

Thomas Stenger

*IAE de l'Université de Poitiers
Institut des sciences de la communication
du CNRS (ISCC)*

Alexandre Coutant

*Université de Franche-Comté
Institut des sciences de la communication
du CNRS (ISCC)*

INTRODUCTION

Un numéro de la revue *Hermès* consacré spécifiquement aux réseaux socionumériques relève d'une décision scientifique qu'il convient d'explicitier dès les premières lignes. En effet, alors que *Facebook* a dépassé le demi-milliard d'utilisateurs actifs et vient d'être valorisé à 50 milliards de dollars¹, que la diplomatie internationale découvre *Wikileaks*, que *YouTube* et *Twitter* servent de relais à une contestation politique massive en Tunisie ou au Caire..., il est très tentant d'élargir le projet en recourant plus largement à l'appellation «médias sociaux». Celle-ci s'est généralisée aussi bien dans la presse que dans le monde des affaires, voire dans certains milieux académiques. Pourtant, si cette dénomination semble pratique pour évoquer simplement et rapidement les sites encourageant la participation

des internautes, elle entraîne plus de confusion qu'elle n'éclaire pour au moins trois raisons.

Tout d'abord, parce que si ces sites sont qualifiés de médias sociaux, on peut légitimement s'interroger sur ce que seraient des médias a-sociaux. Il serait aussi judicieux de questionner la pertinence du concept de média pour qualifier un ensemble de sites web. Ensuite, parce que l'expression est utilisée pour affirmer l'existence d'un phénomène massif de participation sur Internet qui mérite largement d'être soumis à un examen critique (voir, par exemple, Bouquillon et Matthews, 2010). On notera d'ailleurs que l'appellation médias sociaux est souvent employée en synonyme ou en renfort du Web 2.0, guère plus limpide et convaincant (Rebillard, 2007). Enfin et surtout, parce

que des dispositifs² très différents se trouvent ainsi regroupés sous cette «bannière» alors qu'un travail scientifique rigoureux doit justement viser à les identifier et les distinguer. Assimiler *Facebook* à *Overblog*, *Twitter*, *Wikipedia* ou *Dailymotion*, c'est se condamner à rester dans l'admiration béate des activités permises aux individus ou dans la dénonciation radicale des stratégies industrielles masquées par l'idéologie de la participation. L'une comme l'autre s'avèrent incapables de comprendre le succès d'une catégorie particulière de plateformes, faute d'identifier les manques et attentes auxquels elle répond et qui font accepter aux utilisateurs ou ignorer les contreparties qu'elles demandent.

Cette exigence de complexité s'inscrit dans la continuité de l'approche critique du numérique encouragée par Dominique Wolton (1999, 2009) et régulièrement illustrée par la revue *Hermès*, notamment dans les précédents numéros consacrés à l'analyse de l'empreinte du numérique sur les problématiques communicationnelles (*Hermès* n° 39, 2004) ou aux interactions entre réseaux et territoires, particulièrement en matière d'innovation (*Hermès* n° 50, 2008). Ce numéro prolonge aussi la question de la multiplication des traces personnelles au sein des réseaux de communication et de leur exploitation récemment abordée (*Hermès* n° 53, 2009). Les enjeux diffèrent sensiblement selon les espaces fréquentés par les internautes et les réseaux sociaux numériques cristallisent plus que les autres les risques associés au développement d'un Web de l'exploitation des données.

Des distinctions manifestes

Des travaux menés depuis maintenant près de quinze ans ont d'ailleurs déjà proposé des distinctions. En bref, l'appellation médias sociaux est généralement employée pour regrouper essentiellement :

– Les *blogs* qui, rappelons-le, sont bien antérieurs. Il y a donc un certain anachronisme à les intégrer aux médias sociaux, puisque le terme *weblog*, vite raccourci en *blog*, serait apparu en décembre 1997, bien que les origines et la filiation exactes soient difficiles à établir (Le Cam, 2010). Le *microblogging*, qui désigne à la fois une pratique particulière et des contraintes techniques spécifiques, connaît avec la plateforme *Twitter* une certaine renommée, notamment chez les professionnels de la veille (technologique, économique...) ou du journalisme. Son apparition deux ans après *Facebook* a induit nombre d'observateurs en erreur en l'associant aux réseaux sociaux numériques. Ce rapprochement paraît pourtant parfaitement injustifié pour autant que l'on se soit donné la peine d'observer un tant soit peu la plateforme. Fonctionnellement tout d'abord. Si la navigation par liste de contacts est possible, les comptes ne ressemblent en rien aux profils riches que l'on peut retrouver sur *Facebook*, *Orkut* ou *Skyrock*. Notamment, on ne trouve pas la diversité des contenus de ces derniers, qui proposent de mettre en lumière de nombreuses facettes de nos identités et de notre quotidien. Plus profondément, les raisons d'utilisation sont différentes. *Twitter* regroupe ainsi autour d'un intérêt précis, et c'est ce qui fait son succès : faciliter la veille, filtrer et déléguer la sélection de l'information pertinente, regrouper les contenus par thématiques. Les activités, les formes de visibilité et les liens créés entre les utilisateurs sont donc absolument différents.

– Les communautés en ligne, qui constituent les dispositifs web les plus étudiés. Les publications ne manquent pas (voir, par exemple, Proulx, Poissant et Sénécal, 2006). Elles sont d'ailleurs elles-aussi bien antérieures aux «médias sociaux» (Rheingold, 1993). Rappelons également que ces communautés constituent des groupes sociaux et non un type de site web aux caractéristiques techniques précises. Les supports sont multiples, même si le forum reste le mode de communication le plus

fréquent. Un site communautaire peut donc héberger une plateforme de *blogs*, des forums spécialisés, des articles, des *Wikis*, des profils... tous dédiés au thème de cette communauté.

– Les *Wikis* sont des espaces en ligne réalisés et partagés par un grand nombre d'utilisateurs qui co-construisent leurs contenus. L'organisation associée est singulière; certains utilisateurs ont généralement un droit de validation des modifications. L'encyclopédie *Wikipedia* est l'exemple le plus connu.

– Les sites de partage de contenus, qu'il s'agisse de vidéo (*Dailymotion*, *YouTube*), photos (*FlickrR*), liens (*Delicious*) constituent une catégorie proche techniquement mais distincte dans ses usages et modalités organisationnelles (absence de hiérarchie de contributeurs notamment), illustrant l'absolue nécessité de ne pas limiter l'analyse aux principes techniques.

– Enfin, les réseaux socionumériques tels que *Facebook* ou *Orkut* et leurs cousins, les sites de réseautage ou *networking* (*LinkedIn*, *Viadeo*), sont les derniers nés de cette vaste famille. Les anglosaxons regroupent souvent les premiers sous l'expression «*social network sites*» que l'on retrouve dans la définition de Boyd et Ellison (2007) et qui reste la plus citée dans le monde académique. Les appellations francophones sont multiples et révèlent la diversité des conceptions: réseaux sociaux, sites de réseaux sociaux, sites de réseaux sociaux numériques, réseaux socionumériques... Ce numéro entend non seulement ne pas esquiver la complexité de la définition de ce nouvel objet mais aussi révéler la diversité des perspectives associées.

Bien sûr, on pourrait opposer à cette volonté de distinction que tous ces sites relèvent d'une logique de la participation et d'une mobilisation massive des internautes pour produire tout ou partie du contenu et pour faire vivre ces sites web. Mais n'est-ce pas aussi le cas de la plupart des sites web, notamment les sites de commerce en ligne, de presse, d'enseignement en

ligne? Rappelons d'ailleurs qu'*Amazon* a initié très tôt la démarche en ouvrant son site web aux commentaires et critiques des internautes, dès 1995. Aujourd'hui, la plupart des sites web sont ouverts aux commentaires des visiteurs, comme la presse «papier» l'est aussi, ouvrant ses colonnes à ses lecteurs dans des espaces réservés.

En définitive, «le principe central peut être résumé en trois lettres: UGC pour *User Generated Content* (contenu généré par les utilisateurs). Plus précisément, la caractéristique commune de ces sites web est de bâtir un modèle économique autour de contenus et parfois mêmes d'outils essentiellement produits par les internautes. L'intérêt économique est évident pour les plateformes. Ajoutons que ce procédé garantit une plus grande fidélité des utilisateurs, d'autant plus attachés au site qu'ils ont contribué à son contenu» (Stenger et Coutant, 2011). Mais ce principe ne permet pas de distinguer les plateformes et d'en comprendre les spécificités, les pratiques, les enjeux. De plus, l'apparition de nouvelles plateformes (*Quora*, *Foursquare*), de nouvelles fonctionnalités et applications (création de profil, géolocalisation, identification des objets) sur les plateformes existantes rendent aussi difficile que nécessaire une clarification de ce phénomène. Cela passe par une analyse précise des usages, des dispositifs, des modèles d'affaires, des enjeux politiques... fondée à la fois sur les caractéristiques des plateformes et sur les pratiques des utilisateurs.

Le cas particulier des réseaux socionumériques

Boyd et Ellison (2007) ont défini les sites de réseaux sociaux (*social network sites*) comme des services web permettant aux utilisateurs (1) de construire un profil public ou semi-public au sein d'un système, (2) de gérer

une liste des utilisateurs avec lesquels ils partagent un lien, (3) de voir et naviguer sur leur liste de liens et sur ceux établis par les autres au sein du système. Pourtant, les médias, les discours des promoteurs du Web et les discours scientifiques l'emploient à propos de sites ne répondant pas à ces caractéristiques : sites communautaires, *blogs*, *wikis*, sites de partage de contenu, sites de *microblogging*. Cette confusion tient à la dimension uniquement formelle de la définition de Boyd et Ellison qui ne précise pas les activités qui se déroulent sur ces espaces. Dans un contexte de technologie ouverte où les fonctionnalités peuvent facilement être ajoutées à tout type de plateforme, le risque est donc de voir tous les sites correspondre aux critères retenus sans pour autant que les usages y soient identiques. Le cas de *MSN Messenger* en France en est emblématique, puisque l'implémentation de profils et de listes d'amis n'a pas provoqué pour autant une utilisation de ceux-ci par les utilisateurs, qui ont continué à employer le service comme une messagerie instantanée. La nouvelle définition qu'elles proposent dans ce numéro (entretien avec Nicole Ellison) est à ce titre plus éclairante.

Par ailleurs, le *Digital Youth Project* dirigé par Ito livre les résultats d'une vaste enquête compréhensive (plus de huit cents jeunes internautes nord-américains interrogés et des milliers d'heures d'observation en ligne) menée par vingt-huit chercheurs pendant trois ans et consacrée aux usages des nouveaux médias (voir les nombreuses publications associées³). Focalisée sur les activités en ligne des individus, elle distingue *friendship-driven online activity* et *interest-driven online activity*, c'est-à-dire les activités en ligne conduites par l'amitié et les pratiques organisées autour de centres d'intérêt précis. Ito explique :

« la participation axée sur l'amitié correspond à ce que la plupart des jeunes font en ligne : passer du temps avec leurs amis, s'amuser, flirter et se comparer par l'intermédiaire des sites sociaux comme *MySpace* ou *Facebook*. La

participation axée sur les centres d'intérêt, elle, renvoie à des pratiques plus créatives ou plus technophiles, où les jeunes se connectent en ligne avec d'autres autour de passions ou d'intérêts partagés tels que les jeux ou la production créative⁴. »

La plupart des sites regroupés sous l'appellation « médias sociaux » abritent effectivement des activités guidées par un intérêt particulier : regroupement autour de passions ou de pratiques, usage professionnel (veille, réseautage, recherche d'opportunités professionnelles), création ou partage de contenu (connaissances, vidéos, photos, liens), rencontre amoureuse. En revanche, les réseaux socionumériques donnent lieu à des activités guidées par la sociabilité, par l'amitié (le concept d'ami devant alors être réexaminé). Il ne s'agit plus de se retrouver autour de thématiques précises mais de se retrouver tout court, de prendre des nouvelles, de « trainer ensemble » au sein d'un cercle élargi de connaissances (ses « amis »). Il n'existe donc pas d'occupation particulière mais une grande diversité d'activités (Boyd, 2008 ; Coutant et Stenger, 2011) ayant comme structure un réseau « d'amis » en ligne : un réseau socio-numérique. Certains naviguent de profil en profil, laissent des commentaires ou des messages, chargent des photos, des vidéos, écrivent des billets. D'autres participent à des jeux ou tests, partagent des contenus glanés sur Internet ou informent plus ou moins régulièrement de leur quotidien *via* leurs statuts. Le sens des relations et activités des individus s'en trouve fondamentalement changé. Beaucoup de ces activités sont prises explicitement au second degré. Elles correspondent souvent à ce que Lahire (2004) qualifie d'activités prétextes à propos des pratiques culturelles des individus : elles valent moins pour elles-mêmes que pour l'occasion qu'elles fournissent de se retrouver ensemble.

C'est pourquoi nous proposons de résoudre le problème définitionnel posé par des critères uniquement techniques en ajoutant une quatrième caracté-

ristique à la définition de Boyd et Ellison. Il s'agit de spécifier la particularité des usages observés sur les réseaux sociaux numériques : ces sites fondent leur attractivité essentiellement sur l'opportunité de retrouver ses « amis » et d'interagir avec eux par le biais de profils, de listes de contacts et d'applications à travers une grande variété d'activités.

Le choix du terme qualifiant ces plateformes demeure polémique. L'expression « réseaux sociaux numériques » qui tend à s'imposer encourage à la confusion. L'emploi de ces trois termes distincts a effectivement pu donner lieu à deux types de réductions. La première ne retient que les deux premiers éléments « réseaux sociaux ». Il est effectivement naturel de songer à un rapprochement avec les théories de l'analyse structurale des réseaux sociaux et la sociométrie (Letonturier, 2005). La mobilisation de ces courants nécessite cependant une bonne compréhension des liens noués sur ces plateformes et du type de réseau social ainsi constitué. Peut-on postuler que le réseau social d'un individu est fidèlement retranscrit sur les réseaux sociaux numériques ? Si non, quel sens donner à cet extrait sociotechnique ? La seconde réduction occulte cette fois le terme central pour ne retenir que l'idée de réseaux numériques. L'appropriation des plateformes par les individus est alors ignorée pour ne retenir que les potentialités des différentes fonctionnalités des plateformes. Si leurs affordances encouragent à certains usages, le complexe processus d'appropriation par des groupes sociaux et individus aux multiples activités et envies se trouve alors sous-évalué. C'est pourquoi nous préférons employer l'expression « réseaux sociaux numériques », qui a l'avantage de rappeler dans sa forme même que les aspects sociaux et numériques sont deux dimensions intrinsèquement constitutives du phénomène observé.

Ainsi présentés, certains lecteurs attentifs verront peut-être dans les réseaux sociaux numériques d'aujourd'hui le prolongement des « réseaux spécifiques

de communication sociale » tels que définis par Pierre Schæffer⁵, qui constituaient déjà une alternative aux modèles de communication *mass media*. En caractérisant un modèle multipolaire de communication en réseau de groupe à groupe et en favorisant la communication horizontale, ces réseaux préfigurent d'une certaine façon la communication *peer to peer* (de pair à pair) en œuvre aujourd'hui sur Internet. Remarquons toutefois que le modèle de Schæffer suppose deux autres caractéristiques plus difficiles à retrouver sur les réseaux sociaux numériques et qui renvoient davantage aux communautés en ligne : le réseau doit posséder une identité commune et affinitaire et l'organisation doit être autoporteuse notamment grâce à un sens partagé – voir Avron-Le Gall et Charpentier (2007) pour une illustration pratique autour de la radio.

Complexité des réseaux sociaux numériques

C'est donc à une véritable approche sociotechnique que ce numéro veut encourager. Une approche critique du phénomène, interrogeant le lexique qui l'accompagne, les logiques sociales auquel il répond, les incitations du dispositif et les manières de se l'approprier.

Le succès de ces plateformes démontre qu'elles savent répondre à un manque. La focalisation sur leur emploi par la jeunesse a pu faire insister sur leur manière très adaptée de répondre aux problématiques adolescentes : création d'un espace générationnel propre, course à la popularité, possibilité de se comparer aux profils populaires, apprentissage à se comporter en public ou dans les interactions sentimentales (Allard et Blondiau, 2007 ; Boyd, 2008). Le fait que ces plateformes demeurent employées par

une part non négligeable d'adultes invite cependant à élargir l'analyse pour souligner que cet espace de sociabilité répond aux envies d'une population bien plus large. Un premier constat soulève la diversité des types de liens noués. Il s'agit tout autant d'entretenir un vaste réseau de liens faibles que de renforcer les liens forts : une majorité des contacts ne provoquent que peu d'interactions mais quelques uns d'entre eux focalisent la majorité des échanges menés sur la plateforme. Cette fonction de maintien ou de renforcement des relations mérite d'être analysée en profondeur. Les réseaux sociaux offrent effectivement une large palette d'activités où l'on distingue dans les manières de se l'approprier des éléments relevant du besoin de reconnaissance, de la stratégie de promotion personnelle (professionnelle ou non) et même du besoin de pallier à un certain isolement.

Pour autant, au fur et à mesure de leur développement technique, les logiques industrielles et commerciales de leur développement laissent apparaître des enjeux importants tandis que les plateformes dévoilent leur stratégie⁶. La plus évidente concerne la problématique reconfiguration des espaces publics (Miège, 2010) et privés. Si cette question n'est pas née avec les réseaux sociaux (Perriault, 2009) – on peut à ce titre s'interroger sur la pertinence de cette distinction pour comprendre les différentes zones d'intimité se construisant selon le contexte, l'audience ou la thématique abordée –, ces plateformes la posent d'une manière inédite. La configuration de ces espaces encourage en effet à la confusion : alors qu'ils permettent à de multiples audiences d'accéder aux informations partagées et que les pouvoirs publics les reconnaissent comme des espaces publics, les utilisateurs les perçoivent au contraire comme des espaces privés. Les conséquences peuvent être lourdes et l'on peut espérer que la récente décision des Prud'hommes⁷ de valider le licenciement d'employés ayant dénigré leur entreprise

sur leur mur⁸ facilitera la prise de conscience de l'effondrement des contextes (*collapsing contexts*) évoquée par Boyd à propos de ces sites.

La pérennité des informations partagées constitue un autre aspect nécessitant un apprentissage nouveau de la gestion de nos mémoires digitales. Les activités enregistrées sur les réseaux sociaux constituent des traces du quotidien dans tout ce qu'il a de badin, d'ordinaire au sens où l'entendait Cerateau (1980). Pour essentielles qu'elles soient, il n'est pas sûr qu'elles aient vocation à être archivées. La confusion provoquée par les avancées des technologies digitales entre mémorable et mémorisable (Hoog, 2009) prend ici une coloration particulière, puisqu'elle prolonge l'existence de traces que les individus ne sont pas habitués à avoir à assumer sur le long terme. Les commentaires humoristiques sur les excès plus ou moins licites de la fin de semaine comme les affiliations rebelles à tout un ensemble de mouvements culturels et politiques sont des dimensions de nos existences que nous avons coutume de penser cloisonnées, effacées très rapidement. Gérer ces mémoires externes de notre quotidien nécessite la constitution de nouvelles habitudes d'exposition de nous-mêmes auxquelles les contextes antérieurs, en ligne comme hors-ligne, ne nous ont pas habitués (Coutant et Stenger, 2010). Soulignons aussi le potentiel addictif de la mise en visibilité de ce flux d'informations régulières, particulièrement pour les adolescents si attachés à demeurer au cœur de l'activité de leur génération. La gestion de la séparation de ce flux incessant de nouvelles informations et des occasions d'interaction qu'elles recèlent en est problématique. Elle s'avère d'autant plus difficile que non seulement ces sites restent accessibles en permanence, mais qu'en plus il s'agit d'un endroit où se passent les interactions sociales que l'on recherche le plus.

Pour approfondir ces enjeux, ce dossier a été organisé en quatre parties. La première, *réseaux sociaux ou réseaux sociaux numériques*, s'attache à définir précisément

ces espaces. En variant les échelles d'analyse, les auteurs permettent de prendre conscience de leur nouveauté et des imaginaires associés au lexique qu'ils convoquent. Si Pierre-Jean Benghozi démontre comment l'analyse économique intervient à un niveau retenant davantage les similarités entre les médias sociaux, Nicole Ellison et Alain Degenne soulignent pour leurs parts la spécificité sociologique des réseaux socionumériques. Franck Rebillard analyse les stratégies des plateformes masquées par l'imaginaire de la participation. Emmanuel Lazega et Élise Penalva Icher rappellent de leur côté l'investissement individuel nécessaire pour exister dans cette dynamique sociale.

La seconde partie, *la visibilité du quotidien*, s'attache à rendre compte de la spécificité de ces sites. Supports d'expression vécus comme des espaces intimes par leurs utilisateurs, Alexandre Coutant pointe leur rôle ambivalent au sein d'un Web volontiers présenté comme encourageant l'expression identitaire. Geneviève Jacquinet-Delaunay et Olivier Le Deuff rappellent qu'une éducation à ces configurations sociotechniques s'avère donc d'autant plus nécessaire que la culture du ludique qui y est si prégnante, comme l'expliquent Olivier Rampnoux et Valérie-Inés de la Ville, n'encourage pas au recul réflexif. Les enjeux sont pourtant importants, car de nombreuses informations personnelles circulent, sont accessibles par de diverses audiences et échappent en partie aux utilisateurs, comme le démontrent sous différentes approches Dieudonné Tchuenté, Marie-Françoise Canut et Nadine Baptiste-Jessel, mais aussi Mélanie Dulong de Rosnay ainsi qu'Yves Gingras.

Une troisième partie, *à la poursuite du lien social*, approfondit la question des relations formées sur ces espaces. Le terme d'«ami» généralement employé pour qualifier les liens noués masque effectivement une diversité des rapports entre individus et de leurs finalités sur ces espaces. Fabien Granjon effectue une mise au point en mobilisant les différentes études ayant inter-

rogé cette actualisation très particulière de la notion d'amitié. Sonia Livingstone, Giovanna Mascheroni et Maria Francesca Murru proposent un panorama européen très complet des usages des jeunes utilisateurs en matière de mise en contact et de partage d'informations. Chacun à leur manière, Serge Proulx et Mary Jane Kwok Choon ainsi que Brigitte Munier soulèvent aussi l'emprise qu'exerce cette culture de la sociabilité sur l'individu, participant et victime d'une forme de pression sociale renforcée par la vision panoptique permise par ces sites. À l'opposé, Alain Kiyindou remarque l'usage solidaire que développe la diaspora africaine. Le groupe de réflexion «Homme augmenté» de l'ISCC s'interroge, pour sa part, sur l'homme en réseau et les accroissements possibles des capacités humaines.

La dernière partie de ce dossier aborde *l'instrumentalisation des réseaux socionumériques* par les différents acteurs impliqués dans son fonctionnement. Marc Bassoni et Félix Weygand soulignent les enjeux de monétisation très spécifiques à ces plateformes tandis que Thomas Stenger explore la logique de prescription encadrant les activités des utilisateurs en précisant en quoi elle constitue une nouvelle forme d'exploitation de la participation. Olivier Desbief et François Heinderyckx analysent comment les plateformes du Web 2.0 sont appropriées par les secteurs professionnels de l'innovation et de la politique. Sur ce dernier point, Myriam Raymond et Mokhtar Ben Henda nous livrent une réflexion sur le rôle des médias sociaux dans les révolutions tunisienne et égyptienne. L'activité de *networking* (réseautage) professionnel est ensuite détaillée par Olivier Fecherolle avec le cas de *Viadeo*. Ce dernier rappelle qu'elle est très différente des activités de sociabilité sur les réseaux socionumériques. Éric Sautédé offre un changement de perspective en montrant comment ces plateformes sont utilisées par les internautes chinois. Enfin, Jacques Perriault propose un regard distancié en remplaçant les réseaux numériques au sein des industries de la connaissance.

NOTES

1. <<http://www.facebook.com/stats#!/press/info.php?statistics>>.
2. Voir *Le Dispositif. Entre usage et concept. Hermès*, n° 25, 1999.
3. <<http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/>>.
4. <http://henryjenkins.org/2008/11/hanging_out_messaging_around_gee.html>.
5. Voir également Laulan (2007) sur la problématique des machines à communiquer et du lien social chez Schæffer.
6. Voir aussi *Hermès* n° 53 et les travaux de Bertrand Gille (1978) et Maurice Daumas (1996) pour les interactions entre technique, industrie et société.
7. «Les prud'hommes valident le licenciement de trois salariés qui ont critiqué leur société sur Facebook», 2 nov. 2010. En ligne sur <http://www.pressafrik.com/Les-prud-hommes-valident-le-licenciement-de-trois-salaries-qui-ont-critique-leur-societe-sur-Facebook_a43671.html>, consulté le 09/02/2011.
8. Dénigrements connus de la direction grâce à la délation d'un autre employé utilisateur de Facebook, rappelons-le. La plateforme n'est ici encore que le support de pratiques sociales déjà bien expérimentées.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ARNAUD, M. et MERZEAU, M. (dir.), *Traçabilité et Réseaux. Hermès*, n° 53, 2009.
- AVRON-LE GALL, M. et CHARPENTIER, M., «Antélim : une innovation radiophonique en communication sociale», *Hermès*, n° 48, 2007, p. 145-153.
- BOUQUILLION, P. et MATTHEWS, J.-T., *Le Web collaboratif: Mutations des industries de la culture et de la communication*, Grenoble, PUG, 2010.
- BOYD, D. et ELLISON, N., «Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship», *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, n° 1, 2007. En ligne sur <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>, consulté le 10/07/2009.
- BOYD, D., *Taken Out of Context. American Teen Sociality in Networked Publics*, Doctoral Dissertation, University of California, Berkeley, School of Information, 2008. En ligne sur <<http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf> >, consulté le 05/02/2011.
- CERTEAU (de), M., *L'Invention du quotidien. Tome 1: Arts de faire*, Paris, Gallimard, 1990.
- COUTANT, A. et STENGER, T., «Les activités quotidiennes des jeunes sur les réseaux socionumériques: typologie et enjeux», *Réel/Virtuel*, n° 2, mars 2011. En ligne sur <<http://reelvirtuel.univ-paris1.fr/>>, consulté le 05/03/2011.
- COUTANT, A. et STENGER, T., «Pratiques et temporalités des réseaux socionumériques: logique de flux et logique d'archive», *Mémoires et Internet. Médiation et Information*, n° 32, 2010, p. 125-136.
- D'ALMEIDA, N., GRISET, P. et PROULX, S. (dir.), *Communiquer, Innover. Réseaux, dispositifs, territoires. Hermès*, n° 50, 2008.
- DAUMAS, M., *Histoire générale des techniques. Tome 5: Les techniques de la civilisation industrielle: Transformation. Communication. Facteur humain*, Paris, PUF, coll. «Quadrige», 1996.
- GILLE, B. (dir.), *Histoire des techniques. Technique et civilisations, technique et sciences*, Paris, Gallimard, coll. «Encyclopédie de La Pléiade», 1978.
- HOOG, E., *Mémoire, année zéro*, Paris, Seuil, 2009.
- ITO, M. (dir.), *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning With New Media*, Cambridge, MIT Press, 2010.

JACQUINOT-DELAUNAY, G. et MONNOYER, L. (dir.), *Le Dispositif: entre usage et concept*. *Hermès*, n° 25, 1999.

LETONTURIER, E., «Sociologie des réseaux sociaux et psychologie sociale: Tarde, Simmel et Elias», *Hermès*, n° 41, 2005, p. 41-50.

MIÈGE, B., *L'Espace public contemporain: approche info-communicationnelle*, Grenoble, PUG, 2010.

PAUL, V. et PERRIAULT, J. (dir.), *Critique de la raison numérique*. *Hermès*, n° 39, 2004.

PERRIAULT, J., «Traces numériques personnelles, incertitude et lien social», *Hermès*, n° 53, 2009, p. 13-20.

REBILLARD, F., *Le Web 2.0 en perspective. Une analyse socio-économique de l'Internet*, Paris, L'Harmattan, 2007.

RHEINGOLD, H., *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, New York, Addison Wesley, 1993.

STENGER, T. et COUTANT, A., «Web 2.0 et médias sociaux» in STENGER, T. et BOURLIATAUX-LAJOINIE, S., *E-marketing et E-commerce. Concepts, Outils, Pratiques*, Dunod, coll. «Management Sup», 2011.

WOLTON, D., *Internet et après? Une théorie critique des nouveaux médias*, Paris, Flammarion, 1999.

WOLTON, D., *Informé n'est pas communiquer*, Paris, CNRS éditions, 2009.