranormaux qu'il regarde sur Internet. Il envoie régulièrement par courriel des extraits vidéo à Nathalie, qui ne les regarde pas, répondant être trop occupée. Quand elle va dîner à la maison familiale, il souhaite qu'ils regardent ensemble des épisodes. Mais au bout de 20 minutes, sa mère et elle commencent à discuter, et il finit par arrêter la vidéo.

Elle a envoyé une fois à son père par courriel la vidéo d'une publicité qu'elle trouvait particulièrement bonne. Comme il ne lui avait pas répondu pour lui dire ce qu'il en avait pensé, elle le lui a demandé. Ce à quoi il a répondu : « ah oui, c'est bon je les ai vues ». En raison de son manque d'enthousiasme, elle ne lui envoie plus de publicités. Elle souligne la difficulté de choisir quoi montrer à ses parents, car elle ne connaît pas leurs goûts.

### **Les publicités : Du cinéma à Facebook**

Nathalie est allée à un festival de publicités au cinéma du Parc avec des amis. À la suite de quoi, elle a voulu montrer plusieurs de ces publicités à d'autres amis. Il a d'abord fallu qu'elle les cherche sur YouTube. Elle les a également envoyées à son père et à son petit ami.

Aussi, quelques jours plus tard, en regardant les nouvelles, le sujet d'une des publicités qu'elle avait vues au festival, celui du profilage racial, était-il abordé. Sa colocataire et elle ont retrouvé la publicité en question sur Internet et l'ont montrée aux amis qui étaient chez elle à ce moment-là. Si le sujet n'avait pas été mentionné aux informations, elle n'aurait pas montré la vidéo.

### **Un petit moment ensemble avec Kermit**

Avec son copain, ils regardent régulièrement ensemble le même sketch entre Kermit la grenouille et Cookie Monster. Kermit a une boîte mystère et essaie de faire deviner ce qu'il

y a dedans à Cookie Monster. Même si elle n'a pas grandi en écoutant *Sesame Street*, elle trouve cela adorable et apprécie regarder l'extrait avec son copain.

### **Viens voir les bébés chiens**

De temps à autre, son colocataire lui montre des vidéos quand ils se retrouvent ensemble dans le salon. Il ne la dérangerait pas dans sa chambre pour lui montrer une vidéo en particulier. La dernière dont elle se rappelle est celle de bébés chiens. Elle passait derrière lui quand il lui a dit « regarde les bébés chiens ». Bien que la vidéo ne l'intéresse pas, elle la regarde tout de même par politesse. À son avis, ce genre de vidéo sans histoire est une perte de temps. Mais, elle comprend qu'une vidéo de bébés chiens puisse rendre heureux, et donc, pour ne pas décevoir son colocataire, elle ne refuse pas le visionnement qu'il lui propose.

## **4.5 Nathan**

Nathan est un jeune belge de 27 ans venu travailler à Montréal. Il a étudié en marketing et management. Lors de la première entrevue, au début du mois d'août 2012, il était à la recherche d'un emploi, et à la troisième entrevue, en octobre, il était employé. Il a vu l'annonce que j'avais mise sur la plateforme kijiji et y a répondu pour avoir l'occasion de parler de ce qu'il faisait sur YouTube, car son entourage en Belgique ne comprend pas qu'il passe plus de temps à regarder YouTube que la télévision. Il se considère comme quelqu'un de méticuleux et il prend bien soin de ses effets personnels. Il est quelqu'un qui parle beaucoup de sa routine quotidienne.

Son ordinateur portable est toujours allumé quand il est à la maison, et les vidéos en ligne font partie de son paysage médiatique. Le matin, il utilise les vidéos en ligne comme un accompagnement musical. Quand il fait ses tâches domestiques, il met une vidéo, peu importe sa nature, juste pour en avoir l'accompagnement visuel. Il fait jouer une liste de lecture YouTube en faisant à manger. Il aime cuisiner, et se sert de YouTube pour découvrir des recettes. L'utilisation de la vidéo pour la cuisine ne vient pas des émissions télévisées

qu'il juge trop longues. Il ajoute qu'avec les vidéos, il peut avancer rapidement les parties inutiles, ou reculer quand il n'a pas bien compris. Mais il refuse de réaliser ses propres vidéos de cuisine car il ne souhaite pas partager les recettes de cuisine familiale. En soirée, il regarde ses abonnements sur YouTube. Mais, il ne regarde pas tout, car il ne veut pas s'adonner toute la soirée à cette activité.

Nathan se considère comme un consommateur avant-gardiste en termes de vidéos. Il regarde, mais ne partage pas les vidéos virales ou populaires. Il ne partage que rarement sur Facebook une vidéo vue sur YouTube. Il va plutôt montrer, lors d'une discussion, une vidéo qui lui vient en tête et en lien avec ce dont ils parlent. Sur Facebook, il laisse les autres partager les vidéos ; lui préfère les regarder uniquement sur YouTube.

C'est à travers YouTube qu'il a découvert la caméra flip<sup>56</sup> avec laquelle il aime filmer des événements auxquelles il participe tels que les feux d'artifice, les festivals et les concerts. Il filme dans le but de garder un souvenir qu'il pourra partager aussi avec les personnes qui n'ont pas pu assister à l'événement en question.

YouTube lui sert de site d'archives personnelles. Les événements plus privés, comme des soirées bien arrosées ou des anniversaires, il les filme et télécharge les vidéos sur YouTube. Mais il ne rend pas ces vidéos publiques. Il va envoyer les liens vers les vidéos à ses amis pour qu'ils puissent les voir. Il apprécie voir la réaction des autres, le nombre de vues et les commentaires quand il publie une vidéo. Ce genre de vidéo qu'il partage n'est rendu public ni sur YouTube ni sur Facebook, car selon lui, il faut considérer les autres et respecter leur

---

<sup>56</sup> La première caméra flip est apparue sur le marché en 2006. Il s'agit d'un caméscope sans cassette ni carte mémoire. Le transfert de la vidéo numérique se fait directement sur un ordinateur via connecteur USB. Créé par Pure Digital Technologies, la société fut rachetée par Cisco Systems en 2009 qui arrêta la production en 2011 due à la concurrence des téléphones intelligents. [6] [http://en.wikipedia.org/wiki/Flip\\_Video](http://en.wikipedia.org/wiki/Flip_Video)



vie privée. Il se sert des sites de réseaux sociaux pour conserver ses vidéos personnelles, et les partager en toute discrétion *via* des messages privés.

Il utilise Facebook de façon très contrôlée afin que ses données ne se retrouvent pas partout sur Internet. Ainsi, il ne joue à aucun jeu sur Facebook et refuse toutes les demandes qu'il reçoit. Il a classé tous ses amis Facebook dans des listes, avec des degrés de visibilité différents selon le type de relation, comme des amis proches ou des collègues de travail. De plus, aucun de ses amis ne peut voir sa liste d'amis au complet ; ils peuvent seulement voir les amis qu'ils ont en commun.

Il dit ne pas aimer Facebook en raison de ses conditions d'utilisation, mais il reconnaît que c'est utile pour rester en contact avec ses amis en Belgique et à Montréal. Ses partages sur Facebook ne sont pas spontanés. Par exemple, il réduit la taille des photos pour que Facebook ne puisse pas les utiliser. Facebook est un outil potentiellement dangereux, à utiliser uniquement lorsque nécessaire.

Depuis que Nathan a commencé à travailler, il passe moins de temps à regarder des vidéos sur YouTube. Il ne regarde plus toutes les vidéos de son fil de nouvelles ; il en regarde quelques-unes en passant rapidement à travers. Il considère gagner du temps en ne regardant pas certains segments des vidéos.

Concernant les partages en face à face, Nathan préfère laisser son ordinateur portable chez lui pour éviter de le transporter. Quand il a besoin de montrer une vidéo, il va utiliser son téléphone. Il cherche les vidéos directement dans l'application YouTube, en utilisant des mots clés. Quand il veut montrer une vidéo qu'il a déjà vue, il utilise les mots clés, mais ce seront les *thumbnails* (vignettes) qui lui permettront de retrouver facilement les vidéos.

### **Caméra cachée pour les meilleurs amis uniquement**

Nathan partage une vidéo drôle, le meilleur des vidéos de caméra cachée, sur Google+, car il voulait seulement partager avec ses meilleurs amis qui sont restés en Belgique.

## **Nutella**

Ce partage s'est produit durant le petit-déjeuner, quand sa colocataire tartinait son pain avec une pâte à la noisette et au cacao. De là, il lui a parlé de l'expérience réalisée avec un pot de Nutella dans une voiture en pleine chaleur. Elle en avait entendu parler, mais n'avait jamais vu la vidéo. Donc, il lui a montré à l'aide de son téléphone portable comment, après 3 heures dans la voiture, l'huile du Nutella remonte à la surface. Elle était dégoûtée, mais pas étonnée du résultat. À la suite de quoi ils ont discuté de la qualité de la nourriture en général.

## **Voir pour le croire**

Sur la terrasse de leur appartement, Nathan et ses colocataires discutent de parcs d'attractions. Il ne se rappelle plus ce qui les a conduit à parler de ça, mais il se rappelle avoir décrit une des attractions au sommet de l'hôtel Stratosphère à Las Vegas. Afin de mieux faire comprendre à ses amis de quoi il était question, il leur a montré des vidéos sur son téléphone portable. Une de ses colocataires était vraiment étonnée et a même déclaré qu'elle ne monterait jamais dans ces attractions. C'est aussi ce que Nathan s'était dit la première fois qu'un ami lui avait montré la vidéo après son séjour à Las Vegas. Mais il a fini par se rendre à Las Vegas, et est monté sur le toit de l'hôtel.

## **4.6 Ingrid**

Ingrid, 41 ans, est professeure d'université. En dehors de son travail, elle aime la cuisine, le vélo et les voyages. Elle fait des randonnées et des courses à vélo, et s'entraîne régulièrement chez elle à l'aide de vidéos YouTube. Ce sont des vidéos plus ou moins amateurs réalisées par des entraîneurs. Elle est abonnée à plusieurs chaînes et a une façon précise de fonctionner : elle regarde d'abord la vidéo afin de comprendre comment il faut s'y prendre et quel équipement est nécessaire, puis elle s'entraîne le lendemain. Elle discute de ses séances avec d'autres personnes qui s'entraînent également. Il lui arrive de partager des

vidéos sur Facebook pour que ses connaissances puissent les voir et être plus tentées de faire l'exercice.

Elle a été motivée à participer à la recherche par son grand intérêt pour les technologies, Internet, et le partage de l'information. Elle a utilisé le code QR sur l'affiche et a immédiatement rempli le formulaire en ligne.

En termes d'équipement technologique, Ingrid dispose d'un ordinateur portable, un téléphone cellulaire et une télévision qu'elle regarde un peu plus depuis qu'elle s'est abonnée au câble. Elle a été obligée de s'abonner au câble à cause du passage au numérique, car ses antennes de télévision (les oreilles de lapin) ne captaient plus rien.

Elle préfère regarder YouTube sur son téléphone plutôt que sur l'ordinateur, car elle trouve cela plus convivial d'être assis sur son sofa et de pouvoir se relaxer en même temps. Contrairement à d'autres participants, elle ne regarde pas de vidéos en ligne avec d'autres personnes; il s'agit donc d'une activité solitaire.

Ingrid tient un blogue de manière anonyme où elle publie des billets sur ses voyages, des recettes qu'elle a testées, les courses de vélo auxquelles elle a participé, et des vidéos de conditionnement physique qu'elle commente. Elle essaie de susciter l'intérêt pour de meilleures habitudes de vie, en particulier faire de l'exercice et manger plus sainement. Mais l'utilité première de son blogue est de tenir un journal de bord de ses courses cyclistes et pouvoir comparer sa préparation et ses résultats d'année en année.

De plus, sur son blogue, elle écrit des billets pour présenter des entraîneurs qu'elle trouve intéressants sur YouTube. Elle y intègre deux ou trois vidéos avec lesquelles elle s'est entraînée et qu'elle estime pertinentes pour ses lecteurs. Elle prépare ses billets d'analyse de vidéo d'entraînement quand une idée lui vient et ne se sent pas obligée d'écrire de façon régulière. En plus de partager des vidéos de conditionnement physique, elle a également filmé quelques courtes vidéos qu'elle partage sur son blogue ou sur Facebook.

Ingrid est bien consciente de l'utilité des vidéos pour informer les gens, et l'impact de la durée de celles-ci. Les vidéos qu'elle fait elle-même ne durent pas plus de trois minutes ; quant à celles qu'elle regarde, elle préfère les vidéos de moins de cinq minutes « pour garder l'intérêt de la personne qui regarde, il faut que ça soit assez concis » (3<sup>e</sup> entrevue).

Sur YouTube, les vidéos de conditionnement physique sont publiées régulièrement. Une chaîne télécharge une nouvelle vidéo tous les jeudis, donc, nous dit-elle, « le jeudi, religieusement, je regarde ça » (1<sup>re</sup> entrevue). Elle a remarqué qu'une forme de communauté se crée autour des chaînes de vidéos d'entraînement. Les personnes demandent des conseils ou des exercices sur des machines qu'ils ont à domicile. C'est un des lecteurs de son blogue qui lui a parlé de ces vidéos sur YouTube.

En termes de réseaux sociaux, Ingrid utilise Facebook pour rester en contact avec les membres de sa famille éloignée, et Twitter de façon plus professionnelle. À la troisième entrevue, Ingrid avait commencé à utiliser Instagram, même si l'application n'est pas conçue pour partager des vidéos. À partir d'une photo, elle ajoute le lien vers la vidéo.

Elle utilise souvent le mot « accessible » pour parler de son utilisation de son téléphone portable, et cela dans deux sens différents. Le premier pour la facilité et la mobilité du visionnement des vidéos sur un petit écran portable. Le deuxième emploi du mot concerne la disponibilité de celles-ci pour qu'elles puissent éveiller la curiosité des internautes envers la pratique d'activité physique.

Ingrid, disant ne pas apprécier l'interaction en ligne, ne partage pas de vidéo de manière directe, mais simplement à travers son blogue, ce qui explique le peu de vignettes.

### **Sortie des pingouins**

Lors de la nuit blanche de Montréal, le Biodôme a fait sortir quatre pingouins en dehors du bâtiment, protégés de la foule par une petite barrière de glace et de neige. Elle a filmé cet événement unique et a mis la vidéo sur Facebook, car il s'agissait d'une nouveauté intéressante à partager.

## 4.7 Stéphane

Stéphane, étudiant de 26 ans, souhaite devenir enseignant au secondaire et retourner vivre dans sa région natale, avec laquelle il reste en contact grâce à ses parents qui lui envoient les nouvelles locales. Enseigner fait partie de son cursus, il a donc un compte Facebook très privé afin de ne pas être surpris par ses élèves. Il aime suivre la politique *via* Twitter et Facebook. Pour ce faire, il est abonné à toutes sortes de personnes afin d'avoir des nouvelles sur la politique américaine, canadienne et régionale. Pour se divertir, il regarde des vidéos d'humour sur 9gag.com. Il se sert des vidéos pour informer ses élèves, les faire réagir, ou développer une situation d'apprentissage avec eux. Pour lui, la vidéo permet d'expliquer rapidement un sujet.

Il a vu l'annonce dans un couloir et s'est senti visé, car il partage beaucoup de vidéos et en discute souvent avec des amis. Aussi, étant en début de session, il avait du temps pour participer à une recherche et trouvait que cela pouvait être sympathique. C'était sa première participation à une recherche académique.

L'ordinateur portable de Stéphane est allumé partout et en tout temps : que ce soit à l'université ou à la maison, ou bien même en regardant la télévision. Il utilise son iPod comme téléphone portable grâce à une application trouvée par sa sœur qui lui permet de téléphoner *via* le WiFi. La télévision lui sert à regarder des vidéos en ligne grâce à la console de jeu Xbox qui est connectée sur YouTube et Dailymotion. De manière générale, il dit utiliser beaucoup Facebook, un tout petit peu Twitter, Gmail et Hotmail. La plupart du temps, il publie des vidéos directement sur sa page personnelle, mais souvent il en envoie à des amis, quand la vidéo vise, par exemple, une certaine personne ou un groupe d'amis. Il utilise les vidéos en ligne comme information pour convaincre les gens ou pour les informer sur un sujet, mais aussi comme divertissement, pour un accès à l'humour et à la musique.

En entrevue, Stéphane définit les SRS comme une vitrine permettant de propager des idées. « C'est juste transmettre de l'information : si je suis intéressé par quelque chose et que je

veux que les autres le voient, je me sers de Facebook, Twitter comme une vitrine. » (1<sup>re</sup> entrevue). Et Facebook, qui permet de s'organiser et de contacter ses connaissances rapidement, est « un genre de téléphone cool » (3<sup>e</sup> entrevue). Avec cette conception de vitrine, Stéphane apprécie que ce partage n'oblige pas les gens à regarder, mais leur permet simplement de savoir que ça existe. Il fait de même avec la page Facebook de l'association étudiante, où il y partage de l'information qu'il trouve pertinente pour les autres étudiants.

Stéphane est très conscient de son image et contrôle attentivement ce qu'il met sur son mur Facebook. Même si son compte Facebook est privé, il ne mettra pas toutes les vidéos humoristiques qu'il trouve drôles. Il explique que « s'il y a des choses que tu as trouvé drôles sur le coup, mais qui peuvent revenir contre toi, tu ne les mets pas. » (1<sup>re</sup> entrevue) Il souligne également que c'est une précaution qu'il entreprend naturellement, sans y penser. Faire attention à ce qu'il partage est ainsi devenu une habitude.

### **Les midis à l'association étudiante**

Au local de leur association étudiante, ils se retrouvent à cinq ou six pour manger et regarder des vidéos drôles, de musique ou de séries télévisées humoristiques. Il s'agit d'une activité spontanée qui ne se produit pas systématiquement.

### **Avec le beau frère**

Une fois par mois, après le souper avec sa belle-famille, Stéphane regarde des vidéos en ligne pendant une heure avec son beau-frère. Pendant que les autres font la vaisselle, ils sont sur l'ordinateur à surenchérir sur celui qui aura la meilleure vidéo à montrer. S'il voit qu'une vidéo n'intéresse pas l'autre, il l'arrête et passe à une autre. Quand il voit des vidéos qu'il aurait aimé partager à quelqu'un d'autre, il le fait directement, et envoie un courriel à la personne concernée.

### **Cherche maison en région**

Stéphane cherche à s'acheter un logement. Au lieu de décrire longuement les maisons par téléphone, lui et son père vont s'échanger les liens et photos qu'ils ont trouvés. Puis, ils vont discuter des sélections au téléphone.

## 4.8 Kevin

Kevin, étudiant de 23 ans, a été le président de son association étudiante et il continue à suivre ce qui est publié sur la page Facebook de l'association<sup>57</sup>. Il a déjà participé à des recherches académiques en psychologie, et sachant à quel point il est difficile de recruter des participants, il a pensé qu'il ferait un bon sujet pour cette recherche.

Il se présente comme quelqu'un de frileux envers les nouvelles technologies, préférant qu'elles soient éprouvées. Il a un téléphone intelligent qu'il utilise surtout pour les courriels, envois rarement des SMS et ne navigue jamais sur Internet avec.

Kevin décrit Facebook comme « un espèce d'amalgame entre le courriel, le chat, puis le fait que les gens ont des profils aussi. Ce côté beaucoup plus social, communication écrite surtout » (3<sup>e</sup> entrevue).

À travers les entrevues, il ressort que Kevin trouve qu'une image se partage plus facilement, car son message est plus court et plus concret, alors qu'une vidéo demande plus de temps. En termes de pratique, il aime regarder des vidéos sur 9gag.com ou wemo.me. Mais il ne les partage que rarement, car il est conscient que tout le monde n'a pas les mêmes intérêts que lui. Lorsqu'il est avec des amis, il préfère faire autre chose que de regarder des vidéos, car il trouve que ça attire toute l'attention sur l'ordinateur plutôt que sur l'interaction sociale ou la conversation. Si ça ne le dérange pas d'en regarder une ou deux, il n'aime pas passer toute la

---

<sup>57</sup>« C'est un groupe qui est récent, mis sur pied après notre graduation. Comme j'étais beaucoup impliqué, ils m'ont invité pareil. »

soirée à regarder des vidéos sur un ordinateur. Pour lui, ce manque d'interaction entre amis est triste, car cela revient à ne plus rien avoir à se dire.

### **Le chat dans le bocal**

La mère de Kevin adore les chats. Et le chat de Kevin aime faire des bêtises. Un jour le chat a réussi à rentrer tout entier dans un bocal. Kevin a filmé la scène et l'a envoyée par courriel à sa mère.

### **Apprendre HTML**

Kevin a décidé de faire sa propre base de données en format HTML. Il utilise le moteur de recherche Google pour repérer des vidéos explicatives sur YouTube pour apprendre à coder.

### **Vidéo sur un prof du bac**

Kevin a partagé une vidéo qu'il a vue sur la page de l'association étudiante. Il s'agit d'une chanson à propos d'un jeune professeur qui enseigne aux étudiants plusieurs fois dans le cursus. Il a fait son baccalauréat avec 150 personnes, donc autant de choix à qui envoyer la vidéo. Kevin a partagé la vidéo en message privé à une personne avec qui il avait étudié. Il aurait pu l'envoyer à plus de personnes, mais il avait pris un verre avec celle-ci. Son partage est contextuel : c'était la personne de son baccalauréat qu'il avait vu le plus récemment, donc la première personne à qui il a pensé l'envoyer. S'il avait vu la vidéo à un autre moment, il l'aurait envoyée à quelqu'un d'autre.

### **Le casque gonflable**

Ce partage a eu lieu après une discussion avec une amie. Ils discutaient du fait que la petite sœur de cette dernière ne portait pas de casque à vélo. Quelques jours après, en écoutant la radio à son laboratoire, il entend parler du casque gonflable, une sorte d'*air bag* pour cycliste. Tout de suite après avoir entendu le reportage, il est parti chercher la vidéo sur le site Internet de la radio et l'a envoyée à son amie.

### **Taguer la mascotte**



Kevin a été identifié<sup>58</sup> dans un clip vidéo sur Facebook avec deux autres personnes. C'est une vidéo de musique un peu bizarre dans laquelle une mascotte, une forme d'oiseau, se réveille dans un nid. Il y a cinq ou six ans, il travaillait avec les autres personnes, identifiées sur la vidéo dans un camp de vacances, et ils avaient monté un spectacle un peu étrange et abstrait qui ressemblait à la vidéo, avec la même chorégraphie. « J'avais complètement oublié ça, et quand ils ont montré le vidéo, ça m'a rappelé un peu ce qu'on avait fait. »

## 4.9 Martin

Martin est un étudiant aux cycles supérieurs de 28 ans. Il a un ordinateur portable et une tour de bureau pour utiliser des logiciels plus puissants tel que Photoshop<sup>59</sup>, dont il est capable de se servir. Mais il ne sait pas comment installer des plug-ins sur son navigateur.

Il a été motivé à participer à l'étude parce qu'il est conscient de la difficulté qu'ont les jeunes chercheurs à recruter des participants. Comme il se considère comme un bon consommateur de vidéos YouTube, il pensait être un bon participant pour l'étude.

Pour lui, YouTube ou Facebook sont des canaux d'information personnalisés où il découvre articles, vidéos, et nouveaux sites, même si beaucoup de contenus ne l'intéresse pas. Quand un titre de vidéo sur Facebook l'interpelle, il fait d'abord un petit visionnement rapide de la vidéo en avançant le curseur sur la barre de progression, pour voir si le contenu est pourvu d'intérêt. Si c'est le cas, il clique sur le lien YouTube pour la voir en plein écran. C'est à travers ses abonnements Facebook qu'il découvre des vidéos intéressantes et se rend compte que l'auteur a une chaîne YouTube. Il s'abonne alors à celle-ci.

---

<sup>58</sup>Le participant emploie le verbe « tagger » ou « taguer » qui vient de l'anglais *tag* et qui est conjugué à la française, comme le verbe « googler ».

<sup>59</sup>C'est un logiciel de retouches, de traitement de photos et de dessins, assisté par ordinateur.

Martin définit les vidéos en ligne comme un complément au langage. La vidéo explique mieux ce qu'il veut dire, à l'image d'une citation dans un texte. La vidéo est perçue comme un support, un déclencheur de discussions. Les vidéos sont « un genre d'annexe multimédia à des événements du quotidien. » (2<sup>e</sup> entrevue)

Martin emploie le terme « attraper » quand il découvre des vidéos sur Facebook. Ici, le mot rappelle le sens utilisé pour décrire l'action de prendre un livre ou une cassette sur une étagère, car YouTube s'apparente à des archives dont il peut se servir pour illustrer ses propos.

Il explique la différence entre la télévision et YouTube en termes des discussions que les deux médias sont en mesure de générer. D'après lui, la télévision donne lieu à des discussions de machine à café qui sont peu profondes, tandis que les vidéos en ligne permettent d'interpeler quelqu'un et de discuter plus longuement.

Amateur de musique, il aime retrouver de vieux concerts de rock sur YouTube. Il consulte également les vidéos en ligne pour s'instruire sur différents domaines. Le premier est la guitare. L'autre est la cuisine, qu'il pratique chez sa copine. Il regarde des vidéos de recettes chez elle, ce qui fait qu'elles n'apparaissent pas dans l'historique de son ordinateur.

Quand Martin envoie des vidéos à quelqu'un, c'est souvent parce qu'il connaît les intérêts de l'autre ou qu'ils en partagent certains. Il envoie donc des vidéos à la suite de discussions sur un sujet précis. La vidéo partagée vient ainsi s'imbriquer à leurs conversations. Avec ses amis, ils communiquent à travers la culture pop. Il y a un lien entre « ces objets culturels » (2<sup>e</sup> entrevue) et les événements du quotidien. Les vidéos, des extraits de films ou de séries télévisées, sont des « mots » venant enrichir son vocabulaire.

Martin ne se considère pas comme un leader dans sa sphère professionnelle. De ce fait, il est réticent à partager des vidéos qui pourraient intéresser ses collègues, se disant qu'il n'est pas le premier à les avoir trouvées. Il se voit comme étant souvent retardataire dans la découverte de vidéos, c'est pourquoi il préfère en partager en privé.

### **La petite chouette s'est envolée**

Après s'être acheté des raquettes pour Noël, Martin cherchait un site pour en pratiquer quand il est tombé sur une vidéo sur les chouettes du Mont Royal. Il pensait envoyer la vidéo à son père, amateur de plein air. Mais il ne l'a pas fait sur le coup et a fini par oublier, car le sujet n'est pas revenu dans leur discussion.

### **Pont en Suède**

Son frère fait des études en génie civil. Alors qu'ils parlaient de construction de pont, Martin lui a parlé de son intention d'aller visiter la Suède et le Danemark. Son frère lui a envoyé une vidéo au sujet de la Suède. Par la suite, ils en ont reparlé en reprenant des éléments de la vidéo. « C'est comme un point de départ pour passer à des discussions qui peuvent s'en aller ailleurs. » (1re entrevue)

### **Des échanges musicaux**

Son ami et lui sont férus de musique, c'est non seulement un sujet de conversation, mais une activité de visionnement en commun puisqu'ils regardent des vidéos de concert ensemble. Mais généralement, ils en discutent et s'envoient les liens des vidéos plus tard.

### **Liverpool**

La façon d'échanger avec son père a changé après qu'ils aient tous deux fait l'acquisition d'un iPhone. Plutôt que d'utiliser Skype, ils utilisent maintenant Facetime et n'ont plus besoin de se coordonner pour se contacter. Avec ce nouveau téléphone, son père, qui n'était pas technophile, a développé un intérêt pour le partage de vidéos. Son père voulait l'inciter à voir le film *Liverpool* en lui envoyant le clip de Renée Martel, qui fait partie de la bande-son du film éponyme.

### **Watatatow et Star Trek**

Parfois, le partage de vidéos est lié à des événements vécus. Quand son ami organise une soirée, il envoie un courriel disant : « Party chez nous vendredi. Apporte ta bière. » Martin

répond en lui envoyant une réplique de *Watatatow*, en se disant « Ha je vais lui envoyer ça pour rire ». Martin utilise *Watatatow* et son ami préfère *Star Trek*. Malgré cette discordance référentielle, ils arrivent à se comprendre, car les citations sont toujours en lien avec un événement très concret s'étant produit dans leurs vies (une soirée, une anecdote...).

#### **4.10 Pascal**

Âgé de 30 ans, Pascal est un étudiant aux cycles supérieurs. Il a décidé de participer à l'expérience en découvrant l'affiche. Pascal a un ordinateur portable qu'il prend avec lui seulement lorsqu'il travaille dans un café. Pour la maison, il a une tour de bureau plus puissante et une tablette pour prendre des notes et annoter les PDF. Sur son ordinateur, il a au moins deux programmes toujours ouverts : Word pour travailler, et son navigateur avec un onglet pour ses courriels et un autre pour Facebook.

Il utilise Facebook plus pour se coordonner que pour regarder son fil de nouvelles, même s'il avoue que la touche F5 de son clavier est usée à force de rafraîchir la page pour voir si quelque chose de nouveau apparaîtra.

Il a décidé de laisser sa page Facebook accessible à tous et approuve toute demande d'amitié, parce qu'il n'y met rien de personnel. Il ajoute que ce qu'il fait n'intéresse personne, car la majorité de ses amis Facebook ne sont pas des amis proches. Il évite donc de partager des choses qui relèvent trop du quotidien et favorise des contenus allégoriques.

Il utilise YouTube soit pour chercher un sujet en particulier, soit *via* un lien publié sur Facebook ou Twitter. Parfois, il continue de regarder des vidéos à partir de la liste de droite.

Selon lui, certaines vidéos sont des supports pour les discussions car elles permettent d'illustrer un point. Il explique que cela n'est pas les cas des vidéos humoristiques car il est inutile de décrire la blague ou de discuter de celle-ci : il suffit de la montrer. De son expérience, c'est souvent la personne qui a déjà publié la vidéo sur son mur qui lance la discussion en l'évoquant.

Quand il partage des vidéos sur Facebook, il n'en publie pas sur le mur de quelqu'un, car lui-même n'aime pas que d'autres publient sur son mur. Ainsi, si la vidéo ne concerne qu'une personne, il préfère alors lui envoyer un message privé.

### **Nouvel An**

Avant de sortir fêter le Nouvel An avec des amis, ils regardaient à la télévision une émission anglophone chez un ami. Puis, l'hôte voulait montrer son nouveau téléphone portable, pendant qu'un autre voulait montrer une vidéo sur YouTube parce que l'émission à la télévision venait de se terminer et qu'ils ne savaient pas quoi faire en attendant de quitter. Ainsi, l'hôte du début de la soirée a-t-il branché son nouveau téléphone sur la télévision pour qu'ils regardent tous des vidéos, ce qu'ils ont fait pendant une heure et demie. Ils ont parlé et ri des vidéos drôles (des compilations de *fails*) en même temps.

### **Cousine et les vidéos TED**

Au souper de Noël, il discutait avec sa cousine du bonheur et des choix que l'on doit faire dans la vie. Il lui a parlé des conférences TED, mais n'a pas voulu montrer les vidéos, car elles sont trop longues et que le contexte festif et familial de Noël n'y s'y prêtait pas. Le 2 janvier, il lui a envoyé deux vidéos, l'une de Barry Schwartz sur le paradoxe du choix, et une autre de Dan Gilbert sur le bonheur.

### **Combat de George Saint-Pierre**

Un de ses amis proches est amateur de combat ultime. Le champion québécois, George Saint-Pierre, est un des athlètes les plus populaires. À la veille d'un combat, ils s'échangent des nouvelles et Pascal apprend ainsi que son ami ne pourra pas regarder le combat à la télévision. Le lendemain, il trouve une vidéo du combat et la lui envoie en lui suggérant de la regarder rapidement, car la fédération les supprime rapidement.

Après avoir brossé un portrait de chaque participant, on peut voir qu'au-delà de quelques similarités, comme la musique et les vidéos drôles, ce qui se dégage des vignettes est l'immense variété des pratiques, des motivations, et surtout l'importance du contexte. Le chapitre suivant explorera en détail les partages des vidéos. Nous verrons alors pourquoi ils évitent de partager certains contenus, mais aussi comment les participants s'expriment, discutent et maintiennent leurs relations avec les vidéos en ligne.

## **CHAPITRE V. DANS LE QUOTIDIEN DU PARTAGE**

Dans leur étude sur le covisionnement de YouTube, Haridakis et Hanson (2009) ont listé neuf éléments de connexion interpersonnelle en lien avec l'utilisation de YouTube : 1) pour encourager la famille et les amis 2) appartenir à un groupe avec les mêmes intérêts que soi, 3) pour montrer de la compassion envers les autres, 4) possibilité de parler longuement ou brièvement, 5) s'exprimer librement, 6) répondre à des questions, 7) afin de se sentir moins seul, 8) pour communiquer avec la famille et les amis, 9) la possibilité d'envoyer des messages asynchrones. Certains de ces éléments listés sont des avantages techniques offerts par Internet. D'autres montrent l'importance accordée à l'inclusion et à la nécessité expressive (Haridakis & Hanson, 2009). Tout comme cette étude, mes participants ont exprimé une grande variété de motivations et buts pour le partage de vidéos. Devant cette complexité, je me suis trouvé face à un défi de taille concernant l'organisation de l'analyse des propos de mes participants.

À partir des thèmes récurrents dégagés des verbatims dans la tradition de la théorisation ancrée, la structure générale de ce premier chapitre d'analyse suit une dynamique organique. Dans cette pratique sociale qui est le partage, nous nous demandons si celui-ci est tourné davantage sur soi-même – en tant qu'expression – ou s'il l'est sur l'autre – maintien de relations. Le chapitre commence d'abord avec l'individu qui décide de partager une vidéo pour s'exprimer, pour faire connaître ses opinions, représenter ses sentiments. Ensuite, nous verrons comment les participants se tournent davantage vers les autres, établissent des règles de bonne conduite dans le partage et maintiennent leurs relations. Le chapitre se termine avec le partage des vidéos dans les conversations. La catégorisation employée a émergé des propos des participants concernant le partage de vidéo et les catégories ne sont pas complètement étanches. C'est-à-dire que les conversations font partie intégrante du maintien des relations tout comme l'étiquette de bonne conduite.

## 5.1 S'exprimer à travers le partage

La célèbre phrase du gastronome français Jean Anthelme Brillat-Savarin « Dis-moi ce que tu manges, et je te dirai qui tu es » peut se décliner pour toute activité humaine. Il est possible de reformuler la phrase ainsi : dis-moi ce que tu partages et je te dirais qui tu es. Une des grandes motivations à partager une vidéo se résume dans une tournure rappelant l'explication de Stéphane à propos de ses raisons de ne pas poster de commentaires sur YouTube : une vidéo aimée est une vidéo partagée. L'utilisation des SRS a été largement documentée pour l'expression identitaire (Cardon, 2008), la créativité (Burgess, 2007; Lessig, 2008), ou encore pour une cause sociale (Jochems, Millette, & Millette, 2013). Même si différentes formes d'expression peuvent être étudiées séparément :

Ce que l'on qualifie habituellement de dynamique « expressiviste » renvoie en effet à un ensemble de pratiques hétérogènes: la participation aux débats publics, l'exposition de soi dans des récits intimes, le développement de pratiques amateurs, les bricolages (remix, sample, collage) de produits culturels standardisés, la recherche de signes de distinction, l'affirmation de choix de vie autonome, la quête de réputation, etc (Cardon, 2008, p. 100)

Nous verrons les spécificités des façons dont le partage des vidéos intervient à travers cette dynamique expressiviste où les participants font entendre leur voix par un partage de vidéos.

### 5.1.1 Ses Goûts

En employant le terme de goût, je ne rentre pas dans une analyse sur les capacités des participants à reconnaître la qualité ou la légitimité culturelle des vidéos en ligne. Je me concentre sur une autre définition du goût, renvoyant à la préférence ou à l'attrance pour quelque chose<sup>60</sup>. Les individus développent leurs préférences en contact avec la société et la culture qui les entourent. Les goûts ne sont ni développés dans des bulles hermétiques (nous

---

<sup>60</sup>Définition tirée de <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/goût/37667>



sommes influencés par nos origines, notre éducation...), ni divulgués n'importe comment. Même si « les goûts sont des marqueurs d'identité et sont renégociés en fonction des contextes d'interactions comme une activité, ou un style musical » (Gire, Pasquier, & Granjon, 2007, p. 163), il est difficile d'affirmer que le partage de vidéos seul sert à communiquer son identité. Je dirais plutôt que le partage de vidéos offre un aperçu de quelques éléments d'affichage identitaire (Boyd, 2009 ; Cardon, 2008).

Pour illustrer ce point, prenons Pascal qui d'ordinaire partage peu sur Facebook, mais qui a décidé de publier une vidéo du groupe Mogwai. Après en avoir parlé à ses amis, il trouve que « c'est tellement bon que... les autres, ils ont besoin de voir ça. » (1re entrevue). Il voulait que d'autres personnes aient connaissance de cette vidéo. Mais en faisant ce partage, il affiche son appartenance à une communauté d'amateur de musique rock<sup>61</sup>. Une étude a révélé que nous jugeons la personnalité, les valeurs, la classe sociale et l'origine ethnique d'une personne en fonction de ses préférences musicales (Rentfrow, McDonald, & Oldmeadow, 2009). Même si notre jugement n'est pas exact, il nous en reste une très forte impression. Rentfrow et. al. (2009) ajoutent qu'afficher sur les SRS ses groupes préférés peut être compris comme des déclarations publiques de qui nous sommes et comment nous aimerions être perçus, même si nous ne sommes pas toujours conscients de cela.

La présentation de nos goûts joue un rôle social dans la relation avec les individus. Avec *des échanges musicaux*, Martin et son ami nourrissent leurs passions communes pour la musique en partageant leurs découvertes de nouveaux groupes ou chansons. En termes de musique, Kevin a un ami qui lui envoie des vidéos clip pour lui faire découvrir des nouveautés.

---

<sup>61</sup>Ce qui se confirme, dans les entrevues, avec son appréciation pour le chanteur Thomas Fersen et son désintérêt pour la chanteuse pop Beyoncé.

Lorsqu'ils se rencontrent pour discuter, ils jouent les derniers morceaux qu'ils se sont recommandés.

En exprimant leurs goûts de façon générale, les participants affichent leur appartenance à une communauté, car la musique et tout autre contenu partagé font partie « des systèmes de signalisation, plus ou moins sophistiqués, qui ont pour but d'affirmer l'appartenance à une communauté » (Auray & Gensollen, 2007). Par exemple, si une personne ne partage que des vidéos de concert de métal, les autres membres du réseau sauront que celui-ci est un amateur de métal et qu'il pourrait donc éventuellement faire partie de cette communauté.

Nathalie sait que ses amis ne sont pas amateurs de publicité, elle les décrit comme des « hipster hippies » (1re entrevue), et ajoute « c'est moi la plus mainstream dans mes amis proches. » Mais, cela ne les empêche pas d'en faire une activité comme le montre la vignette *Les publicités : Du cinéma à Facebook*. Nathalie explique que ses amis l'accompagnent au cinéma pour voir la diffusion des publicités lauréates du Festival international des Lions de Cannes. Il subsiste toutefois une divergence entre Nathalie et ses amis :

Ils viennent avec moi parce que c'est un festival... attention, c'est un peu artsy. Donc là ils vont venir avec moi. Mais si je leur montre des pubs sur Internet, non. (2e entrevue)

Alors que Nathalie exprime son appréciation pour le design et l'originalité des publicités, ses amis expriment leurs goûts pour les lieux ou événements branchés, et ce qui leur permet de se tenir au courant des dernières tendances à la mode.

Cependant, tout le monde n'est pas confortable à partager ses goûts avec n'importe qui.

J'ai toujours eu un self-control bien développé. Ça n'enlève pas mes goûts bizarres. J'ai des amis pour nourrir ces goûts bizarres. Je n'ai pas besoin de partager à tous. (Stéphane, 3e entrevue)

Même s'il ne partage pas tous ses goûts, Stéphane prend le temps de partager les vidéos qui lui plaisent. En effet, malgré le bouton « j'aime » sur la majorité des SRS, les participants ont une préférence pour montrer ou partager les vidéos qui leur ont plu ou marqué. Exprimer

son intérêt pour un contenu se manifeste par un partage comme l'explique Stéphane lorsqu'il répond en entrevue à propos de l'écriture de commentaire sur YouTube :

Je ne sais même pas si j'ai déjà fait ça une fois. Peut-être une fois. Je ne pense pas. Je vais peut-être liker sur YouTube directement, dire que j'ai aimé, je ne pense pas l'avoir déjà fait. Je vais le partager c'est-ce que je vais faire. (Stéphane, 1<sup>re</sup> entrevue)

Il semble que les participants utilisent rarement le bouton « like » de YouTube, mais lorsque ceux-ci aiment vraiment une vidéo, ils la partagent. Partager une vidéo signifie alors que l'on y attache de l'importance, et peut servir à exprimer son sens moral.

### **5.1.2 Ses valeurs**

Les participants utilisent les vidéos pour se prononcer sur des sujets ou révéler leurs valeurs par rapport à des causes qui les tiennent à cœur. Ils veulent mettre quelque chose en avant en partageant des vidéos. Par exemple avec Ingrid et les vidéos d'exercice : « c'est vraiment dans le but de partager pour inciter les gens à bouger davantage » (2<sup>e</sup> entrevue). Ces vidéos auraient pu être aussi incluses dans la section précédente sur le goût, mais la motivation première pour Ingrid n'est pas d'exprimer son enthousiasme pour le sport. Elle veut que les gens, soient plus informés, et souhaite leur faire découvrir qu'il existe des moyens de faire du sport facilement chez soi.

Les valeurs représentent une force motrice qui façonne attitudes et comportements (Schwartz, 2011). Ainsi les valeurs influencent-elles de nombreuses actions dans la vie d'une personne, comme les choix de carrière, les finances et les orientations politiques. Les valeurs expriment au plus près l'identité d'une personne et réciproquement, une personne se présente aux autres par les valeurs qu'elle prône.

Outils de sensibilisation... beaucoup pour du transfert de lien vidéo, et là j'avais noté des thématiques. Mes thématiques les plus récentes c'est : la grève étudiante, l'environnement, les activités thématiques du jour de la terre. (Sandrine, 1<sup>re</sup> entrevue)

La grève étudiante a poussé les participants à s'exprimer sur les motifs de leur mobilisation, à s'indigner contre la violence policière, ou encore, à raisonner les gens avec des opinions plus extrêmes. Avec la vignette *Oui à la grève étudiante, non à la vidéo violente*, Sandrine affirme ses valeurs de justice sociale en faisant la critique détaillée d'une vidéo contre la hausse des frais de scolarité. Elle voulait encourager ses amis à partager sa vision. Elle souhaite aussi, par la même occasion, exprimer son opinion sur la mauvaise utilisation de la vidéo par la cause étudiante, et encourager des moyens de communication pacifiques et pertinents. Sandrine explique qu'elle ne reste pas silencieuse quand quelque chose la dérange :

Si quelque chose m'a outrée, je vais être du genre à transmettre ce qui m'a énervée. Quand je considère que quelque chose est grave. C'est toujours dans un contexte, évidemment, d'intérêt de l'autre. Si je sais d'avance que ce que j'ai à transmettre n'intéressera pas l'autre, je ne le ferai pas (Sandrine, 1<sup>re</sup> entrevue)

Il est intéressant de noter que même si elle est outrée, elle n'enverra pas de courriel si elle estime que cela n'intéressera pas l'autre. Sandrine connaît les intérêts de ses amis et peut les « cibler » selon la cause qu'ils ont en commun. On voit ici que, si l'expression est la considération première, elle est mêlée de considérations de comment le message sera reçu et du maintien de relations.

Quant à Aurélie, elle n'exprime pas ses valeurs sur les enjeux, mais sur le rôle démocratique des élections, et par extension, sur le fait de poser un geste démocratique tel que celui de voter. Avec *Inciter à voter*, Aurélie estime qu'il est plus facile de rejoindre les jeunes à travers les SRS, et elle a profité des vidéos créées à cette occasion. Toutefois, elle ne voulait pas assumer la responsabilité des choix d'une parti politique ou un autre :

Comme les vidéos d'information que je consommait dans le but de m'informer sur les différentes parties, ça je ne le partageais pas, parce que moi-même je ne suis pas certaine que j'endosse ce qui est dit. J'ai l'impression quand tu partages, tu endosses un peu l'opinion qui est dite. (Aurélie, 2<sup>e</sup> entrevue).

Cependant, la vidéo n'est pas toujours le meilleur moyen de faire valoir ses valeurs comme le montre la vignette *Violence policière*. La vidéo n'a pas permis à Aurélie de faire comprendre à son père que les médias traditionnels ne montraient pas tout ce qui s'est passé durant les manifestations et que certains policiers ont agressé les étudiants. Non seulement la vidéo n'a pas suffi à faire valoir la cause estudiantine aux yeux de son père, mais en plus ce dernier s'est braqué sur lui-même : « j'ai senti que (...) je n'allais pas vraiment le rejoindre de cette façon » (Aurélie, 2<sup>e</sup> entrevue).

J'aime mieux les débats de vive voix que dans Facebook. À un moment donné, écrire, je trouve que c'est comme ardu d'exprimer vraiment une opinion concrète dans Facebook. (Martin, 1<sup>re</sup> entrevue)

Même si les participants se rendent compte du potentiel des vidéos en ligne pour exprimer leurs opinions sur certains sujets, ils estiment qu'une conversation de vive voix reste préférable, ce qui n'empêche pas d'intervenir, si besoin est, à l'aide d'une vidéo comme le font Nathan avec le *Nutella* ou Sandrine avec *L'école de la montagne rouge*, que nous discuterons dans la section conversation.

Aurélie, Stéphane, Ingrid et Sandrine ont tous des convictions qu'ils défendent, mais de façon différente. Sandrine veut faire réfléchir, Aurélie veut augmenter le taux de participation aux élections, Ingrid veut faire bouger les gens pour être en meilleure forme physique.

### 5.1.3 Ses émotions et ses états d'âme

L'expression émotionnelle<sup>62</sup> fait référence à soi-même, ou à ses relations, et inclut le qui, le quoi et le pourquoi d'une telle expression (Harper & Hodges, 2006). Botha et Reyneke (2013)

---

<sup>62</sup> Walkerdine (2005) explique que les émotions ont été caractérisées par les Grecs par l'opposition à la pensée, et comme provenant de l'organisme. Ce dualisme est resté à travers la philosophie et la psychologie. Les émotions ont été associées au « mouvement, l'agitation, perturbation » dans le corps. Cette agitation implique la passion, l'art, la poésie, mais également l'agitation du corps social politique et sociale.

suggère que les émotions générées par certaines vidéos jouent un rôle concret quand celles-ci deviennent virales. Le but de cette thèse n'est pas de découvrir ce qui rend une vidéo virale, mais nous aborderons différentes sortes d'émotions, ainsi que plusieurs états d'âme. La distinction d'André (2009) sert également ici à établir la distinction entre les émotions éphémères et d'autres plus durables dans le temps, bien qu'il ne soit pas toujours évident de savoir quand l'une fini et l'autre commence. Les états d'âme durent au-delà des situations qui les ont déclenchés. Nous verrons comment ces échos du vécu sont partagés. Loin d'être une simple réaction à l'environnement, les états d'âme expriment notre sensibilité à des petits détails du quotidien. Les états d'âme sont difficiles à décrire, car ce sont des mélanges de pensées vagabondes, d'émotions discrètes (humeurs) et de sensations physiques (André, 2009). En d'autres termes, les états d'âme nous accompagnent tout au long de nos journées de façon discrète. C'est-à-dire que l'on devient joyeux ou mélancolique sans forcément s'en rendre compte. Mais, les états d'âme sont toujours accessibles avec des efforts d'introspection.

Un certain nombre de partages de vidéos provient du besoin de partager la sensation ressentie lors du visionnement d'une vidéo. Le contenu de la vidéo n'est pas l'expression du partage, mais bien celui de son ressenti. Dans *Viens voir les bébés chiens*, le colocataire se sent heureux de voir les chiots et il voudrait partager l'émotion ressentie plus que la vidéo en tant que telle. Même si Nathalie aime les chiots, elle considère ce genre de vidéo tellement vaine qu'elle résume son expérience ainsi : « il m'a montré cette vidéo. J'ai perdu une minute de ma vie » (2<sup>e</sup> entrevue). Elle comprend toutefois qu'il ait souhaité la lui montrer pour revivre le petit moment de bonheur procuré par ce visionnement de chiots « Je pense qu'il attendait la même réaction, un genre de ah ! » (3<sup>e</sup> entrevue). Nathalie ajoute :

C'est aussi une question de contexte, dans le sens je ne sais pas si je n'avais pas été là à ce moment-là, il aurait attendu que le soir, je rentre à la maison et qu'il me dise « j'ai vu une vidéo de bébé chien » et il me la montre. (2<sup>e</sup> entrevue)

Des vidéos au contenu léger peuvent faire vivre des étincelles de bonheur, mais l'émotion ressentie risque de repartir aussitôt qu'elle est venue, tout comme le désir de voir la réaction d'une autre personne devant la mignardise des chiots. En présence d'amis proches, les participants montrent une vidéo de façon spontanée, car il suffit d'interpeler la personne. Kevin et Pascal ont également été interpellés pour regarder des vidéos, mais il s'agissait de contenu rebutant. « Tu trouves ça tellement immonde que c'est drôle. Tu ne postes pas ça sur Facebook. Parce que la grand-mère se poserait des questions » (Pascal, 1<sup>re</sup> entrevue). En présence de sa grand-mère, Pascal choisirait ainsi de montrer d'autres vidéos.

Si les vidéos déclenchent des réactions viscérales, comme le dégoût ou l'attrait à ce qui est mignon, elles peuvent aussi servir à exprimer des émotions. En reprenant le fameux dicton « une image vaut mille mots », partager une vidéo peut être plus efficace que d'essayer de d'écrire ou d'expliquer quelque chose. La communication médiatisée par ordinateur a longtemps été considérée comme moins « riche », car les usagers n'avaient que des mots écrits pour s'exprimer (Daft & Lengel, 1984). Avec les développements technologiques, les internautes peuvent maintenant communiquer oralement et même se voir<sup>63</sup> grâce à la vidéoconférence, retrouvant les avantages d'une conversation en face à face, pourvu que la connexion Internet soit de bonne qualité. Toutefois, les courriels, messages instantanés et forums, sont toujours très utilisés. La communication écrite reste prédominante sur Internet et les SRS. Et elle est agrémentée par les émoticônes qui peuvent aider les gens à exprimer leurs émotions<sup>64</sup>. Facebook a complété la palette des expressions des petits visages jaunes avec des émotions qui ne sont généralement représentées, telles que la sympathie ou la gratitude. Facebook espère augmenter le trafic sur sa plateforme en suscitant plus de

---

<sup>63</sup>Et voir l'environnement de leur interlocuteur. J'ai fait plusieurs visites de mon appartement à Montréal grâce à mon ordinateur portable et Skype.

<sup>64</sup>Les émoticônes ont une portée limitée par rapport aux émotions dans la vie réelle communiquée à travers des expressions faciales et non verbales (Derks, Bos, & Grumbkow, 2007).

commentaires personnels des utilisateurs grâce à l'utilisation de petites images pour transmettre les sentiments, plutôt que des mots. Si un simple dessin peut mieux transmettre une émotion, alors une vidéo composée de milliers d'images, de paroles et/ou de musiques a encore un plus grand pouvoir évocateur.

Contrairement aux médias qui l'ont précédé, Internet permet des modes plus élaborés de partage et de communication des émotions (Benski & Fisher, 2014). Benski et Fisher (2014) estime que les émotions ne sont pas seulement essentielles au niveau individuel, mais qu'elles le sont aussi à la formation et au remaniement des structures sociales telles que les normes culturelles, les structures politiques et les processus économiques. Or, Internet offre des espaces pour des discours politiques et émotionnels. Dans cette recherche, nous verrons l'apport des vidéos dans les interactions au niveau individuel. Les participants utilisent des vidéos pour se faire comprendre. Une vidéo peut illustrer la façon dont on se sent exactement à un moment précis. *Day-O (The Banana Boat Song)*, Aurélie publie cette vidéo pour exprimer comment elle se sent après s'être réveillée avec cette chanson dans la tête. Elle voulait que ses amis soient aussi heureux qu'elle ce matin-là. Aurélie est une participante qui dit pratiquer l'introspection. Elle nous offre ainsi une vidéo pour illustrer cette créativité dans l'expression de soi le plus profonde.

Le partage d'une expérience vécu est alors représentée dans la vignette *Un courriel en Espagne*. Ici, la musique permet de se plonger dans la tête de Sandrine. Elle résume tout ce qu'elle a vécu par l'intermédiaire de cette vidéo. En ajoutant le lien de la chanson dans son courriel, cela permet à son ami de découvrir un artiste qui a une importance particulière pour Sandrine.

Même si j'écris en ce moment qui j'écoute tel artiste, si elle ne le connaît pas, ça ne veut rien dire pour elle. Mais de joindre le lien. Ah c'est un atout intéressant, je trouve parce que ça lui permet de découvrir quelque chose qui est important pour moi. Ça transmet bien mon émotion dans ce contexte-là. (Sandrine, 1<sup>re</sup> entrevue)



La musique ajoute une autre dimension au courriel. Sandrine ne se limite pas au langage écrit, elle exploite les ressources qu'offre la correspondance numérique. Elle enrichit son message afin de faire comprendre à l'autre ce qu'elle vit. Elle dit aimer compléter son information par une vidéo qui suscite une émotion. Sandrine parle de se mettre dans « le même bain » pour expliquer la façon dont elle essaye de faire vivre ses états d'âme à son ami. Ceci fait penser aux vidéos, et YouTube comme la pensine<sup>65</sup> qui permet de se plonger dans les souvenirs. La vidéo fait écho aux états d'âme de l'expéditeur, ceux-ci étant eux-mêmes « un phénomène psychique agrégateur : ils relient passé, présent et futur dans un sentiment de cohérence et de destinée. Ils sont comme le liquide d'un bain conducteur d'électricité : grâce à eux, tout s'embrase et tout s'éclaire » (André, 2009, p.21).

La différence entre les vignettes de Sandrine et Aurélie se situe au niveau de *la durée* de la représentation du vécu par la vidéo : *Day-o* est une l'émotion ressentie à un moment précis et court, tandis que l'autre résume plusieurs mois de vie.

#### **5.1.4 La connexion dans l'expression**

La pratique du partage est une interaction sociale, et elle commence par l'expression. Comme le rappelle Wittel (2011), le partage des choses immatérielles est social avant tout. Cela inclut des éléments intellectuels, comme des pensées, des connaissances, des informations, des idées et des concepts, ainsi que des éléments affectifs tels que des sentiments, des souvenirs, des expériences, le goût, et les émotions.

---

<sup>65</sup>Dans l'univers d'Harry Potter, la Pensine est un réceptacle permettant d'entreposer ses souvenirs et de les consulter ultérieurement. Les pensées sont une substance de couleur argentée, mouvante, à la fois liquide et gazeuse, contenues dans une bassine de pierre dont les bords sont ornés de runes. Pour consulter ce souvenir, il suffit de faire entrer son visage en contact avec la substance de la Pensine.

[http://fr.wikipedia.org/wiki/Objets\\_magiques\\_dans\\_l%27univers\\_de\\_Harry\\_Potter#Pensine](http://fr.wikipedia.org/wiki/Objets_magiques_dans_l%27univers_de_Harry_Potter#Pensine)

Nous avons vu à travers ces différentes formes d'expression que partager une vidéo est une forme d'ouverture aux autres et permet de se faire comprendre et faire comprendre aux autres ses vécus et ressentis. Les vignettes laissent entrevoir la vie des participants, ils sont inévitablement personnels, tout comme les vidéos partagées sont autant de petites anecdotes sur son expéditeur ou son destinataire. Aussi, les participants ont-ils très bien saisi le caractère public des propos et vidéos échangés sur les SRS. Dans la prochaine section, nous verrons plus en détail comment ils établissent des « bonnes pratiques » de partage et comment la vidéo rentre dans le maintien des relations sociales des participants.

## **5.2 Partager avec discernement**

L'objet de la thèse tourne autour du partage, mais cette section décrira en premier lieu les instances et raisons du « non partage ». Les participants ont élaboré longuement et s'expriment clairement sur les raisons qui les amènent à ne pas partager une vidéo. C'est qu'il est plus facile pour les participants de s'exprimer sur les comportements à éviter, et pourquoi, que sur ce qu'ils font en termes de partage. J'é mets l'hypothèse que définir ce que l'on ne veut pas partager et créer des règles de partage sont du domaine du concret, alors que la motivation à partager apparaît comme plus floue, vaste et inconsciente. Nous allons donc explorer les différents motifs pour écarter l'idée d'un partage, et résumer les codes de bonne conduite établis par les participants.

Tout d'abord, voyons ce qui a amené les participants à élaborer des règles de non partage. A travers leur expérience vécue, en particulier sur les SRS, les participants ont tiré des leçons d'éthique et de réciprocité. Les participants expliquent qu'ils sont constamment bombardés d'information, ou qu'ils ont vu des vidéos qu'ils auraient préféré ne pas voir. Ils prennent donc la décision de ne pas reproduire ce qu'ils ont vécu. Ceci se résume par le célèbre dicton de Confucius : « Ce qu'on ne désire pas pour soi, ne pas le faire à autrui ».

Le plus frappant à propos de l'aversion concernant le trop plein d'information est le vocabulaire des participants lorsqu'ils parlent de leurs raisons à ne pas partager. Ils

s'expriment avec vocabulaire très fort : polluer, ne pas insulter, épargner quelque chose à quelqu'un, fuir, subir, être une victime. Il y a quelque chose qui touche les gens viscéralement. On ne retrouve pas cette intensité dans leur propos ailleurs dans les entrevues. Et si les SRS ressortent si prédominants durant les entrevues à propos des « bonnes pratiques », c'est non seulement parce qu'ils constituent le moyen de partage le plus souvent mentionné et discuté lors des entrevues, mais surtout parce que les participants ont montré leur aversion pour le « *friends feed* » comme pollution sociale et incitation au voyeurisme (Stenger & Coutant, 2010). Les participants ne sont pas friands de ce genre de contenu qu'ils définissent ainsi : « polluer, c'est vraiment diffuser dans l'univers des cochonneries. Comme "j'ai mangé du spaghetti pour souper et il n'était pas bon" » (Pascal, 3e entrevue).

Il fut un temps où Internet était considéré comme un monde à part permettant l'évasion. Surfer sur le web était un exode de l'existence matérielle vers un environnement immersif. Mais le banal est rentré dans le web avec tout ce que cela représente de mondain, d'ordinaire et d'ennuyeux (Wilson, 2004). Avec le web social, le banal devient encore plus omniprésent. Toutefois, à travers les entrevues, cette facilité de publication ne se traduit pas en un excès de partage vidéo. Les participants sont sensibles au fait que cela peut rapidement devenir une nuisance pour les autres comme l'explique Kevin :

Les vidéos drôles, les gens qui veulent les voir, ils vont sur les sites comme moi je vais sur 9gag. Ils vont en pouvoir trouver plein. À moins que la vidéo soit vraiment exceptionnelle, je vais épargner ça à mes amis Facebook.  
(Kevin, 1re entrevue)

Dans la citation, Kevin parle d'épargner à ses amis de voir des vidéos qui ne seraient pas vraiment intéressantes. Selon le dictionnaire Larousse<sup>66</sup>, épargner signifie « ne pas nuire ou faire du mal à quelqu'un (...) Ménager la sensibilité de quelqu'un, lui éviter une souffrance morale ». Si les participants sont si sensibles au fait de ne pas « faire subir » la même chose

---

<sup>66</sup><http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/%C3%A9pargner/30244>

aux autres, cela est peut-être dû à ce flot d'informations qui coule perpétuellement sur le fil des nouvelles des SRS. Ce flot d'informations à une double contrainte : « D'une part elle expose de façon automatisée la vie en ligne de chacun et d'autre part, elle constitue une surcharge sociale dans la vie en ligne de chacun » (Stenger & Coutant, 2010, p. 12).

Les participants souffrent de voir trop de publications, messages, et vidéos « non pertinents », c'est-à-dire qui ne les intéressent pas du tout :

Il y a beaucoup de gens qui polluent vraiment. Il y a beaucoup de gens qui partagent leurs photos Instagram, mais de tous leurs repas. On s'en fout. Des gens qui partagent leurs check-in de Foursquare. Je m'en fous que tu sois à un arrêt Bixi. Franchement, je m'en fous complètement. Surtout ça pollue complètement le fil. Sur Facebook, ce sont tes amis, tu peux vouloir... Mais sur Twitter, c'est plus professionnel. Il y a beaucoup de gens qui polluent, ce qui est dommage, des gens que j'aime beaucoup suivre, mais qui font les 2, pollue et qui met des affaires intéressantes. (Frédéric, 2e entrevue)

Frédéric ne veut pas savoir ce que tous ses amis font à chaque instant de la journée, ce qui fait écho à ce qu'a mentionné Pascal plus tôt à propos des spaghettis comme allégorie du partage inutile. Il en va de même pour d'autres participants comme Aurélie qui dit « tu vois le spaghetti du gars que tu as été en 2 e année du primaire, mais tu t'en fous. » (2<sup>e</sup> entrevue).

Dans sa cartographie du Web 2.0, Cardon (2008) explique comment Facebook est basé sur le modèle de clair-obscur. Sur les plateformes relationnelles, les usagers dévoilent des informations personnelles sur la prémisse qu'ils contrôlent l'accès aux données (Cardon, 2008). Le Web Clair-obscur laisse filtrer des informations, et la vie privée des autres coule de partout. Les informations de la vie quotidienne des autres s'échappent comme un liquide trouvant une fissure. Sans le vouloir, les internautes deviennent voyeurs. Il suffit pour cela d'avoir des amis très généreux dans le détail de leur vie privée.

Malgré le peu d'intérêt avoué pour la vie des autres, les participants n'ont pas décrit de stratégies qui permettent d'éviter complètement ce type de nouvelle sur leur fil de nouvelles.

Certains participants colmatent les trous pour éviter de recevoir ces contenus indésirables<sup>67</sup> avec des stratégies qui fonctionnent plus ou moins bien :

... des statuts genre « mon bébé a bougé » « mon bébé a encore bougé » « mon bébé a encore, encore bougé ». À un moment donné, j'ouvre ma page et j'ai juste ça. À ce moment-là, ça m'énerve et je l'enlève. En tout cas, j'essaye de l'enlever (Kevin, 2e entrevue)

Comme le montre la citation de Kevin ci-dessus, il n'est pas toujours facile de mettre les autres dans la pénombre. Cependant, comme l'explique Kevin, même en supprimant les personnes et publications indésirables de son fils de nouvelles, celles-ci reviennent tout de même, alors qu'il ne commente ni ne visite leurs pages.

Aurélie souhaite en faire de même avec Twitter :

Je suis Twitter quand il y a des télé-réalités. (...) Je n'ai pas trouvé [comment] bloquer ces hashtag. Ce serait parfait pour ce genre d'émission. Ou si tu veux l'écouter le lendemain, tu ne veux pas savoir tout ce qui ça se passer. Je suis carrément Twitter dans ces occasions-là. (Aurélie, 2<sup>e</sup> entrevue)

Malgré une activité intensive sur les réseaux sociaux, Frédéric montre le même comportement qu'un non usager (ou non-adoptant). Selon Bobkowski et Smith (2013), les non-adoptants n'ont pas les liens sociaux qui les motiveraient à utiliser les médias sociaux. Ils auraient donc moins besoin de surveiller l'activité de leurs amis en ligne, mais aussi moins besoin de s'affirmer en ligne que les utilisateurs de SRS. En réalité, ce n'est pas que Frédéric n'a pas d'amis sur les SRS, mais c'est qu'il préfère rencontrer ceux qui comptent vraiment. Il préfère utiliser les SRS comme source d'information ou de nouveauté potentiellement utile

---

<sup>67</sup>Il s'agit du contraire de la notion de surveillance et voyeur, ici les participants développent des stratégies afin de ne pas voir la vie des autres. Ses stratégies font échos à la remarque de boyd qui explique que les gens développent des stratégies pour gérer les réalités dans lesquelles ils sont observés. La surveillance affecte le comportement des gens, les rendant très créatifs pour trouver des façons de gérer cette surveillance et protéger leur vie privée (boyd, 2011).

pour son travail. Il est déçu par les gens qui font n'importe quoi, tout comme Kevin : « J'ai juste tellement été *spamé* souvent avec Facebook que... J'ai l'impression que les gens mettent n'importe quoi ». (Kevin, 2<sup>e</sup> entrevue). Ce qui semble être un comportement ou un choix individuel, est en fait motivé socialement, d'autant plus que des nouvelles formes d'utilisation des SRS émergent.

Devant ce problème récurrent, les SRS se sont mis à offrir des outils aux gens pour gérer ces inconvénients. Facebook demande les raisons pour « je ne veux plus voir ça » (voir figure 4), et propose des solutions comme supprimer la personne de sa liste d'ami ou de lui écrire un message privé afin qu'elle arrête de publier ce genre de contenu.

Cette publication n'apparaît plus sur votre fil d'actualité. Annuler

Pourquoi ne souhaitez-vous pas voir ce contenu ?

- C'est agaçant ou sans intérêt
- Je pense que ce contenu ne devrait pas apparaître sur Facebook
- Il s'agit de contenu indésirable

Figure 4 : Demande de rétroaction sur Facebook (capture d'écran 10 février 2014)

Ce questionnaire est conçu comme une gradation de moins grave à plus grave. Cependant cette gradation n'est pas très claire. Même si les plateformes commencent à offrir un moyen de rendre « invisible » certains contenus. Selon les entrevues, les participants classeraient un même contenu à différents niveaux.

Un dernier point mérite d'être souligné : même si les participants s'adonnent moins au suivi de la vie privée des autres, ils démontrent une certaine ambivalence et hésitent à juger trop sévèrement les personnes, si pas le contenu. Ils essaient d'être compréhensifs envers ceux qui partagent beaucoup leur vie privée sur les SRS, en leur attribuant un besoin qu'eux n'éprouvent pas :

Je n'aime pas ça lire ces affaires-là, je ne le fais pas. Mais, que des gens se sentent l'envie de faire leur connexion avec le monde. Ils ne sortent plus parce qu'ils ont des enfants, et

là ils vont sur Facebook et ils parlent de leurs journées et ça leur fait du bien. Tant mieux. Et il y a du monde qui comment dessus, ça veut dire que ça intéresse des gens. C'est 2 clans, mais des types de personnes. Dans la vie, il y a toute sorte de monde. C'est pareil. C'était juste pour dire que moi ça me tape sur les nerfs. Mais, je ne méprise pas le fait que les gens le fassent. (Pascal, 3e entrevue)

Ainsi l'expérience des utilisateurs des SRS inclut-elle la gestion de leur propre visibilité, mais celle des autres également. Cardon (2012) souligne que si des internautes introduisent des éléments de leur vie privée, ou des énoncés familiers, ils le font de façon distanciée : « L'exposition de soi sur les réseaux sociaux intègre des éléments de mise en scène qui contribuent à la fois à farder la réalité et à installer un rapport réflexif à soi » (p.43). Sauf que cette distance ne se fait pas toujours, et les participants sont confrontés à une réalité trop proche et parfois trop crue. Les participants se plaignent de ce manque d'énonciation distancié qui pourrait rendre les conversations numériques plus agréables, ou du moins, le fils de nouvelle plus agréable à consulter. Avec l'espace des conversations ordinaires et l'espace public qui s'emboîtent dans des interfaces communes, la vie privée des autres devient trop visible.

### **5.2.1 Pourquoi, quoi et quand ne pas partager**

Afin d'éviter de faire trop de publication dite « inutile », les participants appliquent des règles de bonne conduite. Même s'ils ne se connaissent pas, tous les participants ont plus ou moins les mêmes règles internes concernant l'étiquette de partage des vidéos. La majorité d'entre elles sont l'extension de règles applicables à la vie de tous les jours. Cela leur semble tellement évident qu'ils n'abordent pas l'étiquette de bonne conduite de façon explicite, mais des références à ce sujet abondent dans les entretiens. Nous verrons donc quelques règles de base sur quand et quoi ne pas partager.

Il y a des règles très distinctes pour les vidéos partagées publiquement et les autres partagées de façon privée. Entre amis, il y a plus de possibilités, si le contexte s'y prête. Par exemple, pour *Cousine et les vidéos TED*, Pascal explique que le réveillon de Noël est destiné à être

passé en famille et que ce n'est pas le contexte approprié pour montrer de longues vidéos de conférence.

Montrer ou partager une vidéo dépend des personnes qui verront la vidéo, mais surtout du contexte. De façon consciente ou inconsciente, les participants se posent différentes questions avant de choisir de partager une vidéo : est-ce socialement acceptable ? Est-ce le bon moment ? Est-ce que la personne sera choquée ou déçue ? Est-ce que ce type de contenu l'intéresse ? Bien que l'on puisse croire que c'est la recherche de visibilité qui motive le plus les internautes à partager, il ressort des entrevues davantage un souci de ne pas partager des contenus que de les partager. Tous les internautes n'ont pas le même degré de ce qu'ils considèrent partageable ou non, mais une chose est sûre : lorsque le partage n'est pas public, la décision est plus facile à prendre :

C'est pour ça que tu penses un petit peu plus si tu veux mettre la vidéo sur le mur ou pas. Tu vas plus réfléchir. Tandis que si c'est un message privé, tu t'en fiche. (Nathalie, 1<sup>re</sup> entrevue)

Nathalie ne se sent pas à l'aise face à l'idée de ne pas connaître son public réel. La question n'est pas de ne pas savoir à qui s'adresser, mais de ne pas savoir qui va voir son partage. Connaître son audience potentielle fait partie des soucis de l'anticipation des réactions des autres. Le type de partage que les internautes choisissent dépend du public qu'ils s'imaginent avoir à propos de la vidéo en question :

Si j'avais que 15 amis sur Facebook, j'aurais peut-être moins justement cette gêne, ce malaise par rapport à mettre de quoi en ligne, puisque je me dirais ces 15 personnes, je sais à qui je m'adresse. (Nathalie, 3<sup>e</sup> entrevue)

Face aux différents moyens de partage de vidéo, les participants choisissent très consciencieusement le canal de diffusion selon le contenu de la vidéo et son ou ses destinataires. Tong et Walther (2011) définissent cela comme de la communication personnelle de masse. Dans la communication personnelle de masse, les internautes sont face à deux problèmes : savoir quand et comment sélectionner le « bon » canal pour la



communication du « bon » message. La dynamique des nouvelles technologies permet la transmission de messages interpersonnels *via* des canaux à large diffusion (comme un Tweet, ou une mise à jour de statut sur Facebook), mais elles sont destinées à quelques personnes en particulier (Tong & Walther, 2011). Dans une prochaine section concernant les conversations, nous verrons que les participants font très attention à ce qu'ils écrivent en commentaire, car cela leur est déjà arrivé de se faire mal comprendre. Face à des personnes que les participants connaissent moins bien, et le risque accrue des contenus pris hors de leur contexte, les participants font preuve d'une attention particulière à ce qu'ils partagent en ligne. La plupart des règles implicites qui suivent sont liées aux partages qui sortent du cercle intime.

### **5.2.2 Les vidéos de mauvais goût : être gêné de gêner les autres**

Nathalie explique que lors d'une soirée entre amis, après avoir mangé, ceux-ci ont montré les vidéos d'extrême cuisine (*epic meal*). Ils s'installent à plusieurs autour d'un petit ordinateur, regardent des vidéos YouTube et trouvent ça drôle. Pascal a déjà regardé des vidéos « tellement dégoûtantes que c'est drôle ». Mais c'est uniquement divertissant entre amis, et non sur Facebook, car il faut éviter de choquer tout le monde et préserver son image. La vignette *Des pleurs sous la pluie* sert d'exception à cette règle. Les clips vidéo kitsch ou québécoises<sup>68</sup> sont de mauvais goût, mais offrent une interprétation humoristique. C'est un mauvais goût acceptable sur lequel il est possible d'en rire. Aussi savent-ils que s'ils trouvent une vidéo amusante cela ne sera pas forcément du goût des autres.

Le mauvais goût révèle les valeurs d'une personne, et partager certains contenus donnerait la possibilité aux autres de nous juger. Mais, les participants ne veulent pas partager de vidéos, pas seulement parce qu'ils ne veulent pas se faire juger et que l'on croit qu'ils ont mauvais

---

<sup>68</sup>Qui a été conçu dans le but d'être beau, mais qui est ridicule par son manque de raffinement.

goût. Les raisons derrière cette réserve sont plus délicates, car elles agissent à une échelle sociale et personnelle. Les participants sont unanimes sur le type de vidéo qu'il faut éviter de partager en public, ce qu'illustre Kevin ci-dessous :

Des choses de mauvais goût. J'ai quelqu'un qui m'a montré un vidéo – ça m'écœure encore d'y penser– d'un chaton qui se fait écraser par une fille avec des talons aiguilles. C'est vraiment dégoûtant. Voilà le genre de contenu de mauvais goût que je ne partagerais pas. (Kevin, 1<sup>re</sup> entrevue)

En parlant de la vidéo du chaton écrasé, Kevin se décrit quasiment comme étant victime de la personne qui lui a montré cette vidéo dégoûtante il y'a près de huit ans auparavant. Kevin dessine la limite de ce qui est acceptable à partager en se basant entre autre sur cette expérience traumatisante et sur la bienséance ou l'étiquette sociale. Il est rare ainsi de voir des contenus pornographiques sur Facebook, tout comme il est rare d'en voir dans la rue. Mais, avec un public plus restreint, comme celui d'amis, il est plus facile de montrer des vidéos :

Je pense que quand tu montres quelque chose, c'est parce que tu espères que la personne va aimer. Si par exemple, si tu as une réaction de dégoût, tu t'attends à ce que la personne soit outrée également. (Nathalie, 3<sup>e</sup> entrevue)

Ce besoin de faire vivre une même réaction par une vidéo peut expliquer pourquoi Kevin fut victime du chaton écrasé. À cet égard, *Barbie et manga girl : une vidéo à regarder en cachette*, constitue une excellente illustration de vidéo de mauvais goût regardé uniquement en petit comité. Aurélie décrit en détail pourquoi elle n'a pas voulu partager la vidéo malgré sa fascination :

C'est horrible. (...) Je ne l'ai pas partagé parce que j'avais plus l'impression que c'était de la curiosité malsaine. J'étais curieuse de voir, mais c'était tellement dérangeant à regarder. Je me suis dit, je ne la partagerai pas parce que c'est juste trop dérangeant. En même temps c'est un peu futile, je ne voulais pas que les gens pensent que je m'intéresse à ce genre de chose, ce n'étant pas tant de l'intérêt que de la curiosité. (Aurélie, 3<sup>e</sup> entrevue)

La vidéo en question était sur le fil de nouvelle Facebook de son amie. « Il y a quelqu'un ça ne le dérangeait pas de la mettre » (1re entrevue). On voit que tous les internautes n'ont pas le même degré de limite à ne pas franchir concernant le partage de vidéo.

Stéphane a deux amis qui ont le même sens de l'humour. Pendant longtemps ils partageaient des contenus humoristiques par message privé, mais ces amis lui ont demandé de les mettre directement sur leurs murs Facebook. Ces vidéos, semble-t-il, n'apparaissaient pas de si mauvais goût, et les autres amis de Stéphane<sup>69</sup> ont pu commenter ses publications.

Au lieu de répondre ou commenter sur une vidéo de mauvais goût, les participants tentent normalement de brimer la diffusion de la vidéo afin de moins polluer les fils de nouvelles des autres. Être outré tout seul, individuellement, est une sorte de réponse aux vidéos de mauvais goût. Nathalie préfère ne pas partager quelque chose de mauvais, même si ce serait pour la dénoncer. De cette manière, Nathalie cherche à couper le flux de ces vidéos et ne pas participer à leur diffusion.

*Si je suis insultée, je veux être insultée toute seule. Je ne veux pas partager, si la vidéo m'insulte, je ne veux pas aller m'assurer qu'il y a d'autres personnes qui vont la regarder. Ça m'énerve les gens qui font ça (Nathalie, 1re entrevue).*

### **5.2.3 Les vidéos qui n'intéressent personne**

*Je pense que le problème c'est quand tu partages un vidéo que tu aimes vraiment, mais qui a aucun intérêt pour personne d'autre que toi, tu tombes dans le spam. Comme les photos de grossesse. Des choses comme ça qui apparaissent tout le temps. (Kevin, 1re entrevue)*

Les utilisateurs des SRS construisent une représentation de leur audience en fonction de leur liste d'amis (Stenger & Coutant, 2010). Mais les participants ont mentionné que très peu de personnes sur les SRS s'avèrent être des membres de l'audience privilégiée à qui ils veulent

---

<sup>69</sup> Stéphane trouve trop long et compliqué d'envoyer une même vidéo deux fois sur deux murs différents, il n'en partage alors qu'une seule sur un seul mur, sur lequel le deuxième ami ira la visionner. Les trois se sont mis d'accord sur la meilleure façon de partager les vidéos entre eux.

s'adresser. Nathan était le seul participant à avoir des listes bien distinctes dans Facebook établissant les différents degrés de rapprochement parmi ses contacts (ami, collègue de travail, ancien camarade de classe...).

il y a des choses qui sont complètement anodines et... un statut, pas d'humeur, mais un peu, c'est plus pour mes 10, 15 amis proches que pour mes 600 amis, ils n'ont rien à foutre de comment je me sens. C'est normal et c'est correct. (Aurélie, 2e entrevue)

Aurélie sait pertinemment que ce ne sont pas tous ses amis Facebook qui voudront être au courant de ses nouvelles. Il est possible que certains d'entre eux soient comme Kevin, et qu'ils soient agacés de voir ce genre de contenu dans le fil de nouvelles.

Comment les participants décident-ils de partager une vidéo ? D'abord, il faut que la vidéo soit spéciale : « j'essaie de poster idéalement ce qui est susceptible d'intéresser les autres personnes, parce que moi je la [vidéo] trouve très intéressant » (Kevin, 1re entrevue). Ainsi, très peu des vidéos regardées sur YouTube sont-elles partagées par la suite.

Si j'avais à faire un portrait global des vidéos que je regarde dans YouTube, il y a peut-être 10 % qui sont liées à du partage, soit que je les ai attrapées de quelqu'un d'autre ou je l'ai envoyé à quelqu'un d'autre. Mais il y a peut-être 90 % que c'est vraiment une activité individuelle. L'autre part du temps, je pense que regardent les vidéos seul devant mon ordinateur dans ma chambre. (2e entrevue Martin)

Par exemple, Kevin ne partage pas les vidéos didactiques pour *apprendre HTML*, car il se doute que personne d'autre ne serait intéressé par ce type d'instruction. Aurélie ne mettrait pas sur Facebook une scène qui l'a touchée provenant d'une émission si elle sait qu'elle sera la seule à la regarder, et que ça ne « parle » à personne. De la même manière, Aurélie prévient l'ennui possible de ses abonnés Twitter en signalant quand elle parle de contenus relatant à la petite enfance :

« J'écris #tweetmaternité quand j'en parle, juste pour dire que je suis consciente que je vous écœure. » (Aurélie, 1re entrevue)

Les propos des participants rejoignent ceux des répondants de Dumitrica (2013). Ces derniers ne considèrent effectivement pas les détails banals et sans intérêt de leurs vies personnelles comme des « vraies » contributions, alors que leurs contributions professionnelles ont été considérées comme venant « enrichir » l'information en ligne.

#### **5.2.4 Éviter les fausses informations**

Les participants vérifient la qualité informationnelle des vidéos et des liens qu'ils partagent. Ils évitent de dire n'importe quoi, et de propager de fausses idées. Frédéric par exemple, a pris la décision de bien regarder toutes les vidéos en entier et de prendre le temps de peser si oui ou non il y a nécessité à partager. Il a été exaspéré, par exemple, par les nombreux partages de *Kony 2012*, une vidéo de 29 minutes qui fut très critiquée pour plusieurs raisons : simplification de la situation dans la région, exagération de la menace posée par un seigneur de la guerre qui a été chassé de l'Ouganda, et déguisement d'une intervention militaire en action humanitaire. Ainsi, il estime qu'il ne faut pas « tout recracher tout le temps » (1<sup>re</sup> entrevue). En suggérant qu'il y a des implications sur le temps, et la quantité de choses qu'on peut poster, Frédéric démontre un souci de pertinence dans le choix des vidéos qu'ils postent sur les SRS.

Pascal aussi se dit frustré de voir de fausses idées propagées sur les SRS. Pendant la grève, il a vu des informations inexacts circuler sur la différence des impôts payés au Québec et dans le reste du Canada. Il est intervenu en écrivant un commentaire pour mettre en garde les internautes vis-à-vis des statistiques et inviter les gens à être plus critiques. Il est d'autant plus choqué que les gens écrivent n'importe quoi, car lui-même essaye de vérifier et nuancer ces propos.

Un autre exemple provenant de la période de la grève est celui d'Aurélien qui voulait contrebalancer ce qui se disait dans les médias traditionnels avec des vidéos amateurs des participants aux manifestations.

### 5.2.5 Rappel des codes de bonne conduite

Les individus ont tendance à montrer de la considération pour les autres lorsqu'ils postent en public (Höflich, 2006). Les participants considèrent Facebook comme un espace public dans lequel il faut considérer le bien-être des autres. Premièrement, cela indique que les participants évaluent et connaissent les goûts de leurs amis, car on ne peut pas envoyer une vidéo de ce type-là à une personne qui risque de se vexer d'avoir reçu un contenu offensant.

Les messageries privées sont un moyen privilégié pour partager avec discernement des vidéos à caractère personnel ou douteux. Comme l'on fait remarquer les participants, tous les membres du SRS qui ne sont pas intéressés par ce genre de contenu peuvent être épargnés par ce type de partage. En évitant l'espace public des SRS, l'expéditeur et le receveur ne verront pas leur image remise en doute par une vidéo de mauvais goût.

Les participants prennent également des précautions concernant des contenus trop privés dans lesquels d'autres personnes peuvent être le sujet de la vidéo. Aurélie possède en ce sens un groupe privé pour y partager des nouvelles de son fils. D'une part cela protège le reste de ses amis Facebook d'être inondé de photos et de vidéo de bébé, mais cela protège aussi la vie privée de son fils. Mais faire attention à la vie privée des autres permet surtout de conserver la confiance de ses amis. Les gens se sentiraient trahis si Nathan publiait de façon publique les vidéos de soirées ou ses amis sont en état d'ébriété. Nathan et ses amis sont contents de revoir les vidéos de leurs soirées, mais même si elles sont archivées sur YouTube, ces vidéos sont strictement privées.

Néanmoins, les participants dérogent aux règles à l'occasion. Par exemple l'étiquette du bon usage qui consiste à ne pas envoyer des vidéos non pertinentes n'est pas strictement appliquée lorsque les participants sont entre amis. Dans *L'horrible lipdub : Tellement mauvais qu'il faut le partager*, Nathalie n'applique pas cette règle qui est de ne pas « spammer » les gens. L'envie de le montrer à quelqu'un s'avère plus fort. Mais contrairement à son colocataire, elle sait que son amie déteste encore plus ce genre de vidéo. Elles se rejoignent dans leur

dégoût mutuel pour le même type de contenus, qu'elles regardent afin de pouvoir s'en moquer ensemble.

Par toutes ces stratégies et ces règles, les participants vont à l'encontre de l'effet performatif par que permet le design des interfaces (Cardon, 2008). Il est moins question « d'habiller ses identités » sur les SRS, que de « s'habiller » (dans le sens de se couvrir) et bien se tenir en public. Pour résumer, les participants souhaitent préserver leur image de soi, en évitant de poster des contenus considérés comme ridicules. Partager une vidéo peut également servir au maintien des relations sociales. Dans la prochaine section, nous verrons comment les participants interagissent avec leurs amis proches, la famille, et d'anciens camarades de classe.

### **5.3 Maintien des relations**

Dans cette section, nous verrons comment les vidéos sont partagées pour renforcer des liens, garder le contact et montrer son attention envers les autres. Les vidéos en ligne peuvent servir de différentes manières au maintien des relations<sup>70</sup>. Étudier la façon dont les gens communiquent en ligne et hors ligne dans les relations sociales proche (c'est-à-dire famille et amis), permet de comprendre comment ils préservent l'existence d'une relation (Shklovski, Kiesler, & Kraut, 2006). Nous verrons dans notre cas des exemples de maintien de relations familiales et amicales.

L'établissement et le maintien des relations se fait entre autres par une communication phatique (Malinowski, 1994). Cela renvoie, dans la vie quotidienne, à de nombreux gestes

---

<sup>70</sup>Les types de relations interpersonnelles sont définis en termes de contextes de l'interaction et les types d'attentes que les individus ont les uns des autres. Les relations peuvent être fugaces ou durables. Elles sont regroupées en quatre grands groupes : les relations d'amitié, familiales, romantiques et professionnelles. D'autres catégories comme le mariage, les connaissances et la confrérie sont également d'autres types de relation interpersonnelle. Tiré de <http://psychology20.wikispaces.com/02.+Interpersonal+Relationships>

communicationnels ne servant pas à « informer », comme parler de la pluie et du beau temps avec sa voisine. Ces conversations phatiques (bavardage, potins...) constituent un type de discours dans lequel des liens sont créés par un simple échange de mots. Mais il y a quelque chose de spécifique avec les environnements en ligne qui crée de nouvelles sortes de fonctions phatiques. Radovanovic et Ragnedda (2012) ont identifié quatre fonctions principales des messages phatiques en ligne : signaler ce qu'on a entendu ; engager la conversation ; faire office de langage secret ; construire une présence sociale. Dans les entrevues, on retrouve amplement des vignettes illustrant le partage de vidéo en ligne comme moyen de communication phatique. Voyons plus en détail comment les participants utilisent les vidéos en ligne dans ces différentes fonctions.

En premier lieu, la vidéo peut être un moyen de signaler l'approbation ou la désapprobation, comme un hochement de tête. Cela permet de signaler que l'on suit ce qui a été dit ou partagé. Frédéric a trouvé un moyen original pour signaler sa désapprobation de façon humoristique avec une *vidéo sous le coude* :

À chaque fois que je vois des gens qui postent des photos qui sont clairement hors focus, je vais leur mettre la scène YouTube du *Deconstructing Harry out of focus*, comme commentaire du poste. Ça fait rigoler la plupart du temps. (1re entrevue)

Avec la vidéo sur le *Nutella*, Nathan montre sa désapprobation de la qualité nutritionnelle du petit déjeuner de sa colocataire.

La deuxième fonction est un moyen d'engager la conversation avec des informations triviales ou sur la vie quotidienne. Elle peut être considérée comme un geste un peu plus fort que la simple expression d'émotion abordé dans la première section de ce chapitre. Exprimer ses humeurs peut être vu comme une invitation à la conversation. De plus, comme nous l'avons vu précédemment, les participants évitent de partager trop de vidéos inutiles. Mais parfois cela leur arrive, comme explique Aurélie avec *Des pleurs sous la pluie* :

J'avais dit quelque chose à propos de pleuvoir beaucoup. Mon ami m'a publié une vidéo québécoise pas rapport, je pense Mario



Pelchat, des pleurs dans la pluie. Son vidéo-clip, après ça moi j'ai renchéri avec un autre vidéoclip québécois des années 80, on faisait juste se répondre à coup de vidéo-clip québécois. (1<sup>re</sup> entrevue)

La troisième fonction des messages phatiques est celle du langage secret. Ceci est principalement utilisé par les adolescents et les jeunes adultes pour s'exprimer tout en conservant leur intimité, rappelant la technique de « stéganographie sociale » (boyd, 2011). La vignette de *running gag avec sa sœur* de Frédéric peut rentrer dans cette catégorie. Chaque semaine lui ou sa sœur publie la vidéo sur le mur Facebook de l'autre. C'est leur petit message codé entre eux. Ils entretiennent le lien entre frère et sœur en signalant qu'ils ont pensé à l'autre avec une petite vidéo. La culture populaire, de plus en plus présente dans la vie quotidienne, se transforme en un vocabulaire utilisé par les créateurs de vidéo (Aufderheide & Jaszi, 2008). Tous ces clips de films, remix, commentaires et autres vidéos font ainsi partie du vocabulaire des internautes. Dans la vignette *Watatatow et Star Trek* Martin fait passer un message à son ami avec une vidéo *Watatatow*, et son ami lui répond avec une vidéo *Star Trek*. Ils arrivent à se comprendre mutuellement sans explication accompagnant les vidéos échangées. Il s'agit bien d'un langage secret qu'ils partagent ensemble.

La dernière fonction phatique identifiée par Radovanovic et Ragnedda (2012) est la construction d'une présence sociale. Ce sont des messages qui indiquent qu'on est encore « là », et qui permettent d'afficher une certaine intimité relationnelle. Pour Aurélie, partager une vidéo sur Facebook est une manière de faire un petit coucou en passant :

Des amis, on ne les voit pas tout le temps, nos amis. (...) je passe t'en dire bonne journée. Ça fait comme... « J'ai eu une pensée pour toi, je prends la peine ». En le mettant public, je sais que j'ai beaucoup d'autres amis qui vont le voir le lien, qui vont cliquer dessus, qui vont aussi trouver ça drôle. Qui vont sûrement commenter aussi, des amis communs. Ça part bien la semaine. Ça part bien la journée. (1<sup>re</sup> entrevue)

Même si tout le monde est censé voir son partage, ce seront surtout les personnes qui échangent avec elle le plus souvent qui le verront s'afficher dans leur fils de nouvelle respective, car c'est en ce sens qu'a été pensé l'algorithme qui régit Facebook. Ainsi, en plus

de communiquer avec le ou les amis visés (s), son partage sert à construire une présence sociale auprès des personnes spécifiques.

Une vidéo partagée toute seule a des limites. Il faut noter que les vidéos ne sont pas toujours des messages phatiques pertinents puisqu'elles peuvent être aussi mal interprétées. La vidéo peut donc aider à une communication phatique, mais seulement dans certaines circonstances. Si la relation est déjà bien établie, une petite vidéo peut suffire comme l'illustre l'exemple du *running gag*. Frédéric peut se permettre d'envoyer une vidéo à l'improviste à sa sœur, car ils ont déjà une relation bien établie. Et une vidéo envoyée au dépourvu sert à garder ce lien de manière facile. Dans le cas d'un envoi à une personne plus distante, la vidéo sera davantage utilisée comme un complément, car un échange d'informations plus importantes sera priorisé. Comme les informations importantes sont échangées de façon régulière avec les amis et la famille proche, les vidéos peuvent devenir des messages phatiques rapides et faciles à partager.

La vidéo peut aussi servir à pallier la distance car elle offre une modalité visuelle qui est manquante entre les personnes qui ne peuvent pas se rencontrer physiquement. Depuis longtemps, la CMC permet de rester proche de ses amis après avoir déménagé trop loin pour se rencontrer physiquement. Wellman *et al.* (2002) ont remarqué que les internautes mettent à profit le courriel afin d'entretenir des relations de longue distance, et non comme un substitut d'interactions hors ligne avec ceux vivant à proximité.

Aurélie utilise un groupe privé pour diffuser les dernières prouesses de son fils.

Je partage aussi des vidéos de mon fils, mais juste dans un group Facebook fermé, à ma famille, mes amis proches. Il mange ces premières céréales. Ce n'est pas très pertinent, mais les grands-parents adorent ça. Les grands-parents qui habitent à une heure de distance d'ici qui le voient juste une fois par moi. Ils ont pu le voir pendant ces premières céréales, ils ont bien aimé ça. (Aurélie, 1re entrevue)

En ayant des images du petit-fils de façon régulière, les grands-parents se sentent moins éloignés et déconnectés. Ils suivent quasiment en temps réel les grandes et petites étapes

franchies par leur petit-fils. Ainsi un SRS peut-il servir comme un moyen efficace de se tenir au courant de ce qui se passe dans la vie d'amis et de la famille proche, comme les fiançailles d'un ami, un déménagement, ou tout autre changement de vie significatif. Ces informations assurent un minimum de contact nécessaire au maintien d'une relation (Bryant *et al.*, 2011).

Échanger des vidéos filmées par des relations proches permet de voir des événements qui ont été manqués, comme les premiers pas de bébé pour les parents d'Aurélié. Mais les vidéos trouvées sur Internet ne permettent pas forcément quelque chose de particulier entre les personnes éloignées. Nathan par exemple, est le seul des participants ayant déménagé récemment loin de son pays d'origine. D'ordinaire, il utilise Facebook pour rester en contact avec d'anciens collègues et camarades de classe. Mais pour ses amis proches, restés en Belgique, Nathan ne s'est pas contenté d'un groupe privé sur Facebook. Il a établi un cercle Google+ privilégié qui leur est exclusif et qui lui permet de partager des vidéos uniquement avec ses meilleurs amis (*Caméra cachée pour les meilleurs amis uniquement*). Il a avoué moins communiquer avec ses amis Facebook par message privé en raison du décalage horaire, et du fait qu'il n'a pas accès au SRS durant ses heures de travail. L'exemple avec Nathan nous en apprend plus sur Internet de façon générale, mais moins sur les vidéos.

Plusieurs vignettes comme *Watatatow et Star Trek, Le casque gonflable, Partager pour faire rire* viennent soutenir l'argument de Tong et Walther (2011), sur l'intégration de source multimédia (des vidéos) provenant d'autres sites (majoritairement YouTube) pour le maintien des relations. Le partage de ces éléments suggère que le maintien des relations se fait entre autres à travers une activité (asynchrone) partagée. Les participants choisissent le canal de diffusion selon le contenu et/ou ses destinataires.

D'autres recherches montrent qu'il existe un lien entre l'intimité entre deux personnes et le choix du canal considéré comme le plus approprié pour ce type de relation (Read, Shah, S-O'Brien, & Woolcott, 2012). En effet, il y a des exemples de cela dans les entrevues. Nathalie explique en particulier comment elle décide de partager une vidéo par courriel ou message Facebook :

En fait, ça dépend de la personne à qui tu écris, quel moyen tu vas utiliser. Puisque ces 2 amies, c'est étrange, c'est des amis à qui je communique par courriel, et c'est des très très bons amis. Je pense qu'en fait pourquoi je communique par courriel, c'est parce que, une des deux à qui j'écris, une fille un gars. Elle ne va presque jamais sur Facebook, donc j'envoie sur, par courriel. Tandis que j'ai un ami avec qui on ne communique jamais par courriel, mais seulement par message Facebook. À ce moment-là, ça va m'arriver, je sais qu'il aime les vidéo-clips. À ce moment-là, ça m'est arrivé plusieurs fois de lui transmettre des vidéo-clips par YouTube, pardon par Facebook. Je mets le lien et je lui envoie par message privé Facebook. (Nathalie, 1re entrevue)

### 5.3.1 Privilégier les amis plus que les connaissances

Maintenir les relations demande une attention particulière ; ceci distingue les amis proches des simples connaissances. La fameuse citation de Pierre Reverdy « Il n'y a pas d'amour, il n'y a que des preuves d'amour » peut s'appliquer dans l'utilisation de vidéos comme instrument pour montrer que l'on fait attention à ses proches.

Le mot « attention » vient du latin *attentio*, et signifie « action de tendre l'esprit vers quelque chose<sup>71</sup> ». Ainsi « faire attention » nous relie avec le monde, permet de le comprendre et surtout de se concentrer sur une personne, la cibler pour lui offrir une marque ostensible de son importance. Faire sortir un ami Facebook du lot en le ciblant redonne du relief à son réseau social qui aplatit les contextes (*context collapse*). En effet, l'aplanissement de contexte est un concept utilisé pour décrire un effet des médias sociaux. Il se réfère à des publics infinis possibles en ligne, par opposition aux groupes limités avec lesquelles une personne interagit normalement en face à face (Kennedy, 2012 ; Marwick & boyd, 2011 ; Papacharissi, 2011). Dans la prochaine section, nous verrons comment les participants négocient leurs publics.

---

<sup>71</sup><http://www.cnrtl.fr/etymologie/attention>

Dans la vignette *Partager pour faire rire*, Frédéric a évalué l'état d'âme de l'autre et il a fait un effort pour chercher des vidéos drôles correspondant à un message publié sur Facebook. Il s'est préoccupé du style d'humour des vidéos afin que ceci corresponde avec celui de son amie. *Proverbe sans frontière* est également un exemple de soutien moral. Durant la grève, Sandrine voulait montrer qu'elle supportait la cause tout en encourageant ses anciens étudiants qu'elle appelle chaleureusement « ses poussins ».

Avant de pouvoir répondre à la mauvaise humeur de quelqu'un avec une vidéo, il faut connaître ce qui pourrait lui remonter le moral, et la chercher avant de la lui envoyer. Pascal montre son affection pour son ami en lui envoyant la vidéo du *Combat de George Saint-Pierre* manqué. En ce faisant, Pascal entretient sa relation amicale en gardant la flamme de leur passion commune. Les combats ayant lieu de façon régulière, ceci permet d'avoir une activité régulière ou du moins un sujet de discussion qui se renouvelle créant une routine dans le maintien de leur relation. Aussi, la vidéo du combat en question devait être partagée rapidement car, d'une part, son ami aurait eu le temps de le voir d'une autre manière, de l'autre part le lien YouTube aurait pu ne plus fonctionner, car la ligue des sports de combat élimine rapidement les vidéos piratées. Pascal s'assure ainsi d'être la source de cette information précieuse et renforce non seulement la relation, mais aussi sa position d'ami bienfaisant.

Les internautes estiment que le public principal de leur profil est composé des personnes avec qui ils partagent des liens hors ligne (Ellison *et al.*, 2007). En envoyant une vidéo, on montre que l'on a pensé à cette personne en particulier. Si cela se produit sur les SRS, cela revient à dire « sur les centaines de personnes de mon réseau, je t'ai choisi ». S'intéresser à l'autre constitue la base de l'amitié, et partager une vidéo sur un sujet abordé lors d'une rencontre autour d'une tasse de café quelques jours auparavant en est une preuve. Mais comment les participants assurent-ils la bonne réception de leur message sur les SRS ? Pour cela, ils ciblent délibérément une ou plusieurs personnes :

Les vidéos drôles. C'est plus comme tu vises certaines personnes. Je vais l'envoyer sur certain... quand je vais le partager je vais l'envoyer sur le mur d'un de mes amis, en disant comme « regarde ça » (Stéphane, 1re entrevue)

Sur les SRS, si les participants ne publient pas de contenus à caractère informationnel, humoristique ou politique susceptibles d'intéresser le plus grand nombre de personnes, ils favorisent néanmoins un partage « ciblé ». Celui-ci peut s'effectuer par une identification à une ou plusieurs personnes dans la publication, ou par une publication directe sur le mur de l'internaute en question, mais également par un envoi de la vidéo par message privé. Cibler ou choisir une personne en particulier permet d'exprimer l'affection qu'on porte pour cette personne.

Pour la vignette du *casque gonflable*, l'ami de Kevin lui a expliqué que sa sœur n'aimait pas mettre de casque de vélo. C'est pourquoi Kevin lui envoie une vidéo sur une invention comme les coussins gonflables des voitures qui, se plaçant autour du cou, évite de se faire décoiffer. Kevin ne lui aurait pas envoyé cette vidéo si ce elle n'était pas en lien avec le sujet de la conversation. Entendant cette nouvelle invention à la radio en lien avec la sécurité routière pour les cyclistes, il a alors envoyé le lien à son ami. Il aurait pu l'envoyer toutefois si son amie était une grande amatrice de gadgets pour vélo. En envoyant la vidéo, il montre qu'il se rappelle des sujets de conversation avec son ami, et qu'il prend la peine de chercher le contenu qu'il a découvert à la radio.

De manière générale, pour nos participants, le partage de vidéo en ligne est plutôt utilisé pour rester en contact avec les amis proches et la famille qu'avec les connaissances lointaines.

Les gens que je vois moins c'est sûr que je vais être moins porté à leur envoyer du contenu vidéo. (...), et des gens à qui tu ne parles pas fréquemment, tu vas juste perdre la trace. C'est la vie. (Kevin, 2e entrevue)

Le maintien des relations avec de nombreuses connaissances est surtout étudié pour l'utilisation des SRS (Ellison *et al.*, 2007). Les participants n'ont pas mentionné le fait de

partage des vidéos afin de rester en contact avec d'anciens collègues de travail, amis rencontrés lors de voyages et autre personnes avec qui ils n'ont plus de contact.

Si les participants partagent de préférence avec des gens qui leur sont proches, ce n'est pas une règle absolue et dépend des circonstances. Un contre-exemple est donné par Kevin qui explique qu'il a partagé la *Vidéo sur un prof du bac* avec les dernières personnes qu'il a vues physiquement. S'il avait croisé d'autres personnes, il aurait partagé la vidéo avec elles. Le destinataire de la vidéo n'est donc pas important pour Kevin. Il peut s'agir d'anciens camarades de classe, de personnes avec lesquelles il n'a plus de relation.

La disproportion des recherches ayant pour thème la visibilité sur les SRS peut laisser sous-entendre que tout partage n'est motivé que par la recherche de visibilité. Il y a par contre beaucoup de pudeur et d'attention à la manière de faire : on évite de polluer l'espace public des SRS avec trop d'informations personnelles ou inutiles. Tout comme en public, par considération pour les autres, les personnes passent moins de temps au téléphone (Höflich, 2006). Il en va de même pour notre vie quotidienne, nous réfléchissons à quoi et avec qui nous partageons. Le partage est un investissement ; nous sommes susceptibles de choisir ceux que nous considérons comme dignes de confiance, ceux qui, nous l'espérons, répondront à tout ce que nous partageons de façon appropriée (Wittel, 2011). Il n'est pas vraiment question de lancer le plus de vidéos possible, mais plutôt d'aller chercher le partage avec les bonnes personnes. Beaucoup d'histoires de partage ne sont donc pas « visibles » sur les SRS, car ils se déroulent en face à face ou par messages privés.

Comment les participants s'attachent-ils aux contenus? Comment cela se reflète-t-il sur eux ? Parfois, même si on approuve la vidéo que l'on partage, on peut désapprouver des commentaires des personnes là-dessus et vouloir s'en dissocier.

Premièrement, les participants tentent d'anticiper les réactions des autres, car parfois celles-ci peuvent être violentes. Pascal explique pourquoi il est diplomate dans ce qu'il écrit sur les SRS :

Parce que je sais justement que le monde il part fou sur toutes les affaires que tu dis. Ce qu'ils ne savent pas, ils vont extrapoler. Tu fais un petit commentaire, juste un petit peu d'un bord. Et eux autres, ils vont l'emmener à l'autre extrême. Je fais attention, et j'essaie de m'expliquer le plus possible. (...) c'est long. C'est pour ça que je ne poste pas beaucoup. (3e entrevue)

Ces réactions violentes freinent la participation de Pascal aux grandes conversations sur les SRS. Il en va de même pour le partage de vidéos. Ce n'est pas par rapport au contenu, mais par rapport aux réactions que les participants craignent une réaction déplacée. Les commentaires se greffent sur la vidéo sans qu'on puisse les approuver au préalable. Même si les commentaires arrivent après le partage, les participants se sentent un peu responsables et ne veulent pas laisser quelque chose de lamentable s'associer à leur nom. Ce n'est pas la vidéo qui est directement en cause, mais les commentaires qui peuvent être embarrassants. Dans ces cas, si les participants doivent s'en dissocier, ils tenteront de le faire en évitant de blesser les autres.

Nathalie a préféré supprimer le partage de la vidéo en entier et pas seulement le commentaire de la personne qui l'a dérangée, car elle ne voulait pas la blesser en montrant qu'elle avait délibérément supprimé son commentaire. Ce n'est pas juste de la politesse, mais aussi un moyen de conserver de bonne relation. Même hors ligne, il vaut parfois mieux se mordre la langue que de dire quelque chose de désobligeant pour l'autre afin de garder des bonnes relations. Il y a toutes sortes de choses qui rentrent en jeu, par exemple, une amie dit quelque chose avec lequel un individu à tendance à être d'accord, mais devant d'autres personnes qui n'ont pas le même avis. La personne risque de ne pas soutenir son ami. Ci-dessous, Nathalie exprime son désarroi face à un commentaire d'une personne avec laquelle elle ne voulait pas être associée, mais elle ne voulait pas non plus lui faire du tort.

Si j'avais pu enlever son commentaire sans qu'il s'en rende compte, je l'aurais peut-être laissé. Mais là c'était comme méchant d'effacer son commentaire. J'ai juste tout enlevé (Nathalie, 1re entrevue).



La citation de Nathalie montre que les internautes ne se sentent pas seulement concernés par le contrôle de l'accès à leurs données, mais aussi par le contrôle des interactions que leurs données génèrent. Face à ce manque de contrôle, les participants montrent une forme de pudeur, de réserve face au SRS.

Nathalie a supprimé une vidéo partagée pour cette dernière raison :

Je l'ai enlevé. J'étais tellement gêné. J'étais juste gêné que cette personne-là ait commenté parce que je ne voulais pas que ce soit visible. (Nathalie, 1re entrevue).

Ce qui gênait vraiment Nathalie c'est la personne, car cela rappelle qu'elle est amie avec cette personne qu'elle n'apprécie pas. D'autres personnes ont une approche plus directe :

Oui, ceci dit, sur Twitter, vu la nature de la plateforme, je réussis quand même à garder mon identité, ma ligne éditoriale de manière un peu plus rigide. Si tu mets des âneries sur Twitter, moi comme auditeur, quand je vois des gens qui mettent des conneries sur Twitter, je les unfollow. Je pense que ça marche dans les 2 sens. Parce que justement tu n'as pas le rapport à l'amitié, qui est sur Facebook. (Frédéric, 2e entrevue)

### **5.3.2 Partager un moment : regarder des vidéos en ligne ensemble**

Le partage des vidéos peut aussi être un prétexte pour passer du temps, bien que certains participants ne raffolent pas de ce type d'activité entre amis. Pour certains, cela semble être constituer un manque d'interaction social, alors que d'autres voient cela comme interaction non verbale.

Ça peut durer très longtemps, on est plusieurs, l'autre il veut montrer, l'autre aussi. Des fois c'est juste, c'est une façon facile d'écouter de la musique. On va mettre ça sur YouTube. Il y a la vidéo, « ha, tu es sur YouTube, mets ça » « mets ça ». Attends, on va pluguer sur la télé, on va aller chercher de la bière. (Pascal, 1re entrevue)

Dans certains cas, les vidéos sont un « prétexte » pour passer du temps ensemble. Dans *Les échanges paranormaux des intérêts d'un père et de sa fille*, l'émission portant sur le

paranormal n'a aucun intérêt pour Nathalie, mais elle sait que son père s'attend à ce qu'elle ait une réaction. Quand elle part souper chez ses parents, elle en parle avec son père. Son père sera ainsi content, il aura partagé un moment avec sa fille sur un sujet qui le passionne. Toutefois lorsqu'il souhaite regarder une émission avec elle, cela ne dure que quelques instants, car Nathalie préférera discuter avec sa mère. Ce qui apparaît important est donc la discussion qui découle du partage, mais non le temps passé à regarder ensemble l'émission.

Les vidéos en ligne sont tellement variées et nombreuses qu'il est quasiment impossible de ne pas trouver quelque chose à regarder avec une autre personne. Regarder des vidéos permet de renforcer de nouveaux liens. Se faire accepter et s'entendre avec sa belle-famille peut être une opération longue et délicate. Cela peut être facilité avec des points communs entre les différents membres de la famille, ce qui permet de sympathiser plus rapidement. Stéphane a trouvé les vidéos humoristiques comme passe-temps. Stéphane et son beau-frère passent des heures ensemble à faire des blagues après avoir vu une vidéo. « Sans être l'élément principal, c'est comme un atout, ou quelque chose qui va renforcer des liens » (3<sup>e</sup> entrevue). Il faut un certain niveau de complicité pour rire pendant plusieurs heures à partir d'une petite vidéo de trente secondes.

Dans d'autres cas, regarder les vidéos en ligne ensemble ressemble plus à une activité en tant que telle, cela aurait pu être autre chose comme montrer un carnet de dessin ou un album photo. L'autre cas de figure peut être défini comme une activité appréciée des deux personnes, bien que cela soit rarement programmé à l'avance. Ils ne se rencontrent donc pas intentionnellement pour regarder des vidéos comme ils le feraient pour aller au cinéma. Ils vont, de façon imprévue, décider de regarder quelques vidéos et passer tout aussi vite à autre chose.

Chez moi, l'ordinateur n'est jamais loin, parce qu'on met la musique. Donc si on mange, on aura mis l'ordinateur comme dans un petit coin, habituellement sur le top de la télé qui ne fonctionne pas. Et on met de la musique. La même chose chez un ami. (...) C'est simple d'aller voir, de changer et d'aller regarder sur l'ordinateur. (Nathalie, 3<sup>e</sup> entrevue)

Comme le montre la citation ci-dessus, l'ordinateur est de plus en plus omniprésent dans les activités quotidiennes, puisqu'il permet de communiquer avec des amis et des membres de la famille (Oumard *et al.*, 2008). Nathan nous explique qu'il plie son linge propre en regardant des vidéos. Regarder une vidéo YouTube est une activité qui peut se faire n'importe où et de façon instantanée, tout en pouvant être arrêtée et reprise.

Stéphane décrit comment les membres de l'association étudiante se réunissent les midis pour manger ensemble (*midis à l'association étudiante*). Souvent, plusieurs personnes décident de montrer les dernières vidéos humoristiques. Le fait de regarder des vidéos n'est pas programmé d'avance, pas plus que les personnes qui se retrouvent pour manger. Cela varie de jour en jour. Mais Stéphane souligne que le plus important, est le fait que les étudiants passent du temps ensemble.

Dans les deux cas de figure, soit lorsque l'accent est mis sur la personne ou sur l'activité, il y a des liens à faire avec d'autres pratiques médiatiques. L'aspect spontané fait écho aux habitudes de téléspectateur décrites par Taylor et Harper (2003). Les téléspectateurs ne s'assoient pas avec le programme en main pour décider quelle émission regarder. L'important, c'est d'être ensemble, et c'est pourquoi les participants se rappellent difficilement de ce qu'ils ont vu avec d'autres personnes. De plus, lorsque le visionnement des vidéos ensemble se réalise dans un flux plus vaste d'activités, les participants ne portent pas beaucoup d'attention au contenu des vidéos. Barkhuus, (2009) expliquait que les étudiants regardaient des contenus télévisuels ensemble par hasard. Si un des colocataires regarde une émission et qu'un autre arrive, ce dernier s'assoira à côté du premier pour y suivre l'émission lui aussi. La socialisation autour de la télévision est basée sur la sérendipité (Barkhuus, 2009).

Les vidéos demandent une certaine attention, mais il y a également des éléments d'imprévisibilité. Si on les compare avec l'activité de jouer aux cartes, les joueurs doivent jouer chacun son tour, arrêtant de parler pour jouer sa carte. Mais les autres personnes autour de la table peuvent parler jusqu'au moment où arrive leur tour. Dans le cas des vidéos, tout

le monde y a accès en même temps. Là, peut-être que tous s'arrêtent de parler pour regarder la vidéo, ou deux personnes peuvent continuer ou reprendre leur conversation, ou énoncer des commentaires au fur et à mesure de la projection de la vidéo. Alors que d'autres activités de divertissement qui se font à plusieurs, comme jouer aux cartes ou au bingo servent souvent de prétexte à être ensemble, les participants ne vont pas inviter leurs amis à une soirée YouTube. Mais, les invités savent que ça peut être une excuse pour boire du vin et discuter. Pour les vidéos, ils sont d'abord ensemble et en regardent par la suite.

Je ne vais pas chez mes amis pour écouter des vidéos. Je vais chez eux et après l'événement fait « ha j'ai vu un vidéo cette semaine », là on va y aller. (Stéphane, 3e entrevue)

Dans certaines situations, quand une vidéo est montrée, il peut y avoir une sorte d'obligation à regarder.

### **5.3.3 Regarder par politesse**

Je vais regarder, parce que la personne elle dit « regarde absolument ça » et ça ne m'intéresse pas vraiment. Tu fais un effort de regarder un peu. (Stéphane, 1re entrevue)

Ici, les participants sont les destinataires, les receveurs des vidéos. Durant les entrevues, les participants prennent en compte le point de vue de la personne qui leur envoie des vidéos, car ils veulent comprendre pourquoi la personne leur montre ou leur envoie et/ou telle vidéo. Souvent, du point de vue de la personne qui reçoit une vidéo, la regarder est une obligation car c'est chose polie que de le faire entre des proches.

Il existe des types de proches qu'on peut qualifier d'émotionnels, et qui renvoient à la famille et aux amis, mais aussi des proches physiques, comme les colocataires ou les collègues de travail, ou il y a un intérêt à garder une bonne relation, car il est difficile d'éviter ces personnes si les choses tournent mal entre les deux parties. Il y a donc un intérêt à maintenir des bonnes relations.

Contrairement à ce que nous avons vu dans la section précédente, attardons nous ici sur le visionnement de vidéo comme prétexte à être ensemble, dans une optique de socialisation. Comme Nathan vit en colocation, il sait déjà que partager un espace de vie avec des personnes que l'on ne connaît pas, suppose un effort supplémentaire pour le maintien d'une certaine convivialité. Nathan explique que ses colocataires l'interpellent pour lui montrer des vidéos qu'il a déjà vues, mais plutôt que de refuser, il s'assoit avec eux pour regarder. Il fait ça pour ne pas froisser leurs sentiments et se montrer social. Passer quelques minutes à regarder des vidéos permet de prévenir certains obstacles relationnels. S'il refusait à chaque fois de regarder avec eux des vidéos sous prétexte qu'il les a déjà vues, Nathan pourrait passer pour une personne hautaine ou asociale et cela pourrait détériorer la relation de colocation. Ainsi regardé des vidéos de ses colocataires, rentre dans les activités de maintien de vie harmonieuse comme ramasser sa vaisselle ou éviter de laisser des débris partout dans l'appartement. Tout comme ces petit geste, regarder les vidéos prend peu de temps, donc il ne s'agit pas de fournir un effort trop grand comme le serait de récurer le bain ou le four. Regarder des vidéos pour faire plaisir est quelque chose de facile à faire.

Nathalie a vécu la même expérience avec *Viens voir les bébés chiens*. Elle a compris que cette vidéo faisait vraiment plaisir à son colocataire, et même si elle n'avait pas du tout envie de la regarder, elle s'est forcée. Cela serait vexant pour la personne, si Nathalie ou Nathan refusait de regarder. La réaction de la personne serait immédiate, elle serait déçue.

C'est impoli de dire « non, je ne veux pas écouter ta vidéo ». Mais si c'est vraiment une perte de temps, je suis en train de faire quelque chose, c'est mon colloque qui me montre encore une de ces vidéos de bébé chat, de trucs. Je vais regarder d'un œil distrait, et je vais continuer. Je vais faire mes trucs. C'est ma façon impolie de dire « je ne suis pas intéressée ». Ce n'est pas très poli de dire ignorer. Mais non, sinon c'est rare que je dise non. (Nathalie, 2e entrevue)

« J'ai l'impression que quand on te montre une vidéo, on dirait qu'on te force à le regarder. » (Nathalie, 2<sup>e</sup> entrevue). Le sens d'obligation vient des liens qui existent déjà. Parce qu'il y a

ces liens à maintenir, les participants consentent à faire des choses qu'ils n'auraient pas faites dans d'autres situations.

Kevin ne se sent pas obligé de la même manière que fut Nathalie parce qu'il ne s'agit pas du même type de relation. Certaines relations plus profondes n'ont pas besoin de ce type d'attention. Kevin explique à cet égard qu'il ne regarde pas toutes les vidéos de chat que sa mère lui envoie, ce qui ne met aucunement leur « relation mère-fils » en jeu. Il est difficile d'imaginer une mère qui arrête d'aimer son fils parce qu'il ne regarde pas les vidéos de chat qu'elle lui envoie. De plus, dans *Le chat dans le bocal*, Kevin fait parvenir spécifiquement à sa mère les acrobaties de son chat, car il sait que cela lui fera plaisir.

En comparant les cas de Nathalie et Kevin, on peut s'imaginer que le sens de l'obligation est plus fort avec une personne que l'on connaît à peine qu'avec quelqu'un que l'on connaît bien. Dans les deux cas, il s'agit de contenus banaux. Pour une relation mère-fils, ce genre de contenu ne pèse pas lourd, car il y a d'autres éléments beaucoup plus lourds et importants dans la balance. Alors que pour une nouvelle relation, une petite vidéo peut avoir beaucoup de poids et peut faire basculer la balance de la relation du mauvais côté.

Aussi si les vidéos sont envoyées par courriel, l'expéditeur s'attend à ce que l'autre les regarde. Stéphane avoue faire l'effort de regarder une vidéo un peu trop longue ou qui ne l'intéresse pas, parce qu'un ami lui a dit « regarde absolument ça ». Sandrine regarde toutes les vidéos qui lui sont envoyées, car elle sait que les gens font un effort supplémentaire pour le lui envoyer tout particulièrement parce qu'elle n'est sur aucun SRS. Mais, il faut aussi prendre en considération le contenu envoyé. Pour des vidéos plus légères, ce n'est pas trop grave si elles ne sont pas visionnées. De manière générale, quand on a été choisi comme l'unique spectateur d'une vidéo, il y a une certaine pression sociale qui amène à la regarder, surtout lorsque l'expéditeur peut savoir si la vidéo a bel et bien été regardée, et s'attendant à un retour, risque d'en parler par courriel ou bien à la prochaine rencontre.

### 5.3.4 Souvenirs

Quand on parle de souvenir ici, il y a deux cas de figure. Le premier cas, c'est le fait de produire une vidéo pour la partager ensuite. Dans l'autre cas, c'est le fait de faire revivre des moments ou des émotions du passé.

Tout comme l'ont décrit les participants de Lingel et Naaman (2012), les vidéos sont construites comme les documentations durables d'expériences éphémères. Les événements filmés deviennent des souvenirs qui peuvent être visités encore et encore. Ainsi, les participants partagent-ils des événements uniques qu'ils ont vécus. Par exemple, la *Sortie des pingouins* pour Ingrid, *Groupe privé pour bébé* d'Aurélie ou les concerts pour Nathan. Ils veulent faire « vivre » un événement particulier aux autres qui n'ont pas pu y assister. Ce n'est donc pas seulement documenter des événements pour soi-même, mais aussi chercher à les partager avec les autres. De plus, Nathan et Ingrid n'aiment pas être vus dans leurs vidéos. Cela veut dire qu'ils ne vont pas se filmer, car l'essentiel de la vidéo est centré sur les pingouins qui étaient pour la première fois hors de leurs enclos, ou bien sur l'artiste sur scène.

Martin explique également pourquoi il aime voir des vidéos de concerts auxquels il n'a pas pu assister, car trop jeune ou trop loin pour s'y rendre lui-même. Regarder des vidéos de concerts ne peut pas substituer à la présence physique, mais YouTube offre la possibilité de voir des événements vieux de plusieurs dizaines d'années.

Avec *Taguer la mascotte*, Kevin s'est rappelé un événement de son passé qu'il avait oublié. Il avoue d'ailleurs avoir été surpris que l'autre fille, avec qui il était moniteur, ait regardé une vidéo qui leur ont fait penser au spectacle qu'ils avaient monté ensemble.

Je ne lui ai pas parlé depuis... On s'est revu un peu après avoir travaillé là. On a joué au hockey quelquefois, mais ça fait peut-être 2 ans que je l'ai pas vu. D'ailleurs, ça m'a rappelé qu'il faudrait qu'on joue au hockey cet hiver. (2e entrevue)

La vidéo a rafraîchi la mémoire de Kevin et ses liens avec les amis qu'il aurait perdus de vu. Les SRS sont utilisés pour maintenir les relations, mais aussi pour rétablir des contacts avec

des relations (Bryant *et al.*, 2011). La vidéo permet d'interpeler une personne de façon indirecte, un peu comme un prétexte.

De nombreux contenus télévisuels du passé sont archivés sur YouTube. Martin et Nathalie regardent des émissions ou génériques de séries de télévision. Nathalie explique qu'il lui arrive souvent de regarder les génériques des séries télévisuelles lorsque ses amis dînent chez elle, et qu'il y a toujours un ordinateur à porter de main. Elle laisse l'ordinateur à proximité pour jouer de la musique pendant le repas. Un invité demandera aux autres s'ils se souviennent de tel ou tel programme, et ils regardent ainsi le début d'un épisode. C'est une forme de nostalgie de l'enfance à travers les dessins animés et autres programmes de jeunesse. Les groupes d'amis ont des souvenirs en commun, car ils ont grandi avec les mêmes émissions. Se remémorer des émissions de jeunesse peut seulement fonctionner parce qu'ils ont des références communes générationnelles. Ça ne marche pas si l'un est plus jeune ou plus âgé, ou s'il a grandi dans un autre pays.

La nostalgie est plus qu'un pincement au cœur, elle joue un rôle dans le maintien des liens sociaux. Elle établit une connexion symbolique avec des gens ou des événements du passé (Vignolles & Bonnefont, 2007). Revivre le passé ensemble permet de réactualiser le vécu culturel du passé. Ce n'est pas seulement le contenu de la vidéo qui est réactualisé, mais aussi la façon dont on se sentait à cette époque et avec qui on a partagé ces moments. Parfois des personnes importantes sont rattachées à des films ou des musiques. Tout un vécu se construit autour des expériences communes, *Un petit moment ensemble avec Kermit* en est un exemple.

Quand Martin reçoit le clip de *Liverpool*, son père crée une connexion intergénérationnelle. Les vidéos en ligne facilitent la remémoration du passé et renforcent le sentiment d'appartenance à un groupe. Finalement, Aurélie a, sans le vouloir, fait revivre le film *Beetlejuice* à ses amis avec *Day-O (The Banana Boat Song)*.



### 5.3.5 Le rôle discret des vidéos dans les relations

Nous pouvons résumer cette section avec la réflexion de Stéphane à propos du rôle des vidéos en ligne :

Mais, sans être un grand vecteur, c'est quand même un élément important dans nos relations entre adultes. (Stéphane, 3<sup>e</sup> entrevue)

La plupart des recherches sur Internet et le maintien des relations se sont axées sur le caractère textuel et peu sur le partage de contenus audiovisuels (Johnson & Becker, 2011). Notre analyse montre que les vidéos ne sont pas d'une importance capitale dans les relations humaines, mais qu'elles ajoutent un « je ne sais quoi » au maintien des relations sociales. Le partage des vidéos rentre dans l'utilisation générale d'Internet qui tend à compléter et renforcer les cercles sociaux (Haridakis & Hanson, 2009).

La communication par Internet permet le partage de photos et d'autres types de multimédias, et donc l'ajout d'une couche supplémentaire d'intimité au maintien des liens sociaux (Dumitrica, 2013). Il y a certaines vidéos qui deviennent virales, et se diffusent alors rapidement, comme si elles se propageaient toute seule. Mais ce que j'ai étudié ici avec mes participants, c'est le fait qu'ils ont des motifs bien précis et un comportement raisonné pour le partage. Sans être l'élément central des relations, les vidéos permettent de s'exprimer, d'avoir des référents communs qui aident à maintenir des relations sociales et à entretenir des conversations.

## 5.4 Conversation

Maintenir ses relations permet entre autres d'avoir des personnes avec qui parler, avec qui partager des vidéos. Partager des vidéos ne diminue pas les interactions en face à face, ni limite les conversations en ligne. Les vidéos permettent d'ouvrir de nouvelles possibilités d'expression et de conversation. Dans *Not so Lost in Translation* Sandrine montre une vidéo pour illustrer son point de vue, ce qui a permis de poursuivre leur conversation :

On a eu une discussion avec des mots beaucoup plus simples, mais j'ai saisi qu'il avait compris ce que je voulais dire, parce qu'on avait la même façon de s'expliquer les choses. Oui, c'est poétique. C'est très beau. (Sandrine, 3<sup>e</sup> entrevue)

La beauté dont parle Sandrine se trouve dans ce que les vidéos produisent quand elles sont partagées : dans cette vignette ce fut une conversation. Qu'est-ce qui constitue une conversation ? La définition de base de conversation<sup>72</sup> est l'échange de propos, sur un ton généralement familier et sur des thèmes variés, entre deux ou plusieurs personnes. « Il faut du temps et être à plusieurs (plus d'un) pour mener une conversation » (Boullier, 2004, p. 83). Peut-on parler de conversation lorsque deux personnes ou plus discutent autour d'une vidéo ? Des vidéos échangées un certain nombre de fois constituent-elles une conversation ? Si oui, après combien d'échanges cela devient-il une conversation ? Est-ce qu'un « like » après une vidéo partagée sur un SRS, peut être considérée une conversation ? Si une personne X envoie une vidéo à une personne Y, et que celle-ci l'envoie à tour à tour à une autre personne Z, mais que X et Z n'ont rien en commun, avons-nous ici affaire à une conversation ? Quelles sont les limites à la conversation ? Je vais traiter dans la section suivante des éléments que je considère comme une métaphore de la conversation. Il s'agira de conversation dont le partage ne s'arrête pas avec l'envoi de la vidéo, mais quand il y a bien un retour et même parfois plusieurs allers-retours.

Tout d'abord nous verrons le partage de vidéo comme l'apport à la grande conversation en ligne et la conversation en face à face. Ensuite nous aborderons le partage de vidéos comme substitut à la conversation. Certaines sont des petites conversations en ligne ; d'autres sont de multiples partages en présence motivés par l'idée de compétition, d'exploration et de découverte collective. Enfin, un troisième cas de figure, la conversation mutable, la conversation évolue, faisant advenir un autre échange de vidéo et ainsi de suite. La

---

<sup>72</sup><http://www.cnrtl.fr/definition/conversation>

conversation dépasse alors son sujet circonscrit, potentiel et peut devenir une grande conversation.

La figure ci-dessous représente les trois cas de figure selon l'utilisation des vidéos qui en est faite et le type de conversation en ligne ou hors ligne.

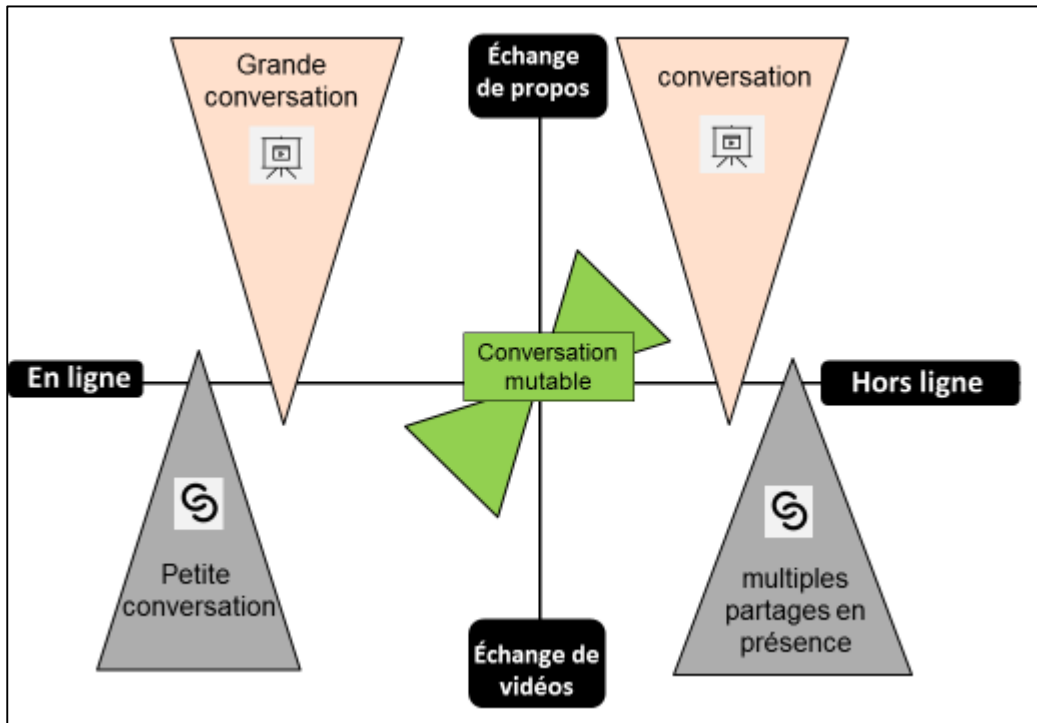


Figure 5 : Les conversations

Dans le cadre conceptuel, j'ai abordé les travaux de Cardon sur l'espace conversationnel d'Internet. La force de l'argument de Cardon se trouve dans les nouvelles formes d'action collective nées du croisement des « petites » et « grandes » conversations<sup>73</sup> qui problématise la participation citoyenne dans l'espace public d'Internet. Mon questionnement et ma

<sup>73</sup>Pour rappel : les grandes conversations, d'intérêt général, dans l'ère du temps comme la grève étudiante, c'est-à-dire les énoncés dits distanciés et les petites conversations, énonciations plus contextuelles, considéré comme des propos personnels.

méthodologie ne m'ont pas amenée à ce qui est central au modèle de Cardon. Cependant, même si cette recherche s'intéresse aux pratiques individuelles, et donc surtout aux petites conversations, les grandes conversations ne sont pas complètement absentes dans les propos des participants. J'ai réalisé les entrevues pendant et après la période de mobilisation étudiante telle que décrite dans la section méthodologie, et ceci était en fait un sujet de grande conversation.

#### **5.4.1 Apport à la conversation**

Rester informé à propos des dernières nouvelles, c'est là une activité façonnée par un fort désir de contribuer à la conversation en cours avec les amis, la famille et les collègues de travail (Jenkins *et al.*, 2012). Rarement, les participants ont déclaré vouloir partager une vidéo juste pour le plaisir de partager. En plus de partager son enthousiasme pour une chanson ou une cause, partager une vidéo permet de commencer ou poursuivre une discussion. Les grandes conversations rapportées durant mes entrevues portaient avant tout sur la grève étudiant et les élections.

J'ai donc eu la chance de faire mes entrevues durant la période de la grève étudiante qui, vidéo à part, était le sujet de conversation de tous les jours parmi la population au Québec. Mes participants n'étant pas indifférents aux événements politiques de leur région, cette sensibilité m'a permis d'aborder des grandes conversations. Dans un premier temps, nous verrons ce que les vidéos apportent à la grande conversation autour de la grève étudiante de 2012.

Une pratique répandue fut de partager des vidéos de manifestations et d'actions de police dans les médias sociaux<sup>74</sup>. Un aspect important des pratiques d'engagement utilisées pendant

---

<sup>74</sup>Au-delà de la circulation d'information, des groupes et des individus ont mis en place des espaces en ligne pour archiver les témoignages, afin de créer des enquêtes de collaboration qui ne serviraient pas seulement un objectif politique et médiatique, mais aussi juridique (Jochems *et al.*, 2013). Néanmoins, ceci sort du cadre de ma recherche.

le mouvement fut celui d'être à la fois le lecteur-auteur-récepteur et le destinataire des messages en circulation (Jochems *et al.*, 2013). Mais les NTIC ont également aidé à contourner le système de journalisme traditionnel et libéré l'exercice de s'exprimer personnellement (Jochems *et al.*, 2013), permettant ainsi à des citoyens engagés de soutenir la cause étudiante par des initiatives individuelles, de donner la possibilité aux étudiants en grève de s'exprimer, ou encore, de documenter les manifestations dans les rues de Montréal. Nous explorerons les conversations qui ont eu lieu sur les médias sociaux, et sur les coins de rue avec les casseroles.

Cardon (2010 b) explique que le Web social a bouleversé l'économie de la connaissance « en rendant plus plastiques et poreuses les formes de prise de parole visant une “plus grande transparence” des sociétés » (p.65). D'une part cela permet la diffusion de contenus provenant de différentes sources. Frédéric explique que les membres de ses réseaux en ligne se sont habitués à ce qu'il poste des nouvelles :

Si je ne fais plus de veilles comme les gens ils sont demandeurs, ou les gens sont habitués tous les matins je mets 2 ou 3 trucs, je les commente, on a des conversations. Si j'en mets plus, les gens sont comme un peu déçus. Les gens, il y a quelques personnes. Et je pense que c'est un peu à la blague. Mais il y en a qui me demande « où sont... qu'est-ce qui se passe ce matin ? Tu n'as rien mis ». (Frédéric, 3e entrevue)

Ceci rejoint les propos de Cardon (2008) pour qui « la découverte d'informations (qui) est (...) plus pertinente lorsqu'elle file les chemins frayés par le réseau des proches » (p.15). Aurélie tire cela à profit et aime comparer les messages provenant de médias traditionnels et ceux provenant du Web :

Je lis mes nouvelles sur différents sites web, j'ai aussi la télé. Et je compare un peu ce qui se dit, parce que ça m'intéresse beaucoup la différence entre ce qu'on trouve sur Internet et ce qui se dit à la télé. (1re entrevue)

---

Durant la grève étudiante, les vidéos en ligne sont devenues des sources d'information que les participants se sentaient dans l'obligation de diffuser. Aurélie explique clairement comment la grève a changé ses pratiques de partage :

Je pense que le partage de vidéo actuellement a pris comme un autre sens dans ma vie à cause du contexte politique actuel. Donc, pour informer différemment, parce que je trouve que les médias traditionnels ne font pas une bonne job d'informer adéquatement, donc je l'utilise pour faire, pour informer différemment. (1re entrevue)

Aurélie n'est pas la seule à avoir été plus active durant cette période. Pascal dit avoir repartagé aussi davantage de contenus.

Repartager une vidéo fait rentrer l'internaute dans une grande conversation (boyd *et al.*, 2010). Lorsque Pascal les estimait pertinentes et qu'il voulait en faire la promotion en les repartageant, il participait à la conversation sur la grève diffusée sur Internet. Les grandes conversations touchent des sujets débattus sur les SRS. Les deux principaux SRS sur lesquelles se déroulent ces grandes conversations sont Facebook et Twitter. Aurélie utilise Facebook pour partager de l'information, mais elle préfère Twitter pour discuter de l'actualité :

Twitter parce que je peux mettre le hashtag RDI, les gens, ils savent tout de suite de quoi je parle. C'est beaucoup plus fréquent si j'écoute les nouvelles à RDI, Je vais le mettre sur Twitter, en plus c'est rapide, ça va vite. Je sais qu'il y a d'autres mondes qui écoutent la même chaîne, je vais pouvoir avoir des conversations avec ces gens-là. (2e entrevue)

Quand Frédéric repense à ses conversations sur Facebook, son impression est mitigée. Selon lui, Facebook comme média, « ça donne lieu à tout et n'importe quoi » (1re entrevue). D'une part, il remarque qu'il y avait beaucoup de conversations, mais qu'il s'agissait souvent d'idées radicales. Finalement, il n'était pas intéressé à débattre avec des extrémistes. Est-ce que les participants ont eu de meilleurs débats sur la grève étudiante hors ligne ? En effet, le partage en ligne a permis des discussions hors ligne :

Quand c'était question de la grève, souvent les vidéos on les partagee, mais on en parle à l'école. (Stéphane, 1re entrevue)

Pour Kevin la grève était un sujet d'intérêt général, c'est pourquoi les rares fois où il publiait, il le faisait à la vue de tous sur Facebook.

La vidéo peut être utilisée comme déclencheur, mais aussi pour montrer un point de vue. La conversation étant déjà commencée, on montre la vidéo à titre d'argument. Même si Sandrine n'est sur aucun SRS, elle fut également très engagée :

J'ai envoyé beaucoup plus de choses dans le contexte de la grève. Parce que, les éléments que j'envoie sont, soit pour dire comment je me sens, soit des éléments que je trouve importants à diffuser. (Sandrine, 3e entrevue)

Que ce soit dans la critique d'une vidéo déjà existante, ou dans le partage d'une vidéo à laquelle on adhère, la vidéo véhicule des idées : elle peut être utilisée seule ou comme un complément à un message comme ci-dessous :

C'est toujours dans une optique de complément. Tu le vois, je suis assez éloquente comme personne. Je n'ai pas de difficulté à parler beaucoup, à mettre beaucoup de mots, à expliquer longtemps. Mais je trouve que c'est quand même intéressant d'aller chercher un petit quelque chose. Ça je ne peux pas le transmettre autrement. (Sandrine, 1re entrevue)

La vidéo devient un élément à discuter si son sujet est assez lourd pour en faire un point d'articulation ou d'ancrage. Nathalie et sa colocataire ont souvent eu des longues discussions sur la psychologie humaine à la suite de visionnement de vidéos Ted. Sandrine, qui ne trouvait pas beaucoup d'intérêt aux vidéos en ligne, a beaucoup apprécié ce que cela pouvait apporter aux discussions comme dans la vignette *L'école de la montagne rouge*

Je pense que j'ai dû passer une heure avec mon frère « attend je vais te montrer ce vidéo » et « ah ça, qu'est-ce que tu en penses ? ». C'est intéressant parce qu'on a eu de belles discussions philosophiques... Est-ce que c'est bien ? Est-ce que c'est menaçant ? Est-ce que ça doit être accepté ou pas ? Qu'est-ce qu'on en pense ? Je trouvais ça intéressant parce qu'on a eu des discussions philosophiques qu'on n'aurait pas eues si ça n'avait pas été par ça. D'ailleurs ça faisait,

longtemps, je pense que je n'avais pas eu de discussion sérieuse avec mon frère sur ses opinions, qu'est-ce qu'il pense. Je trouvais ça intéressant, parce que par le biais d'une vidéo en ligne on a eu des discussions profondes. (2e entrevue)

#### **5.4.2 Substitut à la conversation**

Contrairement aux grandes conversations, les petites conversations identifiées par Cardon (2011) s'adressent à une petite audience construite sur la base de liens personnels. Celles-ci restent confinées, car elles suscitent peu d'attention en dehors des personnes concernées et du contexte qui l'a vu naître. Les petites conversations sont également présentes dans les descriptions de partage des participants. Lewis et West (2009) estiment que Facebook augmente la quantité de bavardage. Qu'en est-il des petites conversations publiques en lien avec les vidéos ?

*Des pleurs sous la pluie* est un exemple de petite conversation basée sur le surenchérissement de clip vidéo de musique kitsch. C'est ce genre d'échange qui est souvent décrié comme étant sans conséquence. Aurélie explique que les commentaires qui ne servent à rien dans le débat social sont amusants et cela crée des liens avec des gens. De même, Frédéric a remarqué que les photos de son nouveau chaton recevaient plus de commentaires et de « like » que ses messages sur l'actualité ou qu'un passage de sa thèse. Lorsqu'il publie des photos de son chaton, il n'est pas particulièrement fier de se joindre à la horde de gens qui postent des photos drôles ou mignonnes pour être populaire sur Facebook, c'est-à-dire d'avoir plein de « like ».

La première caractéristique des petites conversations définie par Cardon (2011) est l'ancrage contextuel. Nathalie explique qu'il faut un contexte spécifique pour discuter de certaines vidéos. Elle a par exemple profité d'un sujet traité aux nouvelles télévisuelles pour montrer une publicité sur le même sujet. La discussion amène à regarder une vidéo en particulier. Certains contextes ne sont pas appropriés pour regarder des vidéos, cela dépend de la



situation, du niveau d'activité. Ainsi dans une soirée, les personnes ne montreront pas des vidéos traitant de sujets graves, mais plutôt des vidéos drôles ou de danse.

La deuxième caractéristique est l'adressage fermé. Nous l'avons vu à travers les sections précédentes, les participants partagent des vidéos à quelques personnes, voir une personne en particulier. La troisième est l'attachement serré entre énoncé et énonciateur. Si un participant partage une vidéo en « taguant » une personne, c'est parce qu'il sait que cela intéressera surtout cette personne taguée. Il n'est donc pas forcément attaché à cette vidéo. Il en a été de même durant la grève étudiante : de nombreuses vidéos ont circulées, participant à la grande conversation concernant la situation au Québec, et les énonciateurs étaient investis dans leur partage, d'un point de vue de leur conviction et même émotionnellement.

La quatrième caractéristique décrivant les petites conversations comme suscitant peu d'attention ressort surtout dans la section touchant aux bonnes pratiques de partage. Les participants ont clairement exprimé leur désintérêt pour les commentaires du quotidien des autres. Ceci est en lien direct avec la dernière caractéristique, l'autorégulation, touchant l'autocensure des internautes.

Regarder des vidéos à plusieurs n'est pas toujours une fin en soi, cela peut déclencher ou enclencher des discussions. Pour Sandrine, il y a des similarités entre regarder des vidéos et aller au cinéma. Le fait d'être assis côte à côte dans le noir devant le film n'est pas le plus important. L'intérêt pour elle se trouve après la projection, quand elle peut avoir une discussion sur le film. Voir un film avec des amis est un prétexte pour débattre sur ce qu'elle a apprécié ou pas. Si la vidéo n'est pas un prétexte à discuter, alors Sandrine n'aime pas regarder des vidéos avec quelqu'un d'autre. Il ne faut pas que l'activité de visionnement remplace celle de discuter.

Parfois, quand les participants sont entre amis, plusieurs d'entre eux veulent simultanément montrer des vidéos, ce qui crée une forme de compétition. En effet, les participants ont

remarqué que leurs meilleurs amis montrent leurs découvertes en situation de groupe. Bien entendu il n'y a pas de règle, de gagnant déclaré ou encore des querelles.

On est toujours ensemble pour les midis. La vidéo c'est une activité en soi parce que c'est comme spontané et on décide de ce qu'on va regarder. Tandis que, si je disais, on se rencontre pour regarder des vidéos... parce que si on dit que c'est une raison en soi pour être ensemble, c'est quand fait, il faut que l'activité soit organisée. Dans le sens qu'on va regarder des vidéos ensemble à l'asso. Tandis que là, que ce soit à l'asso ou chez moi, chez mes amis, ça arrive souvent, je vais chez mes amis. Même chose à l'asso étudiante. Comment ça se passe, c'est, on est là et il y'en a un qui dit, à moi j'ai un vidéo. Après ça on surenchérit comme je t'avais dit. Voir celui qui a la meilleure vidéo qui finit à la fin. (Stéphane, 3e entrevue)

Cette forme de compétition ressemble aux tournois narratifs décrits par Tannen (1990) dans lequel une conversation quotidienne se structure autour de mention d'un événement saillant par une personne qui appelle à son tour l'évocation d'un événement encore plus saillant.

*Les midis à l'association étudiante* est un exemple de forme d'enchaînement autour d'un même écran. Stéphane explique que les étudiants se retrouvent au local de l'association pour déjeuner ensemble, et que c'est en discutant qu'un étudiant mentionnera une vidéo qu'il a vue récemment. C'est une activité spontanée et les choix se font au fur et à mesure selon ce que chacun trouve de meilleur à regarder : « Ce n'est pas comme un combat, mais c'est essayer de surenchérit ». (Stéphane, 2e entrevue). Ces séances d'enchaînement ne durent pas très longtemps, les étudiants finissent par se lasser au bout d'une demi-heure.

Un enchaînement prend forme quand plusieurs personnes du groupe décident de montrer à leur tour des vidéos intéressantes qu'ils ont découvertes. C'est parfois une forme de surenchère si les personnes veulent faire plus et mieux que leurs « rivaux ». Il arrive aussi qu'une personne souhaite montrer la dernière vidéo tendance aux autres. Mais il y existe des enchaînements de vidéos plus sur un pied d'égalité, « ça m'a fait penser à cette vidéo ». Parfois les participants disent enchaîner les vidéos en cliquant sur celle proposée par YouTube. L'exploration des internautes a déjà été théorisée avec la sérendipité (Auray,

2006 ; Beuscart, Dagiral, & Parasie, 2009), navigation sans but (Vitak, Crouse, & LaRose, 2011), flâneur (Lindgren, 2007), mais ce qui est intéressant ici c'est de voir que les participants le font à plusieurs.

Avec des millions de vidéos archivées en ligne, il est de plus en plus facile de trouver une vidéo selon le sujet de la conversation et le contexte. « Il y a des millions de situations dans lesquelles on peut ouvrir YouTube pour montrer quelque chose à quelqu'un ». (Pascal, 2e entrevue) Parfois, au lieu d'une compétition, une forme d'exploration et de découverte collective se met en place.

ce n'était pas organisé. C'est un divertissement. Ça arrive spontanément, il y a quelqu'un qui en met un, et là quelqu'un qui dit « j'en connais un autre » (Stéphane, 2e entrevue)

Les party YouTube ce n'est jamais prévu. Ce n'est pas spontané dans le genre on ne sait pas quoi se dire et « ha ! YouTube ». C'est spontané dans le genre, ça vient... Des fois tu dis quelque chose qui amène à quelque chose et il y a quelque chose qui amène à ça. Ça vient compléter. À t'en parler, je vais te le montrer. (Pascal, 3e entrevue)

Rassemblés à plusieurs dans un salon, ou une salle d'association étudiante, une personne montera une première vidéo, et cela peut déclencher une sorte d'enchaînement de partage, car une autre personne dira qu'elle aussi a une vidéo à montrer et ainsi de suite. Suivant le sujet de la conversation, les participants ou leurs amis se rappelleront d'une vidéo concernant le sujet. Dans d'autres situations, une personne a une vidéo à montrer :

Ce n'est pas rare quand on prend une bière, « ha il faut que je te montre quelque chose ». On regarde. Il me dit « j'ai vu une vidéo » on la regarde sur le téléphone côte à côte. (Martin, 2e entrevue)

Dans certaines occasions, une personne veut montrer une vidéo qu'elle a partagée sur un SRS, mais que les autres ne l'ont pas vu :

C'est souvent la personne qui l'a peut-être déjà postée sur son mur. Il va dire « avez-vous ce que j'ai mis sur mon mur ? » on va dire non. On va se ramasser sur YouTube parce qu'il va nous le montrer. (...) Une fois que tu es sur YouTube, après ça, « il

y a ça aussi » et « check ça »... Ça part. Ça devient un party de YouTube. (Pascal, 3e entrevue)

Si les gens ne l'ont pas vu en ligne, la vidéo sera montrée lors d'une rencontre. Puis, d'autres veulent montrer leurs vidéos, et ça devient un « party YouTube » comme l'explique Pascal.

Une fois qu'on est là. L'autre il y en a une qu'il a vue sur le *wall* de son ami. Souvent il y a un lien avec ce qu'on a vu sur les *wall* des autres. J'ai vu ça et ça, après, tu regardes sur le côté et tu pars sur d'autres choses (Pascal, 3e entrevue)

Les discussions peuvent avoir lieu pendant, après et autour des vidéos.

Lors de discussions et si le contexte le permet (ne pas être dans un dîner spécial ou formel comme celui de Noël, avoir un appareil connecté à Internet). Il arrive que l'enchaînement déraile quand une personne monopolise les choix. La personne veut absolument montrer toutes les vidéos qui l'ont marqué récemment, et monopolise l'attention et le contrôle de l'ordinateur.

Se retrouver derrière un même écran n'est pas forcément apprécié par tous. Kevin trouve que ça attire toute l'attention sur l'ordinateur plutôt que sur l'interaction sociale ou la conversation. Il n'est pas contre regarder une ou deux vidéos. Mais il ne souhaite pas passer toute une soirée à regarder des vidéos sur Internet, car pour lui cela annule tous les intérêts de l'amitié. C'est le contraire pour Nathalie qui passe tellement de temps avec ses amis qu'elle trouve cela normal qu'ils n'aient pas toujours de nouveau sujet de discussion : ils passent alors du temps ensemble à regarder des vidéos en ligne.

Quand tu en fais une activité, je pense que dès que quelqu'un à une idée de vidéo, tu la mets. Tu dis « ha, j'en ai une » un peu comme des chansons. Et là la personne en met une, puis quelqu'un va en mettre une autre. C'est quand même drôle d'ailleurs dans... j'ai l'impression... de ce que j'en ai saisi dans ces moments-là. Quand tu en viens à court de vidéos, il y a comme un malaise. Parce que là il faut que tu changes d'activité et que tu reviennes à la conversation, c'est étrange. Quand tu es à court, c'est drôle. (Nathalie, 3e entrevue)

Il est inutile d'établir des liens entre le lien social et le nombre de vidéos vue ou partagée. Car l'important est le lien d'amitié et comment il est entretenu.

Je me souviens de la vidéo, de l'image, quand tu fais une recherche, tu as les *thumbnails*. Je me souviens vraiment de l'image, de l'aperçu, je vais dessus directement. Je tape les mots clés, pertinent pour retrouver la vidéo. (Nathan, 2e entrevue)

Nous avons par ailleurs déjà abordé ce type d'activité dans la section maintien des relations. Le partage des vidéos peut avoir lieu en ligne ou hors ligne, avec plus ou moins d'intensité. Pour le dernier cas de figure, il s'agit de conversations alliant plusieurs modes d'échange. Une conversation peut y évoluer au fur et à mesure des rencontres et échanges de vidéo.

### **5.4.3 Les conversations mutables : de multiples partages dans le temps**

Dans ce troisième cas de figure, le partage de vidéo est comme un point d'articulation entre conversations, à l'image d'un maillon dans une chaîne. Toutefois, nous verrons que les conversations ne sont pas linéaires pour autant. Avant de poursuivre, je vais présenter ce que j'entends comme un partage de vidéo linéaire: une personne reçoit une vidéo et la fait suivre, il s'agit d'une transmission d'une vidéo d'une personne à une autre. *Proverbe sans frontière* est un bon exemple. Sandrine a reçu la vidéo de sa grand-mère et elle l'a transféré à ses stagiaires. Il y a une relation entre Sandrine et sa grand-mère, et entre elle et ses stagiaires aussi, mais il n'y a pas de lien direct entre la grand-mère et les stagiaires. On ne sait pas non plus si les stagiaires ont discuté entre eux de la vidéo ou s'ils l'ont diffusées à leur tour. Une seule vidéo a été transférée, et donc chaque envoi constitue un maillon de la chaîne. Cet exemple de partage est surtout étudié pour comprendre la propagation des vidéos virales (Li *et al.*, 2012 ; Mellet, 2009), la circulation et la diffusion de contenu. Beaucoup d'enchaînements ne deviennent pas viraux pour autant. Aussi peut-on se demander si les vidéos diffusées ainsi, ont plus de valeur que l'information qu'elles fournissent. Dans le cas de ce type de diffusion, je suggère qu'il n'y a pas de conversation à proprement parler.

Dans d'autres cas, les vidéos font partie de la conversation.

C'est plus suite à des discussions qu'on a eues ensemble en personne. On va prendre une bière ensemble, on parle souvent de musique. Après ça, dans les jours qui suivent, on va se partager des vidéos. Ça ne s'étalera pas sur le long terme. Ça suit souvent une discussion. Lui avec qui j'en échange le plus, ça fait longtemps qu'on s'en ait pas échangé parce que ça fait longtemps qu'on ne s'est pas vu, qu'on n'a pas parlé de musique. Mais la prochaine fois qu'on se verra, on va probablement parler de musique, on va s'échanger des disques. Et probablement que les 3 4 jours après, on va s'échanger des vidéos. Jusqu'à la prochaine discussion. (Martin, 3e entrevue)

Dans ce cas, ces échanges asynchrones sont comme des conversations par vidéo interposée. Ce que fait Martin avec les *échanges de musique* peut être défini comme des comportements nécessaires au maintien d'une relation stable ou compatible ; en d'autres termes, le maintien d'un certain niveau d'intimité ou de proximité (Tong & Walther, 2011). La conversation a plus ou moins la même importance dans les différents échanges de Martin. La spécificité du contenu dans le format vidéo permet d'avoir des discussions suivies avec quelqu'un. Martin explique l'utilité de la vidéo en comparaison aux émissions de télévision. La dernière donne lieu à des discussions assez limitées comme celle autour de la machine à café. Tandis que pour les vidéos, il sait qu'il en reparlera de façon plus profonde, et pourra l'envoyer à quelqu'un s'il est persuadé que ça interpellera la personne. Martin n'envoie pas des vidéos simplement pour informer son interlocuteur sur un sujet, mais bien pour en discuter ensemble. Ils seront ainsi sur la même longueur d'ondes lors de leurs prochaines discussions, car les deux auront vu la même vidéo. Martin a eu une plus longue discussion avec son frère à propos de la Suède que sur la musique avec son ami. Dans *Pont en Suède*, la discussion est cousue entre leurs rencontres et les courriels envoyés. Ainsi chaque vidéo envoyée alimente la prochaine discussion qui à son tour donnera lieu à de nouvelles recherches et partages de vidéo. Martin et son frère se sont longuement entretenus sur l'architecture et les pays nordiques. Dans *de la vidéo au mp3, et retour à la vidéo* Frédéric explique les raisons pratiques d'envoyer une vidéo plutôt qu'un fichier mp3. Un fichier mp3 peut vite s'avérer trop lourd pour être envoyé par courriel, alors qu'un lien YouTube est moins encombrant et tout aussi efficace.

Les vidéos en ligne sont un fil d'Ariane qui relie deux rencontres entre elles. Martin explique que lorsqu'il envoie des vidéos à des amis, et qu'ensuite ils lui répondent avec d'autres vidéos, « C'est comme si le partage de vidéo c'était comme des points d'articulation de discussion en discussion » (1<sup>re</sup> entrevue). Mais parfois, les vidéos peuvent apporter de nouveaux sujets de discussion « C'est comme un point de départ pour passer des discussions qui peuvent s'en aller ailleurs ».

*Cherche maison en région* nourrit également un échange concentré sur un sujet bien précis entre deux personnes. Stéphane et son père se parlent au téléphone après s'être échangé plusieurs résultats d'annonces immobilières et autres informations concernant l'achat d'un premier domicile. Après avoir échangé ces informations par courriel, Stéphane et son père se téléphonent pour débattre sur les points forts et faibles des habitations, la qualité du voisinage ou encore les services à proximité. Leurs conversations téléphoniques sont constructives et aideront Stéphane à faire un choix plus éclairé.

Que ce soit pour Martin ou pour Stéphane, l'important de l'échange réside dans les discussions. L'échange de vidéo sert de préliminaire à la discussion à venir. La vidéo est vue comme un outil aidant la communication et non plus comme un simple divertissement, ou pire une perte de temps. Une conversation peut à son tour provoquer l'envoi de vidéos « s'il y avait quelque chose qui m'avait fait penser. Il faut un déclencheur pour que j'envoie quelque chose. » (Martin, 3<sup>e</sup> entrevue).

Le partage de vidéo en ligne n'est pas une pratique systématique. Nous avons vu que les participants sont attentionnés dans leurs partages. Aussi, la vidéo est extrêmement flexible, elle est adaptée selon les besoins, les destinataires et les contextes. La plasticité du Web permet aux internautes de l'aménager à leur convenance. La « fluidification des formes de circulation sur le web » (Cardon, 2010a) se teinte avec les pratiques sociales ordinaires hors-ligne et se transforme avec les contenus et les architectures des SRS. Ainsi, dans la prochaine section nous verrons comment les concepts d'objet fluide et objet feu des STS peuvent nous aider à mieux théoriser ces pratiques.

## CHAPITRE VI : L'OUVERTURE D'ESPACES FLUIDES

L'interaction avec les outils de communication traverse aujourd'hui toutes les sphères d'activité : les loisirs, le travail, les services, la sociabilité. L'entrée des technologies informatisées dans les modes de vie manifeste, entre autres, par la modification des rapports entre l'espace public et l'espace privé et par l'émergence d'une nouvelle temporalité et spatialisation de l'action (Jouët, 1993, p. 112)

La remarque de Jouët, même si elle date de 1993, demeure pertinente à propos des NTIC. En effet, les participants mangent et discutent en regardant une vidéo. Les activités dites hors ligne et en ligne glissent librement les unes sur les autres. La distinction entre les deux ne peut être perçue nettement. À la manière d'un liquide dont le corps prend la forme du contenant qui le contient, les pratiques de partage de vidéo changent de forme selon les personnes et les contextes. Les pratiques de partage ne sont pas stables, elles changent sans cesse et évoluent. Insaisissable et mouvant, le partage de vidéos évoque ainsi la fluidité. Malheureusement les études sur Internet offrent peu d'outils pour appréhender cette fluidité. Toutes les pratiques décrites ici auront changé dans quelques années, voire quelques mois. C'est pourquoi je me suis tournée vers des concepts plus à même d'appréhender des objets plus désordonnés (*messy*) et constamment en changement, les concepts d'objet fluide et d'objet feu.

Nous avons proposé dans le cadre conceptuel, la topologie des objets fluides (pour étudier les objets qui se transforment et bougent), ainsi qu'une 4<sup>e</sup> topologie<sup>75</sup> des objets feu, afin d'appréhender des objets dont la nature est difficile et complexe (Law & Singleton, 2005). Le but de cette partie de l'analyse est de rendre compte de la multiplicité infinie des objets en traitant des vidéos en ligne comme des objets fluides (ou feu). À des fins de clarté et de

---

<sup>75</sup>Un bref rappel des quatre niveaux topologiques : 1) la région définie par les volumes, 2) le réseau par ses configurations stables, 3) l'espace fluide avec ses réarrangements relationnels graduels, et 4) l'espace feu basé sur les présences absentes.



compréhension, l'analyse qui suit fera des analogies avec ces objets emblématiques que sont l'anémie (Mol & Law, 1994) et la pompe à eau (De Laet & Mol, 2000). Ces analogies permettront de rendre concret ce concept hautement abstrait qu'est l'objet fluide ou l'objet feu, tout en revenant sur ses caractéristiques mentionnées dans le cadre conceptuel.

## **6.1 La fluidité des vidéos en ligne**

Est-il question, lorsque nous parlons d'objets, d'analyser les vidéos ou les pratiques qui les entourent ? Rappelons que les objets fluides sont des mobiles muables : ils se transforment, sans changement brusque ou discontinu, et circulent d'une région à l'autre (Mol & Law, 1994). Nous avons vu à travers la littérature d'autres objets analysés avec les concepts d'objet feu et fluide, tels que la baleine et la forêt. Ils sont qualifiés d'objet fluide ou d'objet feu par leurs interprétations et leur gestion à travers plusieurs topologies. Il ne s'agit pas de décrire leur essence. La pompe à eau n'est pas un objet intrinsèquement fluide. La pompe est un objet fluide parce qu'elle a des interprétations différentes, parce qu'elle peut être modifiée sans perdre son identité pour autant. C'est pourquoi il nous faut intégrer les pratiques avec les vidéos et voir le tout comme un assemblage. La vidéo est un objet d'étude comme la pompe à eau, mais ce n'est pas un objet dans le sens physique. La vidéo en tant qu'objet rejoint l'article sur l'anémie ou la maladie du foie, ce n'est pas l'objet seulement qui intéresse les chercheurs, mais la façon dont l'ensemble patient, institution, et médecin forment la maladie. Il en est de même pour ma recherche : ce n'est pas le contenu des vidéos qui m'intéresse, mais bien l'assemblage des vidéos et ce que les gens en font. Si l'objet ne se modifie pas tout seul, certaines caractéristiques participent néanmoins à sa fluidité, ce que nous verrons à travers le détail des différentes caractéristiques.

### **6.1.1 Frontières floues**

Les frontières floues permettent à l'objet de se transformer sans pour autant perdre son identité. Ainsi, le partage de vidéos en ligne et même lorsqu'il s'agit de plusieurs personnes

regardant un écran – ne peut être confondu avec l’acte de regarder un film ou une série télévisuel. C’est que les vidéos en ligne brouillent plusieurs frontières. La plus évidente est celle séparant les activités en ligne et hors ligne. Viennent ensuite les frontières spatiales (géographiques), les frontières entre les activités, ce qui est inclus dans la définition d’une vidéo en ligne, et finalement, où tracer la ligne de démarcation pour un échange de vidéo réussi.

Les participants ne voient pas leurs expériences en ligne séparées de leur vie quotidienne. Aurélie, Frédéric et Nathalie disent se lever avec leur téléphone portable connecté à Internet, et consulter grâce à cela leurs courriels, les informations, ainsi que les notifications des SRS au saut du lit une fois que ce dernier les réveille<sup>76</sup>. Les Internauts ne rentrent plus dans le cyberspace en laissant le monde réel derrière eux. Internet est rentré dans la vie de tous les jours. Même en vacances, loin de son quotidien, un individu peut rester en contact avec ses proches et son travail. Cette fluidité efface ou brouille tout du moins les distinctions entre travail et loisir, vie de tous les jours et voyage. Ce n’est pas uniquement la frontière privé-public qui est floue, mais celle de travail-récréation. Höflich (2006) rappelle que le téléphone était fixe auparavant, et qu’il fallait se rendre à lui pour l’utiliser. Mais le téléphone cellulaire est libre lui de localisation physique. Il en est de même des ordinateurs de plus en plus portables. Et comme nous l’avons vu avec les participants, ces machines se retrouvent dans la cuisine, le salon, la chambre à coucher, mais aussi à l’extérieur, dans les lieux de travail.

Les frontières restent floues entre les activités. Les participants discutent-ils en regardant des vidéos ou bien l’inverse ? Toute la section portant sur les conversations et partages « en présence » montre à quel point il est difficile de les séparer. Parfois la vidéo déclenche une discussion, parfois l’inverse.

---

<sup>76</sup> Au-delà de l’idée de convergence des médias, les téléphones cellulaires servent à faire d’autre chose, plus qu’à téléphoner : prendre des photos, jouer, vérifier la météo, les transports en commun, etc.

Des différences existent aussi entre les pratiques des différents SRS. Pour Mol et Law (1994) les éléments du diagnostic de l'anémie changent selon la région géographique. En conceptualisant la pratique de partage comme un mobile muable, on peut concevoir chaque SRS comme un lieu différent. Il y aurait ainsi des partages de vidéo adaptés à chaque plateforme. Pour Frédéric, Facebook concerne davantage les amis, et Twitter serait plus professionnel et sérieux. Aurélie porte presque le même regard sur ces plateformes, mais elle donne une explication plus précise sur pourquoi elle ne synchronise pas tous ses SRS :

Je trouve que ce n'est pas le même public, que ce n'est pas la même façon de s'exprimer, que ce n'est pas le même message qui doit passer. Facebook, pour moi c'est beaucoup plus personnel, mes amis, même si j'en ai 600, je devrais faire le ménage. Je me permets d'aller plus loin, ou je détaille plus mon opinion. Twitter je vais plus mettre comme une phrase-choc, ou... des fois je peux passer le même contenu, dans les 2 médiums, mais ce n'est pas systématique. (Aurélie, 2e entrevue)

Comme le souligne Aurélie, les différences des pratiques ne sont pas absolues. Et il serait hasardeux de tracer des séparations nettes et précises, car cela ne représenterait pas la réalité des pratiques des individus.

La frontière est floue pour délimiter ce qui est ou pas une vidéo en ligne. Kevin explique lors de la première entrevue qu'il regarde beaucoup d'épisodes de séries, ou d'émissions sur Internet. Il parle de contenus originellement diffusés à la télévision et qui sont par la suite rediffusés en ligne sur les sites des chaînes de télévision. Est-ce que cela veut dire que Kevin regarde la télévision, la télévision sur Internet *via* des vidéos en ligne ?

De Laet et Mol (2000) posent cette question pour la pompe à eau : quand remplit-elle son rôle ? Est-ce seulement lorsqu'il y a de l'eau ? Ou alors est-ce pour de l'eau propre à la consommation ? Il en va de même pour les vidéos : il est parfois difficile de définir si un partage a « réussi ». Quand peut-on dire qu'une vidéo s'est bien rendue à son destinataire, ou encore, faut-il un retour à propos d'une vidéo ? Avec *Les échanges paranormaux des intérêts d'un père et de sa fille*, il y a bel et bien eu des échanges, mais peut-on qualifier ce partage de fructueux ? Nathalie trouve que ce n'est pas un grand succès, car lorsque son père lui

montre son émission préférée, elle ne la regarde pas jusqu'au bout. Mais ce n'est pas non plus un échec total, puisqu'elle passe tout de même du temps avec ses parents.

Ce n'est pas que ça ne m'intéresse pas, mais il y a un peu de ça. En même temps, je suis là pour souper et passer du temps avec eux. Et je sais que ça leur fait plaisir de me montrer leurs vidéos. Alors je les écoute avec eux. (2e entrevue)

Elle n'a pas refusé de façon catégorique de voir les vidéos. Peut-on dire que le succès d'un partage ne se résume pas à la réception du lien de la vidéo par le destinataire ? Dans certains cas on pourrait l'affirmer : l'expéditeur peut estimer qu'il a fait sa part, qu'il a effectivement partagé la vidéo. La mère de Kevin, par exemple, lui envoie des vidéos de chat. Il ne les regarde pas, mais il sait que cela ne sera pas nocif à leur relation. Dans d'autres cas, il faut que la vidéo soit regardée et qu'il y ait un *feed-back*, comme le colocataire de Nathalie qui veut voir sa réaction concernant les chiots dans *Viens voir les bébés chiens*.

### 6.1.2 Identité multiple

Nous avons vu dans la première partie de l'analyse que le partage des vidéos en ligne peut constituer une illustration, une activité de groupe, une pensée pour quelqu'un, et bien d'autres choses encore. Tout comme la Bush pompe, une vidéo en ligne existe à plusieurs niveaux, son identité est donc fluide et multiple. Une même vidéo peut assumer différentes identités selon la personne qui la regarde, l'heure dans la journée, et l'endroit physique du visionnage (à la maison, au travail...), sans mentionner que chaque personne a sa propre appréciation du contenu visionné.

Certaines identités peuvent émerger à partir de l'utilisation collective de la technologie pour atteindre un certain niveau, tout comme la pompe qui participe à la construction de la nation et aux infrastructures de l'eau. Ainsi, certaines pratiques de partage se construisent-elles socialement, comme nous l'avons vu avec l'étiquette du partage. Les participants n'auraient pas développé ces règles du bon partage s'ils avaient été isolés. Des significations différentes sont, comme mentionné plus haut, données aux différentes plateformes. Comme nous

l'avions vu dans la section maintien des relations sociales, il est parfois approprié d'échanger une vidéo avec quelques personnes seulement :

À la différence que le contexte est peut-être différent. Tu n'es pas sur Facebook, tu as un groupe restreint. C'est peut-être un meilleur ami. La nature de ce que tu vas partager peut changer. La même vidéo, peut-être tu ne le partageras pas sur Facebook, mais tu vas la partager avec des amis. Ça reste le même genre de motivation. (Pascal, 3e entrevue)

Une même vidéo peut revêtir plusieurs identités selon l'interprétation que les internautes lui portent, mais aussi d'après le moment de son visionnement. Avec *Des pleurs sous la pluie*, Aurélie et ses amis se moquent des vidéos kitsch, bien qu'à l'origine la vidéo fut partagée en guise de commentaire sur la météo trop pluvieuse. Mais la chanson de Mario Pelchat fut disque platine. Des milliers de personnes ont donc acheté ses CD, ce n'était sûrement pas pour se moquer de son côté ringard, mais pour la musique. On peut facilement imaginer des individus qui apprécient véritablement ces vidéos, soit par nostalgie, soit par chagrin d'amour, ou alors des touristes par souvenir de leur visite au Québec, et bien d'autres raisons que nous ne pouvons même pas imaginer.

Prenons la Vignette *Day-O*, pour illustrer la présence de plusieurs identités, allant du niveau individuel à celui collectif, jusqu'au niveau gouvernemental. Au niveau individuel, Aurélie s'est réveillée avec la chanson en tête, chanson qu'elle a tout de suite associée à une scène du film *Beetlejuice*. « Day-O (Banana Boat Song) », qui a été utilisée à bon escient dans la scène du dîner de fête où tout le monde autour de la table est possédé et danse à la musique. La possession spirituelle comme numéro musical appel à humour, tout comme les personnages, absorbés par la musique se mettent à danser. Ce clip est pour Aurélie une des meilleures scènes du film. Aurélie a partagé la vidéo sur sa page Facebook, et de nombreuses personnes ont répondu. Ils ont apprécié le fait qu'elle ait partagé la vidéo. Non seulement le partage leur a rappelé individuellement le film en question, mais cela les a amenés à partager leurs souvenirs en public sous forme de discussion.

J'ai partagé ça parce que ça m'a fait rire, il était 8 h le matin, je me suis dit que les gens ça va les faire sourire pour commencer leur journée, effectivement, beaucoup de like, et beaucoup de « oh mon dieu, j'avais oublié cette scène-là, c'est tellement la meilleure scène ever ». Il y a du monde qui a écrit ça. (Aurélie, 3<sup>e</sup> entrevue)

Tous dans ce groupe d'amis ont vu le film, il fait partie de leur génération et constitue une référence culturelle<sup>77</sup> populaire, c'est-à-dire du matériel culturel qui a été approprié et intégré dans la vie quotidienne de ses consommateurs (Jenkins, 2006a).

Le même extrait vidéo possède également une identité pour la compagnie Facebook, car cela génère du trafic<sup>78</sup> sur la plateforme et participe donc à la réputation de Facebook. Aussi, de plus en plus de gens reconnaissent la démarche capitaliste de Facebook. Jenkins *et al.* (2012) explique qu'il ne faut pas réduire le Web 2.0 à la monétisation de la marchandisation des contenus générés par les utilisateurs, mais que les publics utilisent des contenus commerciaux en tant que matière première pour leurs interactions sociales. Toutefois, les interactions sociales en ligne peuvent également être source de revenu. La vignette a donc permis à Facebook de tirer des informations sur ses utilisateurs, qui pourront être par la suite traduites dans des données marketing. Concernant la collecte des données privées par Facebook Aurélie explique :

Il ne faut juste pas y penser. (rire) Chaque fois qu'on me parle de ça, je me dis, écoute il y a combien de millions de personnes sur Facebook, je ne peux pas croire que c'est intéressant ce que moi je fais. C'est pour des données marketing. Qu'il y ait de la pub qui soit pour moi, à droite de mon écran, je m'en fou. Je peux comprendre que ça dérange. Surtout que Facebook est comme pas clair. (Aurélie, 2<sup>e</sup> entrevue)

---

<sup>77</sup> Il y a un lien ici avec les études sur la réception qui considère l'interaction des personnes autour d'un contenu populaire représente le public dans la production culturelle (Abercrombie & Longhurst, 1998).

<sup>78</sup> Toute une littérature existe sur la démarche capitaliste des SRS, expliquant entre autres comment les infrastructures technologiques du Web 2.0 exploitent la participation des internautes. Voir Petersen (2008).

On pourrait imaginer que la personne qui a mis l'extrait de *Beetlejuice* sur YouTube a une certaine relation avec le film. Quelle identité cette vidéo a-t-elle pour lui ? Ce partage cherche-t-il juste à accroître sa réputation ? Comment l'a-t-il téléchargée ; à partir d'un DVD, une version piratée, ou bien l'a-t-il trouvée sur Internet déjà découpée ? Pour quelles raisons avoir mis cette vidéo sur YouTube ? Une des motivations pourrait être l'archivage, comme un acte de sauvetage (Aufderheide & Jaszi, 2008). D'ailleurs, les participants apprécient que des personnes se donnant du mal à télécharger des contenus plus ou moins anciens provenant de médias traditionnels. Retrouver d'anciens contenus est l'un des aspects positifs soulignés par les participants à propos de YouTube.

Au niveau gouvernemental, ce genre d'échange de contenu pose problème en terme de légalité et d'action citoyenne (Heikkilä, Ahva, Siljamäki, & Valtonen, 2011 ; Leung, 2009), ce qui confère encore une autre identité à la vidéo. De plus, chaque pays et chaque plateforme ont leurs propres règlements concernant les droits d'auteurs, les suspensions de comptes utilisateurs ou encore la suppression de vidéos<sup>79</sup>. Enfin, qu'en est-il de l'identité de cette vidéo pour les producteurs de *Beetlejuice* ? Voient-ils cela comme un vol de contenu ou plutôt comme un hommage au film ?

En résumé, cette vignette a une identité de « moment de bonheur » pour Aurélie. Avec les gens avec qui elle l'a partagée, il s'agit-là d'une « référence culturelle », mais aussi d'un potentiel marketing pour Facebook, et pour les organismes de réglementation, une identité « d'illégalité ». La vidéo a également une identité pour la personne qui a téléchargé le clip sur YouTube, car cela génère également du trafic sur sa vidéo. Autant d'intéressés et de perspectives peuvent se déployer dans une analyse du partage de vidéo.

Les identités multiples se chevauchent entre elles de manière continue à travers des nuances de dégradés. La gradation des différentes identités se fait dans la continuité. Et cela, bien

---

<sup>79</sup> À titre d'exemple, en France, seuls les ayant droits sont autorisés à publier des extraits de leurs films sur YouTube <http://bnf.libguides.com/droit-films>

entendu, est lié au fait qu'il n'y a pas de frontière nette, ce qui permet également d'avoir des mélanges.

### 6.1.3 Mélange

La pompe à eau est un mélange d'interactions et d'éléments différents. Les partages de vidéos sont un mélange de vie quotidienne (des conversations, des personnes avec qui partager les vidéos), de médias (les vidéos), de technologies (ordinateur, tablettes, une connexion Internet) et de subjectivités (des bonnes pratiques de partages, des motivations à partager les vidéos). Dans la première partie de l'analyse, nous avons exploré les subjectivités des participants en lien avec leurs vies quotidiennes. Ici, nous verrons plus en détail les mélanges de différentes technologies, les mélanges d'activités, et les mélanges des définitions des vidéos en ligne. Aussi, quand on repense à la section maintien des relations, une vidéo peut aider à une communication phatique, mais seulement dans certaines circonstances. La vidéo ne tient jamais vraiment seule comme un message phatique, car elle nécessite un mélange de circonstances ou d'échange constant d'informations entre les personnes.

D'un point de vue technologique, les SRS sont perçus par les participants comme des mélanges de plusieurs fonctionnalités :

*À correspondre, je le vois comme une espèce de mail plus plus. Une espèce d'amalgame entre le courriel, le chat, puis le fait que les gens ont des profils aussi. Ce côté beaucoup plus social, communication écrite surtout. (Kevin, 3e entrevue)*

La définition de Kevin concernant les SRS, rejoint aussi le fait que plusieurs participants disent de moins en moins utiliser le téléphone. Et surtout, elle réalise les prévisions de Licklider en 1968:

*You will not send a letter or a telegram; you will simply identify the people, be linked and perhaps specify a coefficient of urgency. You will seldom make a telephone call; you will ask the network to link your consoles together. (Licklider & Taylor, 1968,p.38)*



Cette caractéristique de mélange se retrouve dans les définitions des vidéos données par les participants. La façon dont ils qualifient les vidéos en ligne est intimement liée à l'utilisation qu'ils en font. La vidéo en ligne ne correspond pas à quelque chose de très précis. Chaque participant approche les vidéos en ligne différemment, et nous pouvons même retrouver des aspects de mélanges dans leurs définitions. Entre apprendre, s'amuser, ou revoir d'anciens contenus télévisuels, la vidéo en ligne permet effectivement de faire beaucoup de choses :

Ils [les vidéos] peuvent servir dans un point de vue informationnel, divertissement. YouTube c'est là pour les trucs pratiques comme comment tricoter (...) Des entrevues avec des artistes, des concerts. Aussi le fait bien sûr que tu n'es pas obligé d'enregistrer les trucs qui passent à la télé. Ils sont là tout le temps. Tu vas le chercher quand tu veux. (Pascal, 1re entrevue)

Pascal nous donne ci-dessus une définition très concrète de ce qu'il fait avec les vidéos en ligne. Martin donne des éclaircissements sur les raisons qui le poussent à utiliser des vidéos en ligne. Il les compare à un complément au langage, à un ensemble de connaissances et d'objets qu'il peut utiliser à sa guise, allant d'émission jeunesse à des entretiens avec des philosophes, en passant par la musique. Finalement, c'est Frédéric qui nous fournit la définition la plus riche en abstraction :

Il n'y a pas comme un ensemble d'impératifs distincts des autres formes. Pour moi, c'est comme juste un ensemble de médium, de média qui peuvent servir à générer de la conversation, du commentaire, des impressions. (Frédéric, 1re entrevue)

Les propos de Frédéric sont directement liés aux caractéristiques précédentes de frontière floue et d'identité multiple. La vidéo a de multiples fonctions et s'inscrit dans les pratiques en ligne de Frédéric pour nourrir ses fils de nouvelles, échanger des idées, etc.

Il y a aussi des pratiques qui mélangent plusieurs technologies. Aurélie estime que la télévision se regarde avec Twitter :

Durant les Olympiques, à la limite tu n'avais même pas besoin de regarder les compétitions. (...) j'ai l'impression que c'est

particulier au Québec, cette espèce de mélange télé Twitter, qui est vraiment intense. (Aurélie, 2e entrevue)

Aurélie pense que les Québécois aiment se quereller, et Twitter est un bon outil pour le faire. De plus, même si les gens sont seuls chez eux à regarder la télévision, envoyer et répondre à des Tweets permet de se sentir moins seul. Ceci fait partie d'une nouvelle pratique de visionnement de la télévision, comme l'explique Ferguson (2011). Les fans de programmes en direct se connectent entre eux, en utilisant les médias sociaux, ainsi la télévision redevient un événement à ne pas manquer. Les réseaux sociaux semblent inverser la tendance vers le visionnement en différé (asynchrone) des émissions. Ainsi la combinaison télévision et SRS (en particulier Twitter) permet au téléspectateur de participer à une grande conversation autour d'un programme, rendant à la fois les deux technologies plus présentes. La télévision, parce que les gens ne regardent pas que pour le plaisir, mais aussi pour le plaisir de discuter avec d'autres, et les fils de nouvelles des SRS sont centrés sur un sujet qui les intéresse.

Prenons un autre exemple de mélange de technologie réussi : *Cherche maison en région*. La vignette est un mélange de conversation téléphonique et de liens échangés sur la messagerie Facebook. Stéphane partage avec son père ce qu'il trouve comme information à ce propos. Une fois que ce dernier l'a regardé, ils peuvent en discuter tranquillement :

En ce moment je magasine une maison, donc j'envoie plein de de trucs de maison, s'il fallait que je lui décrive, ça prendrait une éternité. (...) Tu envoies le lien vidéo, le lien, quelques jours après, tu le rappelles, ça va être plus par téléphone. Ça me permet de lui envoyer de l'information qui ne s'envoie pas par téléphone. (3e entrevue)

On pourrait imaginer d'autres mélanges potentiels de technologie que ceux qui ont été actualisés. Plutôt que d'envoyer des liens, Stéphane aurait pu, par exemple, scanner les pages d'un journal et les envoyer à son père sous forme de photos. Ou encore, avoir une téléconférence et montrer des photos d'agence et de journaux. Même en altérant les différents éléments, le but resterait le même, comme la pompe à eau sur laquelle des pièces sont remplacées par d'autres éléments (De Laet & Mol, 2000). Et ainsi, la vignette conserve son sens initial, à savoir Stéphane demandant conseil à son père.

### 6.1.4 Robustesse

La robustesse des objets fluides découle de ses multiples identités. Le contenu d'une vidéo en ligne peut changer de format ou de plateforme tout en restant le même. En principe, les participants tiennent pour acquis que les vidéos sont disponibles sur Internet. Il y a une forme de fiabilité dans l'hébergement des vidéos par les plateformes, en particulier YouTube. Et si l'internaute n'arrive pas par un chemin à une vidéo désirée, il peut en trouver d'autres. Si le lien vers une vidéo est brisé, une autre vidéo similaire peut être trouvée sur la même plateforme, ou sur un autre site web. Il s'agit d'une fiabilité qui n'est pas fixe. Il n'y a pas de point de passage obligatoire, ce qui rend la pratique robuste face aux changements possibles sur Internet. De plus, les vidéos trouvées et échangées ne sont pas des contenus importants. Rarement, les participants ont-ils exprimé un besoin de conserver les vidéos.

Même si la pratique de partage de vidéos change, elle résiste aux altérations. La pratique peut perdurer car, non seulement il y a une fiabilité dans l'hébergement des vidéos par les plateformes, mais une prévisibilité dans la quantité d'utilisateurs des SRS, ce qui confère une certaine stabilité dans l'ensemble. Bien que l'interface de Facebook change régulièrement, il est difficile d'imaginer que la plateforme en question disparaisse du jour au lendemain. Ou, comme explique Aurélie, il est difficile d'imaginer que les millions d'utilisateurs de Facebook décident d'arrêter de consulter leur page Facebook ou se déplacent vers un autre SRS. « Ils ont quand même l'avantage de la base qui est solide » (Aurélie, 3<sup>e</sup> entrevue). En effet, plus un internaute passe du temps à utiliser un SRS, plus le site devient personnel et riche en anecdotes biographiques, ce qui complique toute migration vers un nouveau SRS (Petersen, 2008). De plus, comme le souligne Pascal « tout le monde est en ligne. C'est facile, c'est rapide. » (2<sup>e</sup> entrevue).

L'intégration des NTIC dans le quotidien permet une certaine souplesse dans les communications (Wright & Webb, 2011) avec le choix des canaux de diffusion, messages synchrones ou asynchrones. De la même manière, les partages de vidéos sont suffisamment

souples et solides pour résister au tumulte du quotidien. Une vidéo partagée peut être visionnée à la convenance du récepteur. Si quelqu'un n'a pas visionné la vidéo qu'on lui envoie, on peut lui redemander de la visionner, on peut même la lui renvoyer au besoin. Concernant les discussions en ligne, même si un internaute arrive au milieu, il peut relire les anciens messages pour être au courant de tout ce qui a été dit. Dans une vue d'ensemble, le partage de vidéos se fait en continu : il n'y a pas de début ou de fin, les points de départ sont différents pour tout le monde.

Sur Facebook par exemple, quelqu'un partage quelque chose. Peut-être que lui a une discussion avant de le poster. Si toi tu le vois pour la 1<sup>re</sup> fois, tu le partages à ton ami. Il y a les 2, ça part et ça complémente. Mais, oui... tu postes, on jase après, il y a des commentaires. C'est une discussion de lancée. Est-ce que la vidéo était le point de départ ? Encore là, ça dépend. Encore là, pour qui. Il y a un point de départ pour tout le monde. Les points de départ sont différents pour tout le monde. (Pascal, 3<sup>e</sup> entrevue)

Un dernier point important concernant la robustesse est central à cette recherche : il s'agit de la motivation à partager. Comme le souligne Pascal dans l'extrait ci-dessous, l'envie de partager des vidéos est aussi forte que l'on soit en ligne ou hors ligne :

C'est souvent la personne qui l'a peut-être déjà posté sur son mur. Il va dire, « avez-vous vu ce que j'ai mis sur mon mur ? » On va dire non. On va se ramasser sur YouTube parce qu'il va nous le montrer. Je pense que c'est la même motivation que de poster sur un mur. (Pascal, 3<sup>e</sup> entrevue)

Pour résumer, il ne faut pas confondre robustesse et rigidité. Le partage de vidéos est une pratique robuste, car non seulement souple et flexible, mais également capable d'adaptabilité, ce que nous verrons dans la prochaine sous-section.

### **6.1.5 Continuité et adaptabilité**

La continuité des objets fluides permet d'illustrer toutes les nuances possibles dans les partages des vidéos. Il n'y a pas de grands sauts ou de perturbations. Au lieu de cela, il y a un processus de changement progressif (Law & Mol, 2001). Cette définition s'applique bien

aux SRS, lesquels évoluent constamment, tant il est difficile de se rappeler comment ils étaient il y'a quelques années de cela. Comme l'ont souligné Shklovski *et al.* (2006), l'Internet est une technologie malléable et diversifiée. Ses effets diffèrent en fonction de la finalité de son utilisation. Pour les participants, YouTube se transforme selon le besoin, devenant livre de cuisine, leçon de musique, salle d'entraînement, moyen d'expression, station de radio, ou contenu pédagogique.

Considérer l'objet de recherche qu'est la pratique des internautes comme un objet fluide nous évite de le considérer comme quelque chose de totalement nouveau. Mais cela nous amène à nous pencher sur son ancrage dans des habitudes remontant à des origines analogiques. En prenant l'exemple de l'utilisation du magnétoscope qui permet de s'affranchir des horaires de diffusion télévisuels Jouët (1993, p.107) explique que « le caractère actif de l'usage se repère dans des comportements de mobilité, de sélection et de diversification de l'emploi des *mass media* ». Depuis l'apparition des médias de masse, les pratiques des usagers n'ont eu de cesse d'évoluer.

La fluidité de la pompe, sa variabilité, contribue également à son succès puisqu'elle se déplace et s'adapte aux contextes locaux (Law, 2002). Dans les pratiques de partage, des variations d'intensité et de contenu sont possibles, tout en restant une pratique continue. Sandrine fut plus active en termes de partage durant la grève étudiante :

Le nombre de vidéos que l'on m'envoie par courriel ou de liens qu'on me demande d'aller vérifier, voir par intérêt, n'a pas nécessairement augmenté dans mon cas, mais le nombre de – moi – de liens que j'ai envoyés à d'autres, moi j'ai constaté que j'ai envoyé beaucoup plus de choses dans le contexte de la grève (Sandrine, 3e entrevue)

Les participants adaptent leurs pratiques selon les événements de leur vie, comme un nouveau bébé pour Aurélie ou un nouveau pays pour Nathan :

Ce n'est pas aussi précis, mais je sais que je passe plus de temps sur Facebook maintenant dans la matinée, parce qu'en Europe c'est en soirée. Donc c'est vraiment pour rester en contact. Mais l'inverse, quand je suis chez moi, je suis plus

sur Facebook en soirée pour rester en contact avec les locaux. Donc ça varie. Mais, maintenant, j'aurais peut-être plus d'amis ici, donc ça va changer. On va voir, à long terme. (Nathan, 2e entrevue)

Parfois, ce sont simplement les habitudes qui fluctuent sans raison précise. Pascal explique que ses pratiques ne sont pas constantes, il a des périodes avec plus de partage et d'autres avec beaucoup moins :

Je suis dans une période où pfff. Je suis vraiment occupé, ça ne paraît pas. (rire). Je ne suis pas en mode communication. Il y a du monde, ça fait longtemps qui n'ont pas entendu parler de moi. (Pascal, 1re entrevue)

Pour faire un parallèle avec une autre technologie, comme la télévision, Taylor et Harper (2003) ont montré que durant la journée et le week-end, le visionnement de la télévision était beaucoup moins structuré et très dépendant de facteurs externes tels que la météo et la saison. Ainsi le partage de vidéos, et plus largement l'usage d'Internet, est-il incorporé dans les fluctuations de la vie quotidienne (Anderson & Tracey, 2002).

Les vidéos en ligne, tout comme la pompe à eau (De Laet & Mol, 2000), se révèlent être adaptables de manière inattendue. Les entrevues ont montré l'existence de plusieurs adaptabilités. La première est directement liée à la nature de la technologie numérique, la seconde touche à la flexibilité des contenus et de l'appropriation des contenus, et la dernière concerne les pratiques mêmes des participants. Je n'ai pas trouvé une seule vignette qui illustre les trois types d'adaptabilité, mais certaines renvoient bien à un niveau ou à l'autre. Pour chaque type d'adaptabilité, différents exemples seront mobilisés.

La première concerne l'adaptabilité du numérique (Manovich, 2001). Prenons une vignette où la vidéo est vraiment comme un liquide que l'on transvase d'un contenant à un autre : *De la vidéo au MP3, et retour à la vidéo*. Les vidéos de YouTube sont en format flash<sup>80</sup> et jouent directement en utilisant HTML5 dans les navigateurs pris en charge. En général, le

---

<sup>80</sup>[http://fr.wikipedia.org/wiki/Flash\\_Video](http://fr.wikipedia.org/wiki/Flash_Video)

téléchargement de vidéos mises en ligne par d'autres utilisateurs sur YouTube n'est pas autorisé. Mais dans la vignette, la vidéo YouTube a été téléchargée en ne conservant que l'audio et convertie au format mp3. Le contenu est assez robuste pour subir des changements de format. Cela n'a rien de remarquable, car c'est là caractéristique des technologies numériques. Tout contenu numérique est maniable et diffusable (Gane & Beer, 2008). Avec le Web 2.0, les vidéos sont encore plus facilement diffusables puisque seul le lien URL suffit à les partager. Cependant, même si l'adaptabilité numérique est bien reconnue, il reste des contraintes physiques, c'est-à-dire que tout n'est pas dématérialisable.

Deuxièmement, il y a adaptabilité du contenu des vidéos, qui est approprié différemment selon la situation. Les études de la réception montrent que tout le monde ne regarde pas la même vidéo de la même façon, et cela pour des raisons individuelles, culturelles et sociales. Les internautes interprètent les vidéos sur la base de leurs expériences antérieures. Ils savent reconnaître très vite le genre ou type de vidéo, et décident ainsi de continuer à en regarder une ou non. Ces conventions et attentes sont mûries et apprises au fil du temps. Elles ne se limitent pas aux contenus, mais aussi à la manière de les partager. Les participants ont intégré les vidéos en ligne dans leurs boîtes à outils de moyens de communication. Cela est possible parce qu'ils ont regardé beaucoup de contenus audiovisuels, que ce soit au cinéma ou à la télévision (ces contenus sont facilement disponibles sous forme de clip sur YouTube). Ils peuvent, de cette manière, choisir des extraits de films dans leur répertoire pour illustrer ou commenter quelque chose, comme le fait Frédéric avec ses *Vidéos sous le coude*. Chaque fois qu'il voit des photos floues sur Facebook, il poste comme commentaire la photo floue d'une scène du film *Deconstructing Harry*, où Robin Williams apparaît flou. Dans le film, la scène montre à quel point le personnage s'inquiète de perdre son but dans la vie, à tel point qu'il est littéralement flou. Frédéric ne se sert pas de la scène pour dire aux gens de se concentrer sur leur carrière, mais de faire un clin d'œil à leur photo floue.

Enfin, la forme d'adaptabilité la plus remarquable à mon avis concerne les pratiques elles-mêmes qui s'informent et s'adaptent mutuellement selon le vécu des participants. Aurélie

explique que si elle n'avait pas été en congé maternité, elle n'aurait pas autant partagé durant la grève étudiante

Si j'avais travaillé 5 jours semaine, c'est sûr que je n'aurais pas été autant sur Facebook, à partager du contenu. Si j'avais fait du 9 à 5 du lundi au vendredi, j'aurais fait comme tout le monde. J'aurais partagé un peu le soir et tout. Mais jamais je n'aurais pu être informé comme j'étais informé. J'étais *pluggé* sur la télé, sur Twitter, j'avais mes journaux. Je passais ma vie à faire... Si j'avais travaillé, j'aurais fait comme tout le monde. (Aurélie 2e entrevue)

Nathan a changé ses habitudes d'utilisation de Facebook en venant à Montréal. La grève étudiante a permis à Martin de découvrir la richesse de YouTube. De plus, dans la section sur les bonnes pratiques, nous avons vu que la façon dont les participants vivent l'expérience d'une plateforme ou d'un contenu se répercute sur leurs pratiques de vidéo. Écœurés de voir des contenus non pertinents sur Twitter, ils vont faire attention, à ne pas mettre des choses non pertinentes tant sur Twitter, que sur Facebook ou d'autres SRS.

### **6.1.6 La disparition de l'inventeur**

Nathan et Ingrid filment des événements. De manière générale, les vidéos, que les participants partagent, sont téléchargées là par quelqu'un, reprises par quelqu'un d'autre. Il est rare que l'on se soucie de la source ou du cheminement de la vidéo. Contrairement à des travaux académiques, où le plagiat est très mal vu, nul besoin ici de citer ses sources pour les vidéos. Quand Frédéric partage une de ses *Vidéos sous le coude*, il ne fait aucune mention de la personne qui l'a mise sur YouTube. Peut-être même a-t-il utilisé différentes vidéos du même extrait de film. Par contre, Stéphane se montre un peu plus soucieux, en particulier sur les droits d'auteur, car il modifie et diffuse les contenus pour ses cours :

On le partage, mais fermé. C'est-à-dire que c'était par Hotmail soit par Facebook, mais fermé, ça veut dire que personne d'autre ne peut le voir. Parce qu'il y a tout le temps les droits d'auteurs, il faut faire attention (Stéphane, 1re entrevue)



Il n'est pas non plus important de savoir qui est le créateur d'une vidéo. Exception faite d'Ingrid qui apprécie certains entraîneurs qu'elle recommande sur son blogue ou Nathan qui suit certaines chaînes YouTube et partage certains de leurs contenus, la source ou l'origine d'une vidéo est rarement un critère qui motive le partage chez les participants. Si on reprend l'exemple de la vignette *Day-O*, Aurélie ne pense pas à la personne qui a mis l'extrait du film quand elle partage la vidéo sur Facebook. Tout ce qui l'intéresse c'est de l'avoir trouvée afin d'exprimer ce qu'elle a ressenti ce matin-là.

Nathan qui filme les concerts et diffuse les vidéos sur YouTube, ne se sent pas concerné si quelqu'un les repartage. Il se dissout dans la masse de créateurs de vidéos dans YouTube comme le créateur de la pompe à eau qui s'est dissous dans l'environnement, laissant disparaître toute trace d'héroïsme (De Laet & Mol, 2000).

## 6.2 Les instances feu des vidéos

Pour certaines vidéos ou situations de partage, la métaphore de l'espace feu semble plus appropriée que la fluidité. Les objets feu dépendent de la différence, comme la présence de flammes et l'absence de carburant. Ils sont imprévisibles, caractérisés par la disjonction, et sont énergétiques, transformatifs (Law & Singleton, 2005). Aussi, les objets feu se caractérisent-ils par l'imprévisibilité, puisqu'ils se réalisent en disjonction.

De nombreux facteurs et contextes rentrent en jeu lors des partages de vidéos, et nombre d'entre eux sont invisibles.

C'est assez compliqué. Justement ça dépend de la situation. Ça dépend de la vidéo. Ça dépend comment j'interprète ce que les autres s'attendent de voir sur Facebook. C'est le bazar. Il y a plein de facteurs. (Pascal, 1re entrevue)

Les objets feu sont générés en juxtaposition avec les réalités qui sont nécessairement absentes, même si les objets montrent des aspects de ces réalités (Law & Singleton, 2005). Nathan par exemple, est présent à Montréal et absent de Belgique, mais lorsqu'il partage une vidéo pour ses amis restés en Belgique, Nathan diminue un peu son absence.

Comme la flamme qui vacille dans le vent et clignote, les objets feu vacillent entre présence et absence. Les propos des participants à propos des vidéos lors de rencontres font échos à ce vacillement. Une vidéo sera montrée abruptement et tout aussi vite oubliée dans le flot des conversations.

Les objets feu ne se maîtrisent pas et sont imprévisibles, tout comme ce qui peut arriver après le partage d'une vidéo sur Facebook. Law (2005) explique que les objets feu ressemblent plus à des feux de brousse qu'à des feux de cheminée. Il est parfois difficile de contrôler des feux de brousse. Il en est de même pour le partage de vidéo : il est difficile de dire si un même contexte garantit les mêmes partages. Ainsi les pratiques de partage sont adaptables, mais elles ne sont pas stables et prédictibles.

Avec *Inciter à voter*, Aurélie n'a pas de garantie que les gens qui ont vu les vidéos vont reproduire ce qui y a été montré. Aussi, comme nous l'avons vu dans la section concernant les bonnes pratiques, certains participants essayent d'anticiper la réaction de l'autre. Mais ce n'est pas toujours évident, et surtout, il est difficile de contrôler qui va répondre au partage comme l'explique Nathalie :

Toutes les personnes à qui tu t'adresses pas peuvent répondre sur ton message, c'est là que ça me trouble. Je ne veux pas engager une conversation. Il y a ça et... Ça va ensemble, je n'aime pas partager des vidéos, si je le fais, je veux juste mettre la vidéo et les gens *likeront*, mettront des commentaires, mais je ne m'implique pas dans la conversation. Tandis que la fois où, tu te souviens il y a une fois où j'ai effacé le commentaire et la vidéo. Justement là, j'avais engagé la conversation et j'ai réalisé, je me suis rendu compte à ce moment-là que les personnes avec qui je ne voulais pas nécessairement parler peuvent répondre quand même puisque c'est public. (Nathalie, 3e entrevue)

Avec la caractéristique de disjonction, les objets feu ne peuvent pas être décrits à travers un seul site (ou lieu). En se déplaçant de site en site, les objets feu entrent dans de nouvelles relations, différentes de ceux qu'ils avaient précédemment. Ainsi, les vidéos en ligne n'ont pas les mêmes relations partagées sur SRS, par message privé, ou si elles sont montrées

directement à quelqu'un. Il faut, de plus, pour comprendre les pratiques de partage, couvrir le maximum de moyens et de plateformes possibles car tous les partages ne se décident pas de la même manière :

Je vais nécessairement réfléchir beaucoup plus à ce que je vais dire. C'est pour ça que d'ailleurs je ne poste pas grand-chose, parce que je me mets à réfléchir. Je me dis « ha, mais non, je ne peux pas mettre ça ». Je ne peux pas, et alors je ne mets rien. Et en vrai, je dis plein de niaiseries, parce que je ne réfléchis pas. (Nathalie, 2e entrevue)

L'extrait d'entrevue de Nathalie montre bien que les individus sont capables de voir que leurs pratiques sont disjointes, même s'il est possible d'un point de vue technologique, de voir film, série télévisuelle et vidéo sur un même écran.

Mais la télé, c'est des choses plus de l'ordre comme les vidéos populaires sur YouTube « avez-vous regardé *Tout le monde en parle* hier » « oui ». Tandis que là ça donne l'opportunité d'avoir des vidéos précises sur un point d'intérêt commun, je pense que ça donne lieu à des discussions bien plus intéressantes. Je pense que c'est ça la différence entre YouTube et la télé. La télé ça donne lieu à des discussions, mais, plus des discussions de machine à café, de bureau. « As-tu regardé *Chambre en ville* hier ? » « oui... ». Tandis que les vidéos, pour l'envoyer à quelqu'un il faut vraiment que je sois persuadé que ça va l'interpeler. Et qu'on va en reparler. (Martin, 3e entrevue)

Lorsque les participants décident de partager une vidéo, ils ne voient pas immédiatement le lien de cause à effet, mais une étincelle a démarré quelque chose, et l'on retrouve donc ici la caractéristique disjointe de l'élément feu. Les vidéos peuvent avoir un effet transformatif subit sur quelqu'un. L'énergie se définit comme étant la puissance physique de quelqu'un, qui lui permet d'agir et de réagir. En prenant cette définition, les vidéos peuvent stimuler de l'énergie chez les individus et les inciter à leur tour à agir sur eux-mêmes (comme les vidéos d'exercice physique) ou sur leur environnement. Sandrine, par exemple, pense qu'elle n'aurait peut-être pas pris la peine de sortir sur son balcon à 20 heures si son ami ne lui avait pas montré une vidéo. Étant à l'extérieur du pays quand la grève a commencé, elle est revenue

au Québec en pleine crise. Elle n'avait alors pas entendu parler des casseroles, et n'arrivait pas à concevoir comment des gens tapant sur des casseroles pouvaient ainsi montrer leur désapprobation contre le gouvernement. Voir la vidéo lui a alors permis de créer une image mentale de la situation et d'agir en conséquence.

Je suis convaincue que si je n'avais pas vu la vidéo, je ne serais pas sortie sur mon balcon. C'est bizarre de dire ça, mais c'était comme trop abstrait. Je ne pouvais pas croire que ça peut marcher. Je ne voyais pas le de lien cause à effet. Comment le fait d'être sur mon balcon avec une casserole ça allait faire marcher des gens dans la rue, je n'y croyais pas. Mais de voir que ça marchait ailleurs, je me suis dit « he ben, OK. Pourquoi pas ? Essayons ». (3e entrevue)

Sandrine s'est dit qu'elle pouvait faire pareil et a eu le courage de déranger ses voisins en tapant sur une casserole. Ici, il est facile d'imaginer la vidéo comme un objet feu, qui a donné de l'énergie à Sandrine.

Il est possible d'imaginer de bonnes comme de mauvaises pratiques, certaines positives, comme l'eau qui étanche la soif ou le feu qui réchauffe les nuits froides, et d'autres négatives, comme les inondations ou les incendies. Même si ce n'est pas le but de cette recherche, d'autres recherches allant en profondeur sur les perceptions des internautes pourraient s'avérer intéressantes.

Au niveau politique, tu peux avoir complètement des opinions tranchées et ça peut aller dans l'autre sens. Ou ça peut créer des débats. C'est vraiment un élément qui crée une énergie positive ou négative. (Stéphane, 3e entrevue)

À chaque fois que l'on parle d'énergie, ce n'est pas nécessairement objet feu. Parfois, il s'agit d'une transformation plus lente, à long terme et dans la continuité. En termes de connaissances, Ingrid améliore ses exercices physiques, le petit frère de Sandrine apprend le piano. Martin déclare :

Les vidéos... transforment un peu mes connaissances, ça les approfondit. (Martin, 2e entrevue)

Mais si une petite vidéo permet de résoudre un problème, de créer « un déclic » alors on peut parler d'un objet feu. Parfois, la vidéo partagée déclenche autre chose, de façon imprévue et pas toujours immédiatement reliée, comme une conversation :

Après la publication de la vidéo sur Bachelard. Je pense qu'on en a reparlé comme 10 15 min l'autre fois en dînant. Je trouve que c'est souvent des déclencheurs à des discussions intéressantes. (Martin, 1<sup>re</sup> entrevue)

Pour pousser l'analogie de l'absence de carburant et la présence de flamme (Law & Singleton, 2005), prenons les éléments nécessaires à la combustion. La réaction chimique de combustion<sup>81</sup> ne peut se produire que si l'on réunit trois éléments : un combustible (charbon, essence), un carburant (la plupart du temps, il s'agit de l'air ambiant), une énergie d'activation (l'étincelle de l'allume-gaz) en quantités suffisantes. C'est en réunissant ces trois éléments que l'on peut créer un feu. Il en va de même pour le partage d'une vidéo. La seule présence d'une vidéo ne suffit pas pour qu'on la partage.

Dans le cas de Sandrine et les casseroles par exemple, le mélange des trois éléments fut bien dosé. Cela a fonctionné et créé une énergie dont la vidéo fut l'étincelle. Le carburant est l'engagement très fort de Sandrine, et le combustible représente la grève étudiante. Une personne peu engagé ne serait pas sortie sur son balcon pour taper sur des casseroles même après avoir vu une vidéo.

Sandrine utilise des vidéos pour essayer de changer les opinions des autres. Dans la vignette *Oui à la grève étudiante, non à la vidéo violente*, la vidéo est le combustible qui nourrit l'argument de Sandrine. Il en est de même pour Aurélie qui veut *inciter les gens à voter*. Sandrine et Aurélie espèrent à cet égard que la vidéo sera l'étincelle qui fera changer l'opinion des gens. Il n'est pas facile de déterminer l'impact d'une vidéo, car si des gens ont effectivement décidé d'aller voter, comment définir les proportions de chaque élément. Est-ce une vidéo qui les a fait changer d'avis ? Ou bien étaient-ils déjà prédisposés à voter ?

---

<sup>81</sup><http://fr.wikipedia.org/wiki/Combustion#Combustible>

Les pratiques de partage de vidéo ne sont pas stables non plus. Comme l'expliquait Pascal, un ami partage une vidéo lors d'une rencontre entre amis. Ce partage est identifié comme la motivation à montrer une découverte. Mais, cela peut facilement et rapidement se transformer en une rapide succession de vidéos :

Une fois que tu es sur YouTube, après ça, « il y a ça aussi » et « check ça »... Ça part. Ça devient un party de YouTube. (Pascal, 3e entrevue)

Parfois, la seule vidéo ne suffit pas, un peu comme allumer un feu sans allumettes. Comme l'explique Martin dans la vignette *La petite chouette s'est envolée* :

On dirait qu'il faut un déclencheur pour que j'envoie quelque chose. Supposons que mon père m'avait dit, « je suis allé faire du ski, j'ai vu un petit hibou » j'aurais fait « ha, je vais t'envoyer.. ». C'est juste que, ce soit comme sorti de mes priorités. La petite chouette s'est envolée. (Martin, 3e entrevue)

Suite à cette analyse des pratiques de partages des vidéos par les concepts d'objet fluide et feu, voyons si celles-ci peuvent être simultanément fluide et feu.

### 6.3 Simultanément fluide et feu ?

Les objets ont de multiples topologies, ainsi que des intersections ou interférences entre les différents espaces, y compris les régions, où les réseaux fluide et feu coexistent (Law, 2002). La vignette *Jean Leloup* constitue un bon exemple à ce sujet car elle révèle des caractéristiques propres aux fluides et au feu. Aurélie, qui faisait la vaisselle, est transportée de son environnement par une des chansons de son interprète préféré, et a l'irrésistible envie de partager ce qu'elle ressent. Par la musique, une énergie s'est formée. Aurélie n'a pas arrêté d'un coup de laver sa vaisselle parce qu'elle a entendu une de ses chansons préférées. Il est certain qu'elle a continué à utiliser ses mains sous le robinet pendant qu'elle écoutait la musique, jusqu'au moment où elle a décidé de partager ce sentiment très vif suscité par la chanson.

Ici, la vidéo apparaît comme secondaire : elle est un moyen de transmettre ses émotions aux autres, ou que ceux-ci vivent un peu ce qu'elle a ressenti. Quand Aurélie presse le bouton partager sur Facebook, la vidéo passe soudainement d'un site à un autre, d'une simple vidéo à l'expression de plaisir d'écoute d'un artiste. Il n'y a pas de changement progressif ; le besoin de partage est disruptif et presque instantané. Mais, d'un autre côté, la vidéo de Jean Leloup n'a pas changé. La fluidité a permis à la vidéo de passer d'un mélange binaire de zéro et un sur un serveur d'une plateforme Web, et de se transformer en facteur émotionnel et relationnel.

J'ai quelque like et quelques « ha, Jean, on l'aime tellement » et « c'est ma chanson préférée ». Les gens ont interagi en disant « on l'aime tellement cette chanson et on aime tellement Jean Lelou, il est tellement extraordinaire, merci de me l'avoir rappelé ». (Aurélie, 2e entrevue)

Non seulement il est difficile de savoir où commence une activité et/ou s'arrête une autre, parce que celles-ci se chevauchent, mais il est encore plus difficile de séparer la pratique du contexte. Ainsi la vignette possède-t-elle des caractéristiques de l'objet feu en étant imprévisible et transformative :

J'écoutais le CD dans mon ordi, je n'avais pas besoin de mettre le vidéo clip sur Facebook, mais on dirait que j'ai eu comme envie de partager que j'étais en tête à tête avec Jean Leloup ce soir-là et je voulais le dire à mes amis. (Aurélie, 2e entrevue)

## 6.4 L'importance d'être contextualisé

L'usage des technologies ne se définit pas seulement avec les éléments qui la composent. L'environnement, les conditions sociales et culturelles dans lesquelles se situe l'action sont également à prendre en considération. Avec les objets fluides et feux, il est possible d'envisager les pratiques de partage de vidéos comme des descriptions d'associations complexes entre ce qui est présent et ce qui est absent. Le contexte comprend alors des

oscillations ou des mouvements entre les présences et les absences des personnes, des objets et des idées simultanées.

En écrivant sur la pompe à eau de Zimbabwe, De Laet et Mol (2000) expliquent qu'ils n'ont pas mobilisé de description sèche et aride sur une technologie noyée dans des environnements sociaux. Au contraire, les auteurs ont donné vie à la pompe en soulignant ses différentes identités se constituant selon les variances de son environnement.

Les participants ne partagent pas toutes les vidéos qui leur plaisent. Outre le destinataire ou le contenu, un des facteurs décisifs est le contexte, c'est-à-dire, « l'ensemble de circonstances dans lesquelles se produit un événement, se situe une action<sup>82</sup> ». Ainsi, la date, l'heure, l'emplacement, le climat, l'humeur, et l'entourage sont autant d'éléments contextuels qui donnent toute la signification au partage. Ces détails donnent en effet sens aux vignettes. Les participants décrivent les situations pour dire et faire sens de leurs histoires de partage. Une bonne description ethnographique apprécie la valeur, voire même la beauté des détails dans les situations de tous les jours. Ces détails contextuels sont non seulement l'intérêt d'une approche ethnographique, mais ils constituent le cadre de l'histoire, la trame sur lequel reposent les événements. Cette contextualisation donne une richesse et profondeur aux histoires de partages de vidéos, qui sans elle, serait vide de sens. Sans elle, nous aurions une vision étriquée, une analyse sèche du quotidien des internautes. C'est ce qui nous rappelle que :

L'impression constante de familiarité nous donne à penser que nous connaissons [les gens de notre famille, de notre milieu, de notre classe], qu'ils ont pour nous des contours définis, et qu'ils ont pour eux les contours définis qu'ils ont pour nous. (Lefebvre, 1958, p. 22)

Le quotidien tout comme la pompe à eau, n'a pas de frontière définie. Sachant que rien ne se limite au quotidien, mais que rien n'y est non plus détaché, celui-ci est l'espace fluide dans

---

<sup>82</sup> Définition de contexte tiré du dictionnaire Larousse en ligne. <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/contexte/18593?q=contexte#18491>



lequel tout le monde baigne. Lefebvre (1981) concevait également le temps comme fluide et multiple avec les rythmes naturels qui côtoient le temps rigide du rendement capitaliste. Comme l'ont souligné Kakihara, Sørensen, et Wiberg (2002), l'accroissement de la mobilité des NTIC, n'implique pas nécessairement une libération des contraintes spatiales, temporelles et contextuelles des activités quotidiennes. L'ordinateur suit les personnes de leur domicile à leur lieu de travail et le même écran sert également pour les deux. Ces contraintes, ou plutôt ces contextes ne sont pas visibles lors du partage sur les SRS, mais jouent un rôle dans la décision des participants. Notre analyse va dans le sens de Leander et McKim (2003) qui proposent de dépasser la conception de la pratique sociale limitée à un seul contexte ou espace-temps. De multiples espaces-temps sont appelés à exister, à être produits, pliés, ou coordonnés selon l'activité d'individus (Leander & McKim, 2003). C'est le cas durant les rencontres d'amis autour d'un repas. Les participants discutent, un sujet donnera l'idée d'une vidéo à une personne qui montre la vidéo, et la discussion peut reprendre juste après. C'est pourquoi il n'y a pas *une* pratique de partage, mais bien de *multiples pratiques*.

La description d'une pratique avec des détails d'événements du quotidien des internautes nous a permis de dessiner quelques relations et situations qui ont amené les participants à partager des vidéos. En s'inspirant de Mol (2010) qui considère qu'une théorie aide les chercheurs à être plus conscients et sensibles du monde qui les entourent, à raconter des cas et des histoires en passant d'un contexte à l'autre, à dessiner des contrastes, articuler des silences, à se concentrer sur l'inattendu, et à proposer de nouveaux termes. La conclusion discutera des apports offerts par cette riche description.

## Conclusion

Cette recherche avait pour but de décrire et interpréter les interactions sociales liées au Web social, nouvelle arène d'interactions qui prend de plus en plus de place dans la vie des individus. L'étude a également cherché à savoir comment Internet est utilisé au quotidien en s'attardant au partage des vidéos en ligne. La littérature sur ce sujet et en particulier dans le contexte d'une approche qualitative est rare. L'étude visait à répondre à la question suivante : comment les vidéos en ligne sont-elles partagées dans la vie quotidienne ?

Un des objectifs de la thèse était de montrer la pluralité des pratiques, chose seulement possible en adoptant une méthodologie qualitative. Faisant partie de l'arsenal d'outils communicationnels, les vidéos en ligne sont utilisées dans les pratiques d'expression. Les participants expriment leurs idées, leurs préférences musicales, ou encore leurs états d'âme en utilisant les vidéos. Montrer une vidéo permet aux utilisateurs de s'exprimer verbalement, tout en utilisant d'autres indices visuels qui contribuent à la richesse du message transmis.

L'utilisation des vidéos pour maintenir des relations se fait de manière discrète avec une petite vidéo pour dire bonjour sur les SRS, remonter le moral à une amie proche. Avec les possibilités d'archivage, les vidéos d'anciennes émissions évoquent un passé commun, alors que celle des premiers pas de bébé garde les grands-parents informés des progrès de ce dernier. Tous ces petits gestes entretiennent un certain degré d'intimité et de rapprochement avec les amis et la famille.

Les motivations de partage sont nombreuses. Les participants partagent des vidéos pour passer du temps en famille, trouver un prétexte à discuter, montrer les dernières vidéos drôles à leurs camarades de classe. Les moyens de partager une vidéo sont aussi variés que les individus qui la partagent. Certains optent pour les SRS afin d'en faire profiter le plus de monde possible, d'autres préfèrent regarder la réaction sur le visage de leurs amis quand ils montrent une vidéo. Si certains participants sélectionnent et commentent des vidéos, d'autres

ne ressentent pas la nécessité de faire des commentaires élaborés, car la vidéo parle pour elle-même.

Il y a plus qu'il n'y paraît derrière les milliers de vidéos partagés chaque jour. L'aspect spontané peut donner l'impression d'une forme de simplicité, de négligence de la part des participants. Cliquer sur le bouton « partager » est simple et facile a priori. Mais comme nous l'avons vu à travers l'élaboration des règles de bonnes pratiques, il s'agit d'un phénomène complexe, où tout n'est pas présent, ou plutôt visible. Il en ressort une utilisation des vidéos en ligne bien plus riche et complexe que j'avais anticipée. Avant de montrer une vidéo, les participants prennent en compte les personnes présentes, la situation, et si le sujet de la conversation donne une idée de vidéo à montrer. Parmi les résultats, se dégage des codes implicites de partage qui s'orientent davantage sur quoi ne pas partager et quand. J'ai été surprise de découvrir que les participants avaient un vocabulaire très fort concernant ce qui les dérange sur Internet. Comme un surplus d'informations circule sur la toile, et que les internautes ne veulent pas nécessairement en connaître la totalité, ils développent donc des stratégies afin de réduire au maximum le contenu indésirable.

La thèse fait plusieurs contributions. Je suis partie de la présupposition que le Web est une immense archive d'activités humaines, et que si on veut les comprendre, il faut les replacer dans le quotidien des individus. Devant la richesse et la diversité des pratiques, il a fallu un appareillage conceptuel qui puisse rendre compte non seulement de cette richesse, mais également de sa fluidité et son ambiguïté. Pour Lefebvre (1958, p. 26), « L'ambiguïté est une catégorie de la vie quotidienne ». C'est très riche comme notion par rapport à ce que les gens font avec les vidéos, il y a de l'ambiguïté partout. Les partages de vidéos ne peuvent être décrits ou analysés avec des concepts figés. Un regard sociotechnique articulé autour des concepts d'objet fluide et d'objet feu emprunté des STS m'a aidé dans ce sens. Les concepts d'objet fluide et feu permettent de mieux décrire des instances mouvantes et ambiguës que les concepts de région et le réseau.

En s'inspirant de la très poétique introduction de l'article de Mol et Law (1994) sur l'anémie, je vais à mon tour chercher l'aide visuel dans l'anatomie humaine, en particulier sur la boucle du réseau de la circulation sanguine, là où les échanges se produisent entre globules rouges et autre tissus du corps, les vaisseaux capillaires. Ces vaisseaux sont agencés en réseaux arborescents dits « lits capillaires » qui sont en constante réorganisation<sup>83</sup>.

Je fais un parallèle avec Krotz (2008) qui parle de « connectivité des médias » comme un filet toujours épaississant de possibilités de communication et des flux de communication des personnes qui, dans une mesure croissante, vivent dans un environnement médiatique complexe. Ainsi le filet de médias numériques recouvre le maillage familial et traditionnel de la communication des vies quotidiennes telles que les deux sont liés et mêlés. De plus en plus, ces supports numériques gagnent de l'importance, et s'incluent dans la communication interpersonnelle pré-numérique (téléphone, courrier postal), mais seulement en partie. Les individus ne choisissent pas l'un ou l'autre. Les participants nous ont montré qu'ils rencontrent leurs amis, mais utilisent beaucoup les messages privés de Facebook pour rester connectés.

À mon avis, une approche orientée dans la fluidité permet de repenser la binarité en ligne hors-ligne pour la dépasser. Si un certain nombre de chercheurs (Ess & Dutton, 2013; Kramp *et al.*, 2014; Orgad, 2009) ont questionné cette distinction depuis que j'ai commencé cette thèse en 2009, à ma connaissance il n'y a pas encore un ensemble de travaux qui n'y font pas recours au moins partiellement. Je comprends bien la raison pour cette absence : il n'est pas toujours clair et évident d'écrire à propos d'activités plus ou moins liées à Internet. Leander et McKim (2003) utilise le terme « en ligne » pour décrire les pratiques et les contextes médiés par Internet, contrairement aux pratiques « hors ligne » et les contextes qui ne sont pas médiés par Internet.<sup>84</sup> Le problème se formule ainsi : comment parler d'activité hors ligne avec une

---

<sup>83</sup> [http://fr.wikipedia.org/wiki/Capillaire\\_sanguin](http://fr.wikipedia.org/wiki/Capillaire_sanguin)

<sup>84</sup> La description de Leander pose deux problèmes. Le premier concerne l'emploi du terme de « médiation », ceci invoque tout un champ de la communication qui n'a pas été mobilisé dans cette thèse et qui ne sera pas

connexion Internet ? Si on considère toutes les activités qui sont fait avec un outil connecté à Internet, où se trace la limite pour savoir quand une activité devient purement hors-ligne ? Les entrevues montre que les participants ne considèrent pas Internet comme un espace social de communication distinct. Les activités autour des vidéos ne sont ni tout à fait en ligne ni tout à fait hors ligne, elles rentrent dans deux catégories, et sont donc ambiguës. Ce n'est pas un problème que pour l'étude d'Internet. Mol et Law (1994) conviennent qu'il n'est pas toujours possible de déterminer l'intérieur de l'extérieur, de découper soigneusement et une fois pour tous les objets étudiés. Je vois dans la fluidité une piste prometteuse pour mieux réfléchir sur cette réalité. Ainsi, au lieu de parler d'espaces et de construction d'espace, je propose d'employer l'idée d'ouverture. Premièrement, cela évite l'idée qu'il n'y avait rien avant l'utilisation des vidéos en ligne, et que la construction serait achevée quand les pratiques se stabilisent. Deuxième, l'idée d'ouverture convient avec celle de zone capillaire. En effet, plus il y a d'ouverture, plus les échanges seront importants, ce qui me semble correspondre à la réalité du Web social.

L'utilisation des métaphores<sup>85</sup> de la fluidité permet de réfléchir à l'objet d'étude autrement. Au début de ma thèse, en essayant de comprendre la topologie proposée par Law et Mol, je suis tombée sur les fluides non-newtoniens, dont les propriétés les rapprochent de la définition de l'espace fluide. Contrairement aux solides qui retrouvent toujours leur forme originale après l'application d'une contrainte, ou les fluides newtoniens (comme l'eau ou l'huile) qui se déforment en permanence et répondent à une force de façon linéaire (c'est-à-dire avec deux fois plus de force, les fluides se déplacent deux fois plus vite), la réponse des

---

discuté ici. Deuxièmement, comment classer les activités des participants lors de leurs rencontres entre amis ? Il s'agit bien d'une rencontre hors ligne, mais où ils regardent tous des vidéos en ligne. Et donc il y a tout de même la présence d'Internet.

<sup>85</sup> All thinking about complex phenomena is based on metaphors. (...)Metaphors (...) draw attention to implicit aspects and may function as powerful starting points for new ways of seeing. (...)The advantage with conceptualizing something in terms of metaphors is that it avoids a categorical position on the subject matter. (Alvesson, 2003, p.18)

fluides non-newtoniens est variable et imprévisible. Par exemple, secouer violemment une bouteille de ketchup permet de rendre ce dernier liquide et le faire sortir de la bouteille, alors que le oobleck (mélange d'amidon et d'eau) se durcira avec un choc violent. Les fluides non-newtonien sont plus proches de la définition de l'espace fluide<sup>86</sup>. La première (Mol & Law, 1994) définit l'espace fluide comme un monde de mixture, ce qui est souvent le cas des fluides non newtonien. Le ketchup est composé d'eau, de tomates, de sucre et de vinaigre. Les espaces de partage de vidéos en ligne sont également une mixture de vidéo, de plateforme de partages, d'étiquette sociale, de relations sociales, de motivation à partager et de sujet de conversation. Deuxième point important, les fluides non newtoniens changent d'état tout en restant les mêmes. Le ketchup passe d'un état plus solide à plus liquide s'il est impacté assez fortement (le coup sec derrière la bouteille de ketchup). Pour revenir à notre cas, les vidéos qui sont partagées ne sont pas modifiées, mais elles sont interprétées, partagées, montrées et commentées différemment selon les personnes et les contextes.

Deuxièmement, la thèse apporte une contribution empirique, en décrivant avec un détail riche les pratiques des Internautes « ordinaires ». Elle constitue ainsi un enrichissement important aux *Internet Studies*, champs d'études caractérisés par des études quantitatives. En effet, de nombreuses études sur le partage de vidéos emploient la théorie des usages et gratifications, et la plupart sont ancrés dans des méthodologies quantitatives. Trop centrées sur la technologie ou l'usage, ces études laissent peu de place à l'appropriation féconde et créative des internautes. Les *Internet studies* étudient souvent les internautes de façon binaire en termes d'usage intensif ou de non-usage. Les usages intermédiaires sont peu connus, d'où l'importance de ne pas étudier uniquement des gens engagés, ou des communautés. Ma thèse commence à combler ce vide. Il a fallu pour ceci développer une méthodologie appropriée pour capter l'expérience de ces usagers « ordinaires ».

---

<sup>86</sup> Ce qui est d'autant plus intéressant est que l'objet de recherche de Mol concerne le sang (fluide — non-newtonien) et l'espace.

Enfin, de par sa méthodologie novatrice la thèse apporte également une contribution méthodologique. Afin d'avoir une richesse dans la description des pratiques, j'ai procédé avec une recherche inspirée de l'ethnographie en trois entrevues successives. L'installation d'un logiciel de suivi de navigation a été nécessaire pour aider les participants à se remémorer leur partage. Toutefois cela n'a pas donné les résultats escomptés en grande partie par manque de finesse dans les données capturées par les logiciels. La méthode employée recèle quand même des potentialités pour saisir des activités occasionnelles qui parsèment le quotidien des usagers.

La thèse comporte aussi des limites, dont certaines sont tributaires de ses forces. Premièrement, il s'agit d'une exploration détaillée des pratiques d'un nombre limité d'Internautes avec un profil un peu particulier. Les possibilités de généralisation sont donc extrêmement limitées, mais ceci n'était pas mon but. Il reste néanmoins que le contexte du Québec au printemps 2012 était bien particulier et ceci a coloré les résultats.

D'un point de vue méthodologique, je suis conscient de mes choix et de l'impact de ceux-ci sur ce qu'il a été possible de faire. Quand j'ai conçu ma méthodologie, il n'y avait pas la grève, et donc je n'ai pas anticipé qu'elle serait aussi importante. Surtout, je n'ai pas suffisamment saisi l'opportunité de la grève pour explorer les grandes conversations et le partage de vidéo dans une démarche citoyenne. Ainsi, même si les participants ont partagé des vidéos des manifestations, je ne sais pas à quel point leurs vidéos ont fini par rentrer dans la grande conversation. Je ne sais pas qu'est-ce qui est advenu de ces vidéos. Dans le même ordre d'idée, en rétrospective je n'ai pas suffisamment suivi cette piste de questionnement durant les entrevues. Par exemple, avec *Oui à la grève étudiante, non à la vidéo violente*, il se peut que ce courriel ait également servi à entamer des discussions. Si ceci n'est pas ressorti dans les entrevues, c'est sûrement de ma faute, car je n'ai pas demandé et on est resté autour du sujet des vidéos, alors que j'aurais pu ouvrir la discussion sur ses relations avec ses amis et comment ils discutent entre eux.

Un autre de mes choix, celui de privilégier la perspective des individus, limite également les possibilités. Comme l'a souligné Granjon et Denouel (2011), se focaliser ainsi sur l'appropriation des usagers ordinaires s'est traduit par un défaut d'attention portée sur les déterminants structurels des usages. De même, si on s'intéresse de trop près aux expériences au moment et dans le contexte où elles se produisent, on risque de perdre d'autres instances où elle serait mobilisée. Pour résumer, en se concentrant sur les usages, on peut difficilement rendre compte de l'influence des institutions et des structures sociales. Ceci est une critique souvent adressée aux approches ethnographiques. Si j'avais fait l'inverse, la perspective de l'autonomie des individus aurait souffert ; en s'intéressant à un moment précis, le reste devient flou.

En lien avec cela, mes participants avaient tendance à voir leur présence en ligne comme un choix personnel, plutôt que dans le cadre d'un processus d'échange économique (Dumitrica, 2013.). Ils voyaient l'utilisation d'Internet comme « trivial », centré sur le maintien des relations sociales ou un passe-temps personnel. Les loisirs d'Internet peuvent être conçus comme des contributions, soulevant toute la problématique de l'exploitation (Petersen, 2008), et l'aliénation des internautes (Lefebvre, 1958) par ces nouvelles formes de travail. Malheureusement, le matériel empirique concernant le partage des vidéos ne permettait pas de faire une analyse critique dans ce sens.

Le travail de recherche est souvent présenté « comme une série de procédures plus ou moins formalisées, d'étapes successives, séquentielles » (Meunier, Lambotte, & Choukah, 2014, p. 344). Ceci est loin de correspondre à mon expérience de la thèse, qui a impliqué un part considérable d'intuition, de pistes non suivies et d'allers-retours. Il faut donner un sens à toutes les pensées qui réclament de sortir dans un certain ordre logique et cohérent tout en restant dans les limites de la recherche. Il est facile de se perdre à suivre toutes les idées que l'on voit passer. D'autres idées proviennent de liens faits entre différentes lectures d'articles scientifiques, de romans policiers, de discussions avec des collègues ou encore de ballades dans le métro. Si la démarche de recherche en sciences sociales est peu décrite dans tout son



désordre, c'est non seulement à cause de tous ses éléments informels, mais aussi du fait qu'elle est insaisissable, car elle comporte des éléments créatifs qui ne sont pas évidents à expliquer. Relevant du domaine de l'imagination, il est difficile de bâtir un argument sur un flash d'intuition. Même si « la démarche du chercheur peut parfois être considérée comme intuitive et improvisée, faite de bric et de broc, d'allers-retours, de voies sans issue, etc » (Meunier *et al.*, 2014, p. 357). Tous ses tâtonnements et recherches infructueuses ne sont pas visibles. Ce que vous voyez est le récit nettoyé et arrangé d'un parcours qui a été beaucoup plus tumultueux. Néanmoins, toutes les pistes et possibilités qui ont été explorées et abandonnées, ne laissant aucune trace, ont permis d'écrire la thèse comme elle est à présent.

J'ai pris au sérieux l'approche par théorisation ancrée, ce qui a soulevé son lot de défis. Contrairement aux recherches de Glaser et Strauss (2010), plus circonscrites autour des soins infirmiers, et donc limités à l'espace d'une unité d'hôpital, je me suis intéressé aux gens ordinaires (pas impliqués dans une communauté ou ayant une seule pratique facilement identifiable) et aux vidéos sur l'Internet en général (pas une plateforme en particulier). C'était un projet ambitieux parce que ce c'était flou. Je l'ai fait tout en appréciant qu'il y ait des difficultés, mais j'ai voulu voir jusqu'où je pouvais y aller. Autrement dit, certains de mes choix de base ne m'ont pas facilité la tâche d'analyse.

Pour terminer, voici plusieurs idées concernant d'autres recherches sur le partage de vidéos, ainsi que des aspects du projet qui n'ont pas été couverts dans la présente étude, mais qu'il serait considérablement pertinent d'examiner dans un avenir proche.

Dans la section sur le maintien des relations, nous avons vu que les participants partagent plus avec les personnes proches. Est-ce que le sens d'obligation est plus fort quand quelqu'un d'éloigné physiquement nous envoie une vidéo à regarder ? Ou encore, si quelqu'un nous ne nous envoie pas souvent des vidéos, est-ce que l'on se sent plus obligé à regarder ? Devant cette contradiction apparente, j'ai des questions, mais pas d'éléments de réponse à offrir pour

l'instant. Peut-être qu'une étude quantitative sur cette problématique aurait permis de savoir si les individus se sentent plus obligés de regarder une vidéo envoyée par quelqu'un de loin.

Dans la thèse, je me suis centré plus centré sur l'aspect d'espace des partages. La notion de temporalité a été peu abordée. Cependant, quelques commentaires des participants ont interpellé ma curiosité. Les participants n'ont pas dit avoir des habitudes de partage dans le temps. Kevin explique que si une vidéo qu'il regarde intéresserait un de leurs amis, il la lui envoie sur-le-champ, alors qu'Aurélié explique qu'elle attend qu'il soit 9 heures du matin avant d'envoyer des vidéos sur la grève ou d'autre sujet politique ou controversé. Sur quoi ces règles sont-elles basées, de qui dépendent-elles ? Même si quelqu'un partage une vidéo à deux heures du matin, on ne le regarde pas avant de se lever. Il serait intéressant de voir plus en détail les différences entre le partage spontané ou partage programmé, à travers la notion de spontanéité ou de temporalité, en lien avec Domenget (2013), qui propose une approche temporaliste des usages numériques.

Une autre piste de future recherche pourrait se concentrer sur la gestion de multiples pratiques, en particulier l'arrimage entre pratiques professionnelles et personnelles. Nous avons constaté une différence entre les individus qui partagent des contenus de façon personnelle et ceux qui ont des comptes Facebook professionnels. Il serait intéressant de voir si les règles développées dans une utilisation plus professionnelle, influencent les pratiques personnelles et vice versa. L'approche de Bonneau (2013) qui s'intéresse aux pratiques de narration du « travail en train de se faire » et du « travail en coulisses » sur Twitter pour ouvrir de nouveaux espaces de conversation pourrait être prometteur pour explorer cette piste.

Dans cette recherche, le contenu des vidéos ne change que rarement. Mais il faut souligner de nombreuses recherches sur les modifications et l'appropriation de contenu (Diakopoulos, Luther, Medynskiy, & Essa, 2007 ; Erstad, 2008 ; Fagerjord, 2010; Gunkel, 2008 ; Knobel & Lankshear, 2008 ; Lankshear & Knobel, 2008 ; Lessig, 2008 ). Il pourrait s'avérer intéressant d'étudier les remix et mash-up comme objets fluides. Ceci permettrait d'étudier

les relations entre contenus, culture populaire, créateurs et publics. Comment un remix se transforme d'un arrangement à un autre sans discontinuité ?

Comme le souligné Lefebvre, le quotidien comporte sa propre critique. Une des limites de la thèse évoquée plus haut est l'absence de perspective critique. Les loisirs d'Internet peuvent être conçus comme des contributions, soulevant la problématique de l'exploitation (Petersen, 2008), et de l'aliénation des internautes (Lefebvre, 1958) par ces nouvelles formes de travail (de participation). Si je n'ai pas vu de trace de tactiques de résistance ou d'émancipation dans le matériel empirique, certains éléments des entrevues concernant Internet et les SRS touchent aux enjeux des approches critiques. Par exemple, les participants sont sensibles au fait que Facebook exploite leurs données. Dans une autre recherche, avec d'autres contextes et d'autres participants, il serait intéressant de se pencher sur les enjeux de l'approche critique mentionné par Bakardjieva (2011). Étudier les grandes conversations pourrait être un lieu propice pour observer la manifestation de ces enjeux.

En poursuivant sur la notion des grandes conversations, il serait intéressant de voir l'impact réel des vidéos sur les conversations et si ces conversations stimulent un plus grand engagement. En améliorant les connaissances des questions sociétales et en permettant aux citoyens de participer directement aux débats publics, comment le Web participatif (Web 2.0) peut contribuer à améliorer l'engagement citoyen? Toutefois, une simple disponibilité de l'infrastructure technologique n'a pas de corrélation avec la participation. Et donc étudier comment les citoyens décident et participent aux grandes conversations et comment les vidéos en ligne peuvent jouer ou non un rôle dans les enjeux démocratiques, offrirait des pistes pour soutenir l'engagement citoyen.

En conclusion, j'espère que cette thèse ouvrira davantage les échanges et dialogues entre différentes disciplines :

Interdisciplinary dialogues between STS and communication and media research can provide scholars in both fields with opportunities to compare, relate, and integrate their analytical strengths and thus rethink their traditional objects and approaches of study. (Siles & Boczkowski, 2012, p. 238),

car si on veut mieux comprendre comment les individus communiquent, il faut qu'au niveau académique, nous nous ouvrons aux autres, échangeons et partageons nos idées et concepts.

## Bibliographie

- À propos de YouTube. (s.d.). Repéré le 25 novembre 2014 à <https://www.youtube.com/yt/about/fr>
- Abercrombie, N., & Longhurst, B. (1998). *Audiences : A sociological theory of performance and imagination*. Sage.
- Agger, G. (1999). Intertextuality revisited: Dialogues and negotiations in media studies. *Canadian Aesthetics Journal*, 4. Repéré à [http://www.uqtr.quebec.ca/AE/vol\\_4/gunhild.htm](http://www.uqtr.quebec.ca/AE/vol_4/gunhild.htm)
- Alvesson, M. (2003). Beyond neopositivists, romantics, and localists: A reflexive approach to interviews in organizational research. *The Academy of Management Review*, 28(1), 13-33.
- Anderson, B., & Tracey, K. (2002). The Impact (or Otherwise) of the Internet on Everyday British Life. Dans B. Wellman & C. A. Haythornthwaite (dir.), *The Internet in Everyday Life*. Malden, MA : Blackwell.
- André, C. (2009). *Les états d'âme : Un apprentissage de la sérénité*. Paris, France : Odile Jacob.
- Aufderheide, P., & Jaszi, P. (2008). Recut, Reframe, Recycle : Quoting Copyrighted Material in User-Generated Video. Repéré à <http://www.centerforsocialmedia.org/recut>
- Auray, N. (2006). Une autre façon de penser le lien entre technique et politique : les technologies de l'Internet et le réagencement de l'activité autour de l'exploration. 6(18). Repéré à [http://www.telecom-paristech.fr/fileadmin/documents/pdf/id\\_637\\_1165507143\\_271.pdf](http://www.telecom-paristech.fr/fileadmin/documents/pdf/id_637_1165507143_271.pdf)
- Auray, N., & Gensollen, M. (2007). Internet et la synthèse collective des goûts. Dans O. Assouly (dir.), *Goûts à vendre : Essais sur la captation esthétique* (p. 223-260). Paris, France : du Regard.
- Bakardjieva, M. (2005). *Internet Society: The Internet in Everyday Life*. Londres, Angleterre : Sage.
- Bakardjieva, M. (2011). The Internet in Everyday Life: Exploring the Tenets and Contributions of Diverse Approaches. Dans M. Consalvo & C. Ess (dir.), *The Handbook of Internet Studies* (p. 43-58). Chichester : Wiley-Blackwell.
- Barkhuus, L. (2009). Television on the internet : new practices, new viewers *Proceedings of the 27th international conference extended abstracts on Human factors in computing systems* (p. 2479-2488): ACM.
- Baym, N. (2010). *Personal connections in the digital age*. Cambridge UK ; Malden, MA: Polity.

- Bazeley, P. (2007). *Qualitative data analysis with NVivo*. Los Angeles, CA : Sage.
- Beaulieu, A. (2010). Research Note: From co-location to co-presence: Shifts in the use of ethnography for the study of knowledge. *Social Studies of Science*, 40(3), 1-18.
- Belk, R. (2010). Sharing. *Journal of Consumer Research*, 36(5), 715-734.
- Benski, T., & Fisher, E. (2014). Introduction : investigating emotions and the Internet. Dans T. Benski & E. Fisher (dir.), *Internet and emotions*. New York, NY : Routledge.
- Beuscart, J. S., Dagiral, E., & Parasio, S. (2009). « Sociologie des activités en ligne ». *Terrains & travaux*, 15, 3-28.
- Blanchot, M. (1969). *L'entretien infini*. Paris, France : Gallimard.
- Blank, G., & Reisdorf, B. C. (2012). The participatory web : À user perspective on Web 2.0. *Information, Communication & Society*, 15(4), 537-554.
- Blok, A. (2010). Mapping the Super-Whale: Towards a Mobile Ethnography of Situated Globalities. *Mobilities*, 5, 507-528.
- Bobkowski, P., & Smith, J. (2013). Social media divide: characteristics of emerging adults who do not use social network websites. *Media, Culture & Society*, 35(6), 771-781.
- Boellstorff, T. (2008). *Coming of age in Second Life : an anthropologist explores the virtually human*. Princeton : Princeton University Press.
- Bondad-Brown, B., Rice, R., & Pearce, K. E. (2011). *A Uses and Gratifications and Social Media Approach to Understanding Online Video Use and Content Recommendations*. Communication présenté ICA, Boston.
- Bondad-Brown, B. A., Rice, R. E., & Pearce, K. E. (2012). Influences on TV Viewing and Online User-shared Video Use: Demographics, Generations, Contextual Age, Media Use, Motivations, and Audience Activity. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(4), 471-493. doi : 10.1080/08838151.2012.732139
- Bonneau, C. (2013). Travailler à haute voix sur Twitter. Quand la collaboration informelle emprunte un réseau public. *tic&société*, 7(1). doi: 10.4000/ticetsociete.1330. Repéré à <http://ticetsociete.revues.org/1330>
- Bosséno, C. M. (1995). La place du spectateur. *Vingtième siècle. Revue d'histoire* (46), 143-154.
- Botha, E., & Reyneke, M. (2013). To share or not to share: the role of content and emotion in viral marketing. *Journal of public affairs*, 13(2), 160-171.
- Boullier, D. (2004). La fabrique de l'opinion publique dans les conversations télé. *Réseaux*, 4(126), 57-87. doi: 10.3917/res.126.0057
- Bowen, G. (2008). Grounded theory and sensitizing concepts. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(3), 12-23.

- boyd, D. (2009). Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life.
- boyd, d. (2011). Dear Voyeur, Meet Flâneur... Sincerely, Social Media. *Surveillance & Society*, 8(4), 505-507.
- boyd, d., Golder, S., & Lotan, G. (2010). *Tweet, tweet, retweet : Conversational aspects of retweeting on twitter*. Communication présenté HICSS, Kauai, HI.
- Breton, P., & Proulx, S. (2006). *Explosion de la communication à l'aube du XXIe siècle*. Montréal, QC : Boréal.
- Bringer, J. D., Johnston, L. H., & Brackenridge, C. H. (2004). Maximizing Transparency in a Doctoral Thesis1: The Complexities of Writing About the Use of QSR\*NVIVO Within a Grounded Theory Study. *Qualitative Research*, 4(2), 247-265.
- Broxton, T., Interian, Y., Vaver, J., & Wattenhofer, M. (2010). Catching a viral video *Data Mining Workshops (ICDMW), 2010 IEEE International Conference on* (p. 296-304): IEEE.
- Bryant, E. M., Marmo, J., & Ramirez, A. (2011). A functional approach to social networking sites. Dans K. B. Wright & L. M. Webb (dir.), *Computer-mediated communication in personal relationships* (p. 3-20). New York, NY : Peter Lang.
- Burgess, J. (2007). *Vernacular creativity and new media*. (Dorcotrat en Philosophie, Queensland University of Technology, Brisbane, Australie).
- Caers, R., Feyter, T. D., Couck, M. D., Stough, T., Vigna, C., & Bois, C. D. (2013). Facebook : A literature review. *New Media & Society*, 15(6), 982-1002.
- Cardon, D. (2008). Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0. *Réseaux : Réseaux sociaux de l'Internet*, 26(152), 93-137.
- Cardon, D. (2010a). Confiner le clair-obscur : réflexions sur la protection de la vie personnelle sur le web 2.0. Dans F. Millerand, S. Proulx & J. Rueff (dir.), *Web social. Mutation de la Communication* (p. 315-328). Montréal, QC : Presses de l'Université du Québec.
- Cardon, D. (2010 b). *La Démocratie Internet*. Paris : Seuil.
- Cardon, D. (2011). *MONTRER/REGARDER : L'économie de la visibilité sur les réseaux sociaux d'internet*. Document inédit.
- Cardon, D. (2012). le parler privé-public des réseaux sociaux d'Internet. Dans S. Proulx, M. Millette & L. Heaton (dir.), *Médias sociaux : enjeux pour la communication* (p. 33-45). Québec, QC : Presses de l'Université du Québec.
- Chase, S. E. (2003). Taking narrative seriously: Consequences for method and theory in interview studies. Dans Y. S. Lincoln & N. K. Denzin (dir.), *Turning points in qualitative research : Tying knots in a handkerchief* (p. 273-296). Walnut creek, CA: Alta Mira Press.

- Christians, C. G. (2005). Ethics and Politics in Qualitative. Dans N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (dir.), *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (3e éd.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Cunningham, S. J., & Nichols, D. M. (2008). *How people find videos*. Communication présentée Proceedings of the 8th ACM/IEEE-CS joint conference on Digital libraries, New York, NY.
- de Certeau, M. (1990). *L'invention du quotidien, tome 1 : Arts de faire*. Paris: Gallimard.
- d'Épinay, C. L. (1983). La vie quotidienne : Essai de construction d'un concept sociologique et anthropologique. *Cahiers internationaux de Sociologie*, 74, 13-38.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1984). Information Richness: A New Approach to Managerial Behaviour and Organizational Design. *Research in Organizational Behaviour*, 6, 191-233.
- Dayan, D. (2000). Télévision: le presque-public. *Réseaux*, 18(100), 427-456.
- De Laet, M., & Mol, A. (2000). The Zimbabwe bush pump : Mechanics of a Fluid Technology. *Social Studies of Science*, 30(2), 225-263.
- Demers, C. (2003). l'entretien. Dans Y. Giordano & F. Allard-Poesi (dir.), *Conduire Un Projet De Recherche : Une Perspective Qualitative*. Colombelles, France : Éditions EMS.
- Denis, J. (2009). Une autre sociologie des usages ? Pistes et postures pour l'étude des chaînes sociothéchniques. Repéré à <http://ticmigrations.fr/fr/outils/publications/266-une-autre-sociologie-des-usages-j-denis>
- Denzin, N. K. (1997). *Interpretive ethnography: Ethnographic practices for the 21st century*. Thousand Oaks : Sage Publications.
- Denzin, N. K. (2001). The reflexive interview and a performative social science. *Qualitative Research*, 1(1), 23-46.
- Derks, D., Bos, A. E. R., & Grumbkow, J. v. (2007). Emoticons and social interaction on the Internet: the importance of social context. *Computers in Human Behavior*, 23(1), 842-849.
- Diakopoulos, N., Luther, K., Medynskiy, Y., & Essa, I. A. (2007). Remixing Authorship: Reconfiguring the Author in Online Video Remix Culture *SIC Technical Reports*. Georgia Institute of Technology. Repéré à <http://hdl.handle.net/1853/19891>
- Domenget, J.-C. (2013). La fragilité des usages numériques. *Les Cahiers du numérique*, 9(2), 47-75.
- Dumitrica, D. (2013). Classifying the Internet: Everyday Negotiations of Technology and Social Order. *Canadian Journal of Communication*, 38(4). 585-609.



- Dutton, W. H. (2013). Chapter 1: Internet Studies: The Foundations of a Transformative Field. Dans W. H. Dutton (dir.), *The Oxford Handbook of Internet Studies* (p. 1-24)Oxford : Oxford University Press.
- Ek, R. (2013). Tourism Social Media as a Fire Object. Dans A. M. Munar, S. Gyimóthy & L. Cai (dir.), *Tourism Social Science Series* (Vol. 18, p. 19-34). Copenhagen, Denmark: Emerald.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- Erstad, O. (2008). Trajectories of remixing: digital literacies, media production and schooling. Dans C. Lankshear & M. Knobel (dir.), *Digital Literacies : Concepts, Policies and Practices*. New York : Peter Lang.
- Ess, C. M., & Dutton, W. H. (2013). Internet Studies: Perspectives on a rapidly developing field. *New Media & Society*, 15(5), 633-643.
- Fagerjord, A. (2010). After Convergence : YouTube and Remix Culture. Dans J. Hunsinger, L. Klastrup & M. Allen (dir.), *International Handbook of Internet Research* (p. 187-200). Dordrecht: Springer Netherlands.
- Falzon, M.-A. (2009). Introduction. Dans M.-A. falzon (dir.), *Multi-Sited Ethnography Theory, Praxis And*. Farnham, England ; Burlington, VT : Ashgate.
- Featherstone, M. (1998). The flaneur, the city and virtual public life. *Urban Studies*, 35(5-6), 909-925.
- Ferguson, D. A. (2011). The Trivial Pursuits of Mass Audiences Using Social Media: A Content Analysis of Facebook Wall Posts by Fans of Top-Trending Television Programs. Dans H. S. N. Al-Deen & J. A. Hendricks (dir.), *Social Media : Usage and Impact* (p. 39-53). New York, NY : Lexington Books.
- Finlay, L. (2002). Negotiating the swamp: the opportunity and challenge of reflexivity in research practice. *Qualitative Research*, 2(2), 209-230.
- Flichy, P. (2001). *L’imaginaire d’Internet*. Paris, France : La Découverte.
- Fontana, A., & Frey, J. H. (2000). The interview: From structured questions to negotiated text. Dans N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (dir.), *Handbook of Qualitative Research* (2<sup>e</sup> éd., p. 645-672). Thousand Oaks, CA : Sage Publications.
- Gane, N., & Beer, D. (2008). *New media: The key concepts*. Oxford : Berg.
- Gardiner, M. (2000). *Critiques of Everyday Life*. New York, NY : Routledge.
- George, F. (2010). Approche statistique de trois composantes de l’identité numérique dans Facebook. Dans F. Millerand, S. Proulx & J. Rueff (dir.), *Web social. Mutation de la communication* (p. 187-203). Québec, QC : Presses de l’Université du Québec.

- Gire, F., Pasquier, D., & Granjon, F. (2007). Culture et sociabilité: Les pratiques de loisirs des Français. *Réseaux*, 6(145-146), 159-215.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2010). *La découverte de la théorie ancrée : stratégies pour la recherche qualitative*. Paris, France : Colin.
- Granjon, F., & Denouel, J. (2011). Penser les usages sociaux des technologies numériques d'information et de communication. Dans J. Denouël & F. Granjon (dir.), *Communiquer à l'ère numérique : regards croisés sur la sociologie des usages* (p. 7-43). Paris : Presses des Mines.
- Gunkel, D. J. (2008). Rethinking the Digital Remix: Mash-ups and the Metaphysics of Sound Recording. *Popular Music and Society*, 31(4), 489-510.
- Hackett, E. J., Amsterdamska, O., Lynch, M., & Wajcman, J. (2008). *The handbook of science and technology studies*. Cambridge Mass. : MIT Press.
- Haridakis, P., & Hanson, G. (2009). Social Interaction and Co-Viewing With YouTube: Blending Mass Communication Reception and Social Connection. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53(2), 317-335.
- Harper, R., & Hodges, S. (2006). Beyond talk, beyond sound: Emotional expression and the future of mobile connectivity. Dans J. R. Höflich & M. Hartmann (dir.), *Mobile Communication in Everyday Life : Ethnographic Views, Observations and Reflections* (p. 255-271). Berlin, Allemagne : Frank & Timme.
- Heikkilä, H., Ahva, L., Siljamäki, J., & Valtonen, S. (2011). *What if everyday life is not that civic?* Communication présenté ICA, Boston.
- Hermes, J. (2006). Citizenship in the Age of the Internet. *European Journal of Communication*, 21(3), 295-309.
- Hine, C. (2011). Towards ethnography of television on the internet: A mobile strategy for exploring mundane interpretive activities. *Media, Culture & Society*, 33(4), 567-582.
- Höflich, J. R. (2006). Places of life—places of communication : Observations of mobile phone usage in public places. Dans M. Hartmann & J. R. Höflich (dir.), *Mobile communication in everyday life : Ethnographic views, observations and reflections* (p. 19-51). Berlin, Allemagne : Frank & Timme GmbH.
- Holstein, J. A., & Gubrium, J. F. (1995). *The Active Interview*. Thousand Oaks, CA : Sage Publications.
- Javeau, C. (1980). Sur le concept de vie quotidienne et sa sociologie. *Cahiers Internationaux de Sociologie*, 68, 31-45.
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers television fans & participatory culture* New York, NY: Routledge.
- Jenkins, H. (2006a). *Convergence Culture : Where Old and New Media Collide*. New York, NY : New York University Press.

- Jenkins, H. (2006 b). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York, NY : New York University Press.
- Jenkins, H., Ford, S., Green, J., & Green, J. B. (2012). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York, NY: New York University Press.
- Jensen, K. B. (2011). New media, old methods—Internet methodologies and the online/offline divide (*The handbook of internet studies* (p. 43-58). Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Jochems, S., Millette, M., & Millette, J. (2013). Hybridization of Engagement Practices: Use of Communications Technology During the Quebec Red Square Movement. *Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA-PGN*, 6(3).
- John, N. A. (2012). Sharing and Web 2.0: The emergence of a keyword. *New Media & Society*, 15(2), 167-182. doi : 10.1177/1 461 444 812 450 684
- John, N. A. (2013). The social logics of sharing. *The Communication Review*, 16(3), 113-131. doi : 10.1080/10714421.2013.807119
- Johnson, A. J., & Becker, J. A. H. (2011). CMC and the Conceptualization of «Friendship»: How Friendships Have Changed with the Advent of New Methods of Interpersonal Communication. Dans K. B. Wright & L. M. Webb (dir.), *Computer-mediated communication in personal relationships* (p. 225-243). New York, NY : Peter Lang.
- Jouët, J. (1993). Pratiques de communication et figures de la médiation. *Réseaux*, 11(60), 99-120.
- Jung, J.-Y., Lin, W.-Y., & Kim, Y.-C. (2012). The dynamic relationship between East Asian adolescents' use of the internet and their use of other media. *New Media & Society*, 14(6), 969-986.
- Kakihara, M., Sørensen, C., & Wiberg, M. (2002). *Fluid interaction in mobile work practices*. Communication présenté First Global Mobile Roundtable, Tokyo, Japon.
- Katz, J. E., & Rice, R. (2002). Syntopia: Access, Civic Involvement, and Social Interaction on the Net. Dans B. Wellman & C. A. Haythornthwaite (dir.), *The Internet in Everyday Life* (p. 114-138). Malden, MA, USA : Blackwell.
- Kazmer, M., & Xie, B. (2008). Qualitative interviewing in Internet studies: Playing with the media, playing with the method. *Information, Communication & Society*, 11(2), 257-278.
- Kennedy, J. (2012). conceptualizing social interactions in networked spaces. Dans C. Francesca (dir.), *Networked sociability and individualism : technology for personal and professional relationships* (p. 24-40). Hershey, PA: Information Science Reference.
- Knobel, M., & Lankshear, C. (2008). Remix : The Art and Craft of Endless Hybridization. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 52(1), 22-33.

- Kortelainen, J. (2010). Old-growth forests as objects in complex spatialities. *Area*, 42(4), 494-501.
- Krotz, F. (2008). Media Connectivity: concepts, condition and consequences. Dans A. Hepp, F. Krotz, S. Moors & C. Winter (dir.), *Connectivity, networks and flows: conceptualizing contemporary communications* (p. 13-31). Cresskill, N.J. : Hampton Press.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2008). *InterViews : Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing*. (2<sup>e</sup> éd.). Londres, Angleterre : Sage Publications.
- Lankshear, C., & Knobel, M. (2008). Digital literacy and the Law: Remixing elements of Lawrence Lessig's ideal of "free culture". Dans C. Lankshear & M. Knobel (dir.), *Digital Literacies : Concepts, Policies and Practices*. New York, NY : Peter Lang.
- Latour, B. (1999). On recalling ANT. Dans J. Law & J. Hassard (dir.), *Actor network theory and after* (p. 15-25). Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Law, J. (2002). Objects and spaces. *Theory, Culture & Society*, 19(5-6), 91-105.
- Law, J., & Mol, A. (2001). Situating technoscience: an inquiry into spatialities. *society and space*, 19, 609-621.
- Law, J., & Singleton, V. (2005). Object lessons. *Organization*, 12(3), 331-355
- Leander, K., & McKim, K. K. (2003). Tracing the Everyday 'Sitings' of Adolescents on the Internet: a strategic adaptation of ethnography across online and offline spaces. *Education, Communication & Information*, 3(2), 211-240.
- Lefebvre, H. (1958). *Critique de la vie quotidienne I : Introduction*. Paris, France : L'arche.
- Lefebvre, H. (1961). *Critique de la vie quotidienne II : Fondements d'une sociologie de la quotidienneté*. Paris, France : L'arche.
- Lefebvre, H. (1981). *Critique De La Vie Quotidienne III : De la modernité au modernisme*. Paris, France : L'arche.
- Lessig, L. (2004). *Culture Libre-Comment les médias utilisent la technologie et la loi pour confisquer la culture et contrôler la créativité* Repéré à [http://www.jus.uio.no/sisu/free\\_culture.lawrence\\_lessig/landscape.a5.fr.pdf](http://www.jus.uio.no/sisu/free_culture.lawrence_lessig/landscape.a5.fr.pdf)
- Lessig, L. (2005). *Free culture : the nature and future of creativity*. New York, NY : Penguin Press.
- Lessig, L. (2008). *Remix : Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. New York, NY : Penguin Press.
- Leung, L. (2009). User-generated content on the internet: an examination of gratifications, civic engagement and psychological empowerment. *New Media & Society*, 11(8), 1327-1347.

- Lewis, J., & West, A. (2009). 'Friending' : London-based undergraduates' experience of Facebook. *New Media & Society*, 11(7), 1209-1229.
- Li, H., Wang, H., Liu, J., & Xu, K. (2012). Video sharing in online social networks: measurement and analysis *Proceedings of the 22nd international workshop on Network and Operating System Support for Digital Audio and Video* (p. 83-88): ACM.
- Licklider, J. C. R., & Taylor, R. W. (1968). The computer as a communication device. *Science and technology*, 76(2), 21-41.
- Lindgren, S. (2007). From Flâneur to Web Surfer : Videoblogging, Photosharing and Walter Benjamin@ the Web 2.0. *Transformations*, (15). Repéré à [http://www.transformationsjournal.org/journal/issue\\_15/article\\_10.shtml](http://www.transformationsjournal.org/journal/issue_15/article_10.shtml)
- Lingel, J., & Naaman, M. (2012). You should have been there, man: Live music, DIY content and online communities. *New Media & Society*, 14(2), 332-349.
- Livingstone, S. (2003). The changing nature of audiences : from the mass audience to the interactive media user. Dans A. Valdivia (dir.), *Companion to media studies* (p. 337-359). Oxford, Angleterre : Blackwell publishing.
- Livingstone, S. (2004). The challenge of changing audiences: or, what is the audience researcher to do in the age of the internet? *European journal of communication*, 19(1), 75-86.
- Lull, J. (1980). The social uses of television. *Human communication research*, 6(3), 197-209.
- Ma, X., Wang, H., Li, H., Liu, J., & Jiang, H. (2013). Exploring sharing patterns for video recommendation on YouTube-like social media. *Multimedia Systems*, 20(6), 675-691.
- Malinowski, B. (1994). The problem of meaning in primitive languages. Dans J. Maybin (dir.), *Language and literacy in social practice: A reader* (p. 1-10). Clevedon, Avon, England; Philadelphia: Multilingual Matters Ltd. in association with the Open University.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge Mass. London : MIT Press.
- Marcus, G. (1995). Ethnography in/of the world system: the emergence of multi-sited ethnography. *Annual review of anthropology*, 24(1), 95-117.
- Marcus, G., & Fischer, M. (1999). *Anthropology as cultural critique : an experimental moment in the human sciences*. Chicago, IL : University of Chicago Press.
- Marwick, A. E., & boyd, d. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114-133.
- Massey, D. (2005). *For space*. Thousand Oaks, CA: Sage.

- McLellan, E., MacQueen, K. M., & Neidig, J. L. (2003). Beyond the Qualitative Interview: Data Preparation and Transcription. *Field Methods*, 15(1), 63 -84.
- Kramp, L., Carpentier, N., Hepp, A., Trivundža, I. T., Nieminen, H., Kunelius, R., . . . Kilborn, R. (dir.). (2014). *Media Practice and Everyday Agency in Europe*. Bremen: *édition lumière*. Mellet, K. (2009). Aux sources du marketing viral. *Réseaux*, 157-158(5), 267-292.
- Meunier, D., Lambotte, F., & Choukah, S. (2014). Du bricolage au rhizome : comment rendre compte de l'hétérogénéité de la pratique de recherche scientifique en sciences sociales ? *Questions de communication* (1), 345-366.
- Mol, A. (2010). Actor-network theory: sensitive terms and enduring tensions. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft*, 50, 253-269.
- Mol, A., & Law, J. (1994). Regions, networks and fluids: anaemia and social topology. *Social Studies of Science*, 24(4), 641-671.
- Moser, I., & Law, J. (2006). Fluids or flows ? Information and qualculation in medical practice. *Information Technology & People*, 19(1), 55-73.
- Nadai, E., & Maeder, C. (2005). Fuzzy Fields. Multi-Sited Ethnography in Sociological Research. *Forum Qualitative Sozialforschung /Forum : Qualitative Social Research*, 6(3). Repéré à <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/22>
- O'Reilly, T. (2007). What is Web 2.0 : Design patterns and business models for the next generation of software. *Communications and Strategies*, 65, 17-37.
- Orgad, S. (2009). How can researchers make sense of the issues involved in collecting and interpreting online and offline data? Dans A. Markham & N. Baym (dir.), *Internet inquiry : conversations about method* (p. 33-53). Los Angeles, CA: Sage Publications.
- Oumard, M., Mirza, D., Kroy, J., & Chorionopoulos, K. (2008). A cultural probes study on video sharing and social communication on the internet *Proceedings of the 3rd international conference on Digital Interactive Media in Entertainment and Arts* (p. 142-148 ). New York, NY: ACM.
- Paillé, P. (1994). L'analyse par théorisation ancrée. *Cahiers de recherche sociologique* (23), 147-181.
- Papacharissi, Z. (2011). *A Networked self: identity, community and culture on social network sites*. New York, NY : Routledge.
- Peng, T.-Q., Zhang, L., Zhong, Z.-J., & Zhu, J. J. H. (2012). Mapping the landscape of Internet studies: Text mining of social science journal articles 2000-2009. *New Media & Society*, 15(5), 644-664.
- Petersen, S. M. (2008). Loser Generated Content: From Participation to Exploitation. *First Monday*, 13(3). Repéré à

<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2141/1948>

- Poland, B. D. (1995). Transcription Quality as an Aspect of Rigor in Qualitative Research. *Qualitative Inquiry*, 1(3), 290-310.
- Proulx, S. (2011). La sociologie de la communication au prisme des études sur la science et la technique. Dans S. Proulx & A. Klein (dir.), *Connexions : communication numérique et lien social* (p. 17-38). Namur, Belgique : Presses universitaires de Namur.
- Proulx, S. (2012). L'irruption des médias sociaux : enjeux éthiques et politiques. Dans L. Heaton, S. Proulx & M. Millette (dir.), *Médias sociaux : enjeux pour la communication* (p. 9-31). Québec, QC : Presses de l'Université du Québec.
- Proulx, S., & Millerand, F. (2010). Le Web social, au carrefour de multiples questionnements Dans S. Proulx, F. Millerand & J. Rueff (dir.), *Web Social : Mutation de la Communication* (p. 13-30). Québec, QC : Presses de l'Université du Québec.
- Purcell, K. (2010). The state of online video: Pew Internet & American Life Project.
- Purcell, K. (2013). Online video 2013: Pew Internet & American Life Project.
- Radovanovic, D., & Ragnedda, M. (2012). Small talk in the digital age: making sense of phatic posts. Communication présentée Making Sense of Microposts, Lyon, France. Repéré à <http://ceur-ws.org/Vol-838>
- Rains, S. A., & Brunner, S. R. (2014). What can we learn about social network sites by studying Facebook? A call and recommendations for research on social network sites. *New Media & Society*, 1461444814546481. doi : 10.1177/1461444814546481
- Read, P., Shah, C., S-O'Brien, L., & Woolcott, J. (2012). 'Story of one's life and a tree of friends' – understanding millennials' information behaviour in social networks. *Journal of Information Science*, 38(5), 489-497.
- Rebillard, F. (2007). *Le Web 2.0 en perspective : Une analyse socio-économique de l'Internet*. Paris, France : Harmattan
- Rentfrow, P. J., McDonald, J. A., & Oldmeadow, J. A. (2009). You are what you listen to: Young people's stereotypes about music fans. *Group Processes & Intergroup Relations*, 12(3), 329-344.
- Rotman, D., & Preece, J. (2010). The 'WeTube' in YouTube—creating an online community through video sharing. *International Journal of Web Based Communities*, 6(3), 317-333.
- Rouleau, L. (2003). La méthode biographique. Dans Y. Giordano & F. Allard-Poesi (dir.), *Conduire un projet de recherche : Une perspective qualitative*. Colombelles, France : Éditions EMS.

- Rueff, J. (2010). Reconnaissance 2.0 : controverse autour de la mise en visibilité des minorités sexuelles dans World of Warcraft. Dans F. Millerand, S. Proulx & J. Rueff (dir.), *Web social : mutation de la communication* (p. 205-215). Québec, QC : Press de l'Université du Québec.
- Sandywell, B. (2004). The myth of everyday life: Toward a heterology of the ordinary. *Cultural Studies*, 18(2-3), 160-180. doi : 10.1080/0950238042000201464
- Schäfer, M. T. (2009). Participation inside? User activities between design and appropriation. Dans M. Van den Boomen, S. Lammes, A.-S. Lehmann, J. Raessens & M. T. Schäfer (dir.), *Digital material: Tracing new media in everyday life and technology*. Amsterdam, Hollande: Amsterdam University Press.
- Schröder, K. (1999). The best of both worlds? Media audience research between rival paradigms. Dans P. Alasuutari (dir.), *Rethinking the media audience: The new agenda* (p. 38-68). Londres, Angleterre : Sage.
- Schwartz, S. H. (2011). Studying values: Personal adventure, future directions. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42(2), 307-319.
- Seigworth, G., & Gardiner, M. (2004). Rethinking everyday life: And then nothing turns itself inside out. *Cultural Studies*, 18(2-3), 139-159. doi : 10.1080/0950238042000201455
- Selwyn, N., Gorard, S., & Furlong, J. (2005). Whose Internet is it Anyway? Exploring Adults' (Non)Use of the Internet in Everyday Life. *European Journal of Communication*, 20, 5-26. doi : 10.1177/0267323105049631
- Sharp, D. (2006). Participatory cultural production and the DIY Internet: From theory to practice and back again. *Media International Australia, Incorporating Culture & Policy*, 118, 16-24.
- Sheringham, M. (2006). *Everyday life : theories and practices from surrealism to the present*. Oxford, Angleterre: Oxford University Press.
- Shields, R. (2006). Flânerie for cyborgs. *Theory, Culture & Society*, 23(7-8), 209-220.
- Shklovski, I., Kiesler, S., & Kraut, R. (2006). The Internet and social interaction : A Meta-analysis. Dans R. Kraut, M. Brynin & S. Kiesler (dir.), *Computers, phones, and the Internet* (p. 251-264). New York, NY. Oxford University Press.
- Siles, I., & Boczkowski, P. (2012). At the Intersection of Content and Materiality: A Text-Material Perspective on the Use of Media Technologies. *Communication Theory*, 22(3), 227-249. doi : 10.1111/j.1468-2885.2012.01408.x
- Silverstone, R. (1994). *Television and everyday life*. New York, NY : Routledge.
- Silverstone, R. (1999). *Why study the media?* Londres, Angleterre : Sage.
- Snelson, C. (2011). YouTube Across the Disciplines: A Review of the Literature. *Journal of Online Learning and Teaching*, 7(1).



- Snelson, C., Rice, K., & Wyzard, C. (2012). Research priorities for YouTube and video-sharing technologies: A Delphi study. *British Journal of Educational Technology*, 43(1), 119-129.
- Sørensen, E. (2006). Politics of Things: Interplay of Design and Practice in a Design Workshop with Children. Dans A. Costall & O. Dreier (dir.), *Doing Things with Things: The Design and Use of Everyday Objects* (p. 147-166). Aldershot, Angleterre : Ashgate.
- Soulet, J.-F. (2009). *L'histoire immédiate*. Paris, France : Armand Colin.
- Spurgeon, C. (2008). *Advertising and new media*. New York, NY : Routledge.
- Star, S. L. (2010). Ceci n'est pas un objet-frontière ! *Revue d'anthropologie des connaissances*, 4(1), 18-35. doi : 10.3917/rac.009.0018
- Stenger, T., & Coutant, A. (2009). *La prescription ordinaire sur les réseaux socio-numériques* Communication présenté Médias 09, entre communautés et mobilité, Aix-en-Provence.
- Stenger, T., & Coutant, A. (2010). *Vers un management des « amis » sur les réseaux socio-numériques ? Usage et appropriation sur Facebook, Skyrock et MySpace »*. Communication présenté XVe colloque de l'Association Information et Management, La Rochelle. Repéré à <http://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00525841/>
- Tannen, D. (1990). Ordinary Conversation and Literary Discourse: Coherence and the Poetics of Repetition. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 583(1), 15-30.
- Taylor, A., & Harper, R. (2003). Switching on to switch off. Dans R. Harper (dir.), *Inside the smart home* (p. 115-126) : Springer.
- Tisseron, S. (1999). Nos objets quotidiens. *Hermès, Le dispositif. Entre usage et concept* (25), 57-66.
- Tong, S. T., & Walther, J. B. (2011). Relational maintenance and CMC. Dans K. B. Wright & L. M. Webb (dir.), *Computer-mediated communication in personal relationships* (p. 98-118). New York, NY : Peter Lang.
- Venturini, F., Carlier, B., & Mishra, B. (2013). Video-Over-Internet Consumer Survey : Accenture.
- Vignolles, A., & Bonnefont, A. (2007). Expression d'expériences nostalgiques chez les jeunes adultes par la technique projective du collage: étude empirique exploratoire. Communication présenté 6ème Journées Normandes de Recherche sur la Consommation : Société et consommations, Rouen, France.
- Vitak, J., Crouse, J., & LaRose, R. (2011). *Personal Internet Use at Work: Understanding Cyberslacking*. Communication présenté ICA, Boston, MA.
- Wanlin, P. (2007). L'analyse de contenu comme méthode d'analyse qualitative d'entretiens: une comparaison entre les traitements manuels et l'utilisation de logiciels.

- Recherches qualitatives* (Actes du colloque bilan et prospectives de la recherche qualitative), *Hors Série*(3), 243-272.
- Walkerdine, V. (2005). emotion. Dans T. Bennett, L. Grossberg, M. Morris & R. Williams (dir.), *New keywords: A revised vocabulary of culture and society* (p. 13-15). Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Wellman, B. (2011). Studying the Internet through the ages. Dans M. Consalvo & C. Ess (dir.), *The Handbook of Internet Studies* (p. 109–115) : Wiley-Blackwell.
- Wellman, B., Quan-Haase, A., Boase, J., & Chen, W. (2002). *Examining the Internet in everyday life*. Communication présenté Keynote address to the Euricom Conference on e-Democracy, Nijmegen, Hollande.
- Wilkinson, S. (1988). The role of reflexivity in feminist psychology. *Women's Studies International Forum*, 11(5), 493-502.
- Wilson, R. E., Gosling, S. D., & Graham, L. T. (2012). A review of Facebook research in the social sciences. *Perspectives on Psychological Science*, 7(3), 203-220.
- Wilson, T. (2004). *The playful audience : from talk show viewers to Internet users*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Wittel, A. (2011). Qualities of sharing and their transformations in the digital age. *International Review of Information Ethics*, 15(9), 3-8.
- Wolton, D. (2006). Il faut sauver la communication. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, 1(27), 15-17.
- Woodward, I. (2009). Material Culture and Narrative: Fusing Myth, Materiality, and Meaning. Dans P. Vannini (dir.), *Material culture and technology in everyday life : ethnographic approaches* (p. 59-72). New York, NY : Peter Lang.
- Wright, K., B., & Webb, L., M. (2011). *Computer-mediated communication in personal relationships*. New York, NY : Peter Lang.
- Yang, C., Hsu, Y.-C., & Tan, S. (2010). Predicting the determinants of users' intentions for using YouTube to share video: Moderating gender effects. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(2), 141-152.
- Zittoun, P. (2013). Dispositif. Dans R. Barbier, L. Blondiaux, F. Chateauraynaud, J.-M. Fourniau, R. Lefebvre, C. Neveu, D. Salles & I. Casillo (dir.), *Dictionnaire critique et interdisciplinaire de la participation*. Paris, France : GIS Démocratie et Participation.

## ANNEXE 1 : Affiche pour recrutement

# Invitation à participer à une recherche sur les vidéos en ligne

Je suis une étudiante au doctorat à l'Université de Montréal au Département de communication. Mon projet vise à mieux comprendre le partage de vidéos en ligne d'internautes ordinaire comme vous et moi. Je souhaite explorer le rôle des vidéos en ligne dans la communication quotidienne. J'ai besoin de participants dans le cadre d'une étude sur l'utilisation d'Internet au quotidien.

#### Les critères pour participer sont

- Être un adulte habitant la région Montréal
- Regardez et partagez des vidéos en ligne de manière occasionnelle.

Cette recherche implique une participation volontaire à **trois entrevues** individuelles d'une durée approximative **d'une heure** chacune, où la personne aura notamment à décrire et raconter ses expériences lors de visionnement et de partage de vidéo en ligne.

Si vous êtes intéressé à participer, suivez le lien sur cette page. Vous y trouverez une description détaillée de moi-même, du projet et de la procédure de recherche.



## etudeInternet.com

Ce projet constitue une recherche pour ma thèse en Communication à l'Université de Montréal. Il n'est pas financé par un organisme subventionnaire. Il a obtenu l'approbation du comité d'éthique de l'Université. Votre participation est entièrement anonyme, confidentielle et volontaire. Les données collectées dans le cadre de cette enquête ne seront utilisées qu'à des fins d'analyse scientifique.

## ANNEXE 2 : Grille pour 1re entrevue

### Introduction et Consentement

- Présentation
  - Rappel du projet et du but de la rencontre
  - Attentes par rapport à la durée de l'entrevue,
- Plans d'utilisation des résultats de l'interview
- Rappel par rapport au fait que l'interview sera enregistrée et du caractère confidentiel de l'identité de la personne interviewée
  - Signature du formulaire de consentement

### Questions brise-glace

- Qu'est-ce qui vous a motivé à participer à cette recherche ?
- Vous participez souvent à des recherches ?
- Parlez-moi un peu de vous.
- Si vous avez un moment de libre durant la journée, que faites-vous ?
- Racontez-moi ce que vous faites habituellement.
- Parlez-moi de vos équipements (ordinateur, téléphone...)
- Parler moi da façon générale de votre usage d'internet
- Parler moi da façon générale de votre usage du téléphone mobile

### Questions sur les vidéos en ligne

- Qu'est-ce qui vous pousse ou vous motive à partager une vidéo ?
- Comment vous les partagez et avec qui ?
- Qu'est-ce que vous attendez de ce partage ?
- Est-ce que vous faites un suivi de votre partage et comment ?
- Avez-vous développé des habitudes ou des routines ?
- Quelle a été l'histoire la plus invraisemblable qui vous soit arrivée avec un partage de vidéo ?
- Racontez-moi la dernière fois que vous avez partagé une vidéo

### Conclusion

- Appréciation de l'entretien et remerciement.
- Explication de l'objet de la 2e rencontre.
- Choix d'un moyen de garder des traces et prise de notes sur les pratiques de partage.
- Choix d'une date pour le prochain rendez-vous.

## ANNEXE 3 : Logiciels de surveillance

### Surveilstar

Le logiciel permet d'enregistrer tous les sites Internet visités, les URLs, les titres, et les utilisateurs pour estimer toute l'activité de navigation des utilisateurs, offrant des statistiques des sites Web détaillés.

- Résumer et réunir les statistiques sur des sites Internet visités
- Réunir les statistiques des heures de navigation de Web des utilisateurs sur des sites Web ou des catégories de site Web différentes
- Offrir le reportage intuitif et facile à lire avec un diagramme circulaire ou un histogramme.
- Offrir le reportage des top 10 sites Internet visités pour les administrateurs

### RescueTime

Cette application mesure l'utilisation que l'on fait de notre temps, fonctionne sur Windows et Mac. L'installation est facile après avoir créé un compte. La collecte des informations va ensuite commencer sans nécessiter d'intervention de votre part, et celles-ci vont être envoyées au serveur de la firme. Vous n'aurez alors qu'à vous connecter à leur site Internet pour consulter vos statistiques. RescueTime est un outil gratuit et qui n'occupe pas une quantité d'espace importante. Une version open-source existe pour les utilisateurs de Linux : <https://launchpad.net/rescuetime-linux-uploader>

### ManicTime

Disponible gratuitement et ne nécessitant même pas d'installation (application portable), ManicTime Standard est un utilitaire permettant de traquer l'utilisation faite sur un ordinateur. Chaque activité est enregistrée par ManicTime Standard afin d'établir un rapport sur l'utilisation de votre ordinateur : temps d'utilisation de votre ordinateur, plages horaires d'utilisation, applications exécutées (avec le temps global pour chaque application), les documents utilisés, etc.

### Ego Archive

EgoArchive est un moteur de recherche personnel pour tout ce que l'internaute a vu sur Internet. EgoArchive prend un screenshot de chaque page, permettant non seulement de trouver le contenu, mais aussi de voir exactement la page comme le jour où elle a été visitée.

### Visual History

L'historique de navigation est affiché comme une intersection de nœuds et de sous-nœuds. Le graphique interactif affiche les habitudes de navigation. Par exemple, deux pages sont reliées entre elles si elles sont consécutivement visitées en moins de 20 minutes. Les

nœuds sont également en code de couleur — les anciennes pages sont en bleu, celles actuelles sont en jaune. L'outil a une fonction de zoom avec la souris.

### **History Trends**

Il affiche l'historique du navigateur sous la forme d'un graphique interactif. Il offre des statistiques quotidiennes avec les jours les plus achalandés et le nombre de visites quotidiennes. Les graphiques décomposent également les données à jour, semaine et mois (graphiques de séries chronologiques).

### **History analyser**

C'est une extension de Chrome très simple qui prend l'historique de navigation et le met sur un graphique circulaire. Chaque tranche de la tarte représente le pourcentage de résultats pour ce domaine. Le camembert indique les domaines qui ont été l'objet du plus d'attention.

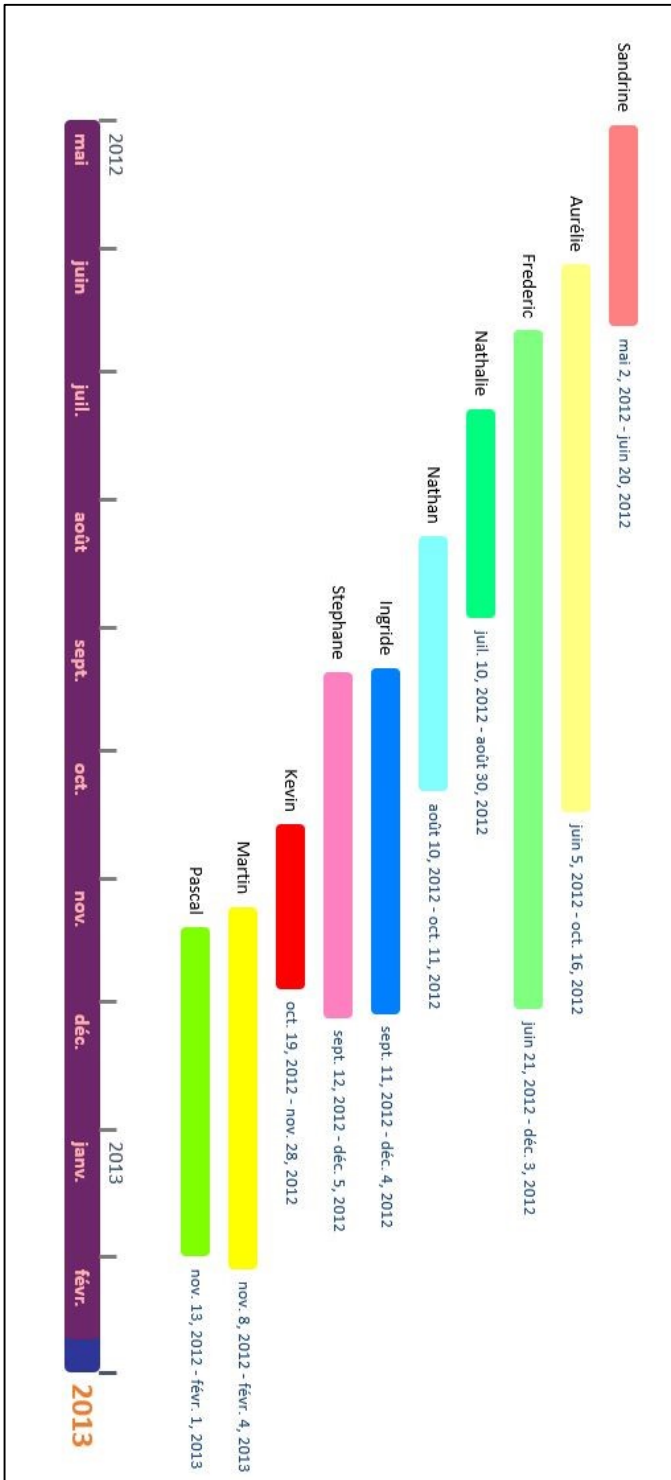
### **Chrome history X**

Il affiche deux champs qui permettent de rechercher et de gérer l'historique de navigation par date et par mot-clé. Il permet de visualiser l'historique de navigation à l'aide d'un graphique à bulles. Les associations entre les sites sont représentées par des bulles d'intersection.

### **History Stats**

L'extension du navigateur Chrome se décompose l'historique de navigation entre les sites et le nombre total de visites et les plus récentes de ces sites Internet, ce qui permet de trier l'historique de navigation par ordre croissant ou décroissant. Il permet également une suppression sélective de l'historique.

## ANNEXE 4 : Chronologie des entrevues



## ANNEXE 5 : Règles de transcription

- Restituer le propos du participant de manière claire, fidèle, compréhensible pour le lecteur et respectueuse pour le participant.
- Éliminer les hésitations (par exemple! : « !euh, euh, ben, tsé, pis ») qui alourdissent considérablement la compréhension du texte écrit ?
- Changer certaines expressions qui alourdissent le texte. « y'a fait ça ! » deviendrait « Il a fait cela ! »
- Introduire le cas échéant un segment de phrase explicitant un implicite entre crochets [...]

### **Pause**

(-silence-) ou pour des pauses de plus de 3 secondes (-long silence-)

(...) lorsqu'une phrase est inachevée

### **Rire**

(-rires-)

### **Bruit**

(-tousse-) (-éternue-) (-souple-)

### **Interruption et chevauchement**

Pour indiquer quand quelqu'un est interrompu, utiliser un trait d'union et ce qui a causé l'interruption (-sonnerie de téléphone-) ou le chevauchement (-chevauchement-)

### **Discours brouillés**

Pour les mots pas clairs (blanc ? ban ?)

Pour les mots indéchiffrable, utiliser des « x » (le nombre de « x » dénote le nombre de mots manqué)

### **Emphase**

Utilise la capitalisation pour dénoter une forte emphase dans un mot ou une phrase. Pour les mots allongés, répéter la lettre séparée par des traits d'union « no-o-o-on »

### **paraphrase**

Si le participant prend la voix de quelqu'un d'autre ou de sa voix intérieure, utiliser des guillemets et l'indication (imitant la voix).



## ANNEXE 6 : Tableau récapitulatif des vignettes

<i>Participant</i>	<i>Vignette</i>	<i>Nombre de personnes</i>	<i>contexte</i>	<i>Motivation à partager la vidéo</i>	<i>enchaînement</i>
Aurélie	Groupe privé pour bébé	un à plusieurs	groupe privé	maintien des relations	non
Aurélie	L'oie spéciale, mais pas le matin	un à plusieurs	SRS	Faire découvrir	?
Aurélie	Inciter à voter	un à plusieurs	SRS	Faire découvrir	?
Aurélie	Day-O (The Banana Boat Song)	un à plusieurs	SRS	expression	non
Aurélie	Des pleurs sous la pluie	un à plusieurs	SRS	faire rire	oui
Aurélie	Jean Leloup	un à plusieurs	SRS	expression	oui
Aurélie	Violence policière	un à un	courriel	illustration	non
Aurélie	Viens voir Madonna	un à un	colocataire	Prétexte pour passer du temps ensemble	non
Aurélie	Barbie et manga girl : une vidéo à regarder en cachette	un à un/groupe	entre amis	curiosité	non
Frédéric	Kony 2012	un à plusieurs	SRS	Faire découvrir	?
Frédéric	Vidéo sous le coude	un à un	SRS	illustration	non
Frédéric	Le running gag avec sa sœur	un à un	SRS	maintien des relations	oui
Frédéric	Partager pour faire rire	un à un	SRS	faire rire	non
Frédéric	De la vidéo au mp3, et retour à la vidéo	un à un	courriel	faire découvrir	non
Ingrid	Sortie des pingouins	un à plusieurs	blogue	faire découvrir	
Kevin	Apprendre HTML	un			

<i>Participant</i>	<i>Vignette</i>	<i>Nombre de personnes</i>	<i>contexte</i>	<i>Motivation à partager la vidéo</i>	<i>enchaînement</i>
Kevin	Le casque gonflable	un à un	courriel	maintien des relations	non
Kevin	Le chat dans le bocal	un à un	courriel	maintien des relations	non
Kevin	Vidéo sur un prof du bac	un à un	SRS	maintien des relations	non
Martin	Liverpool	un à un	courriel	maintien des relations	non
Martin	Des échanges musicaux	un à un	courriel	faire découvrir	oui
Martin	Pont en Suède	un à un	courriel	faire découvrir	oui
Martin	Watatatow et Star Trek	un à un	courriel		oui
Martin	La petite chouette s'est envolée	un à un			non
Nathalie	Un petit moment ensemble avec Kermit	un à un	copain	Prétexte pour passer du temps ensemble	non
Nathalie	L'horrible lipdub : Tellement mauvais qu'il faut le partager	un à un	colocataire	Faire découvrir	non
Nathalie	Les échanges paranormaux des intérêts d'un père et de sa fille	un à un	visite familiale	Prétexte pour passer du temps ensemble	non
Nathalie	Les publicités : Du cinéma à Facebook	groupe	entre amis	faire découvrir	?
Nathalie	Viens voir les bébés chiens	un à un	colocataire	Prétexte pour passer du temps ensemble	non
Nathan	Nutella	un à un	colocataire	illustration	
Nathan	Voir pour le croire	groupe	colocataire	illustration	non

<i>Participant</i>	<i>Vignette</i>	<i>Nombre de personnes</i>	<i>contexte</i>	<i>Motivation à partager la vidéo</i>	<i>enchaînement</i>
Nathan	Caméra cachée pour les meilleurs amis uniquement	groupe	SRS	maintien des relations	non
Pascal	Nouvel An	groupe	entre amis	Prétexte pour passer du temps ensemble	oui
Pascal	Combat de George Saint-Pierre	un à un	courriel	maintien des relations	non
Pascal	Cousine et les vidéos Ted	un à un	visite familiale	maintien des relations	non
Sandrine	Des Casseroles au balcon	un à un	entre amis	illustration	non
Sandrine	Un courriel en Espagne	un à un	courriel	maintien des relations	non
Sandrine	Il jouait du piano avec YouTube	un à un	visite familiale	Prétexte pour passer du temps ensemble	non
Sandrine	Not so lost in translation : S'exprimer au-delà des mots	un à un	colocataire	illustration	non
Sandrine	L'école de la montagne rouge	un à un	visite familiale	Prétexte pour passer du temps ensemble	non
Sandrine	Proverbe sans frontière	un à un	courriel	maintien des relations	oui
Sandrine	Oui à la grève étudiante, non à la vidéo violente	un à plusieurs	courriel	illustration	?
Stéphane	Cherche maison en région	un à un	message privé	demande d'information	oui
Stéphane	Les midis à l'association étudiante	groupe	entre amis	Prétexte pour passer du temps ensemble	?
Stéphane	Avec le beau frère	un à un		Prétexte pour passer du temps ensemble	?

