

L'injonction participative au débat environnemental en ligne : imaginaires d'Internet, démocratie environnementale et communication engageante

Article inédit. Mis en ligne le 15 septembre 2013.

Olivier GALIBERT

Olivier Galibert est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication au laboratoire CIMEOS (EA 4177) de l'université de Bourgogne. Ses recherches portent sur l'instrumentalisation du lien communautaire en ligne. Initialement orientées sur le marketing et le management, elles s'ouvrent aujourd'hui sur les secteurs du développement durable, de la formation à distance et de la santé.

Plan

Introduction

Contexte de la recherche et éléments méthodologiques

Injonction participative et modèle de la communauté virtuelle

La démocratie environnementale en ligne : l'injonction participative renforcée

La participation communicationnelle prise dans l'agir stratégique ?

Questionner le rôle du *community management* dans la participation et l'engagement : l'expérimentation « fet »

Conclusion

Références bibliographiques

Résumé

Quels dispositifs de communication pourraient permettre de mobiliser et d'accompagner les citoyens dans des consommations éco-responsables ? Comment les citoyens usagers vont-ils s'approprier ces dispositifs et donc participer au débat public ? En partant de ces questions de nature fonctionnaliste qui sont au cœur d'une recherche-action que nous menons, nous proposons une critique de l'injonction participative à l'œuvre à la fois dans l'imaginaire d'Internet et dans les principes du développement durable, les implications éthiques qu'elle ne manque pas de susciter.

Mots clefs

Participation, démocratie environnementale, écologie, Web 2.0, *community management*.

Abstract

What communication devices could be used to mobilize and assist citizens in eco-friendly consumption? How users will appropriate these devices and thus will participate to public discussions? Based on these functionalist issues, which are the core of an action research that we're leading, we propose a critic study of participatory injunction. This injunction deals with Internet imaginary and sustainable development precepts

Key words

Public participation, environmental democracy, ecology, Web 2.0, community management.

Resumen

¿Qué equipos de comunicación podrían utilizarse para movilizar y asistir a los ciudadanos en el consumo ecológico? Como los ciudadanos-usuarios se pueden apropiarse de estos dispositivos y, así, participar en el debate público en línea ? basándonos en la investigación-acción que realizamos, ofrecemos una crítica al orden participativo que se inspira tanto en la imaginación de la Internet y tanto en los principios del desarrollo sostenible.

Palabras clave:

Participacion, ecologia, Web 2.0, *community management*.

INTRODUCTION

En mai 2011, a été publié sur le site du Ministère de l'Environnement, du Développement Durable, des Transports et de la Logistique (MEDDTL), un appel à financement de projets de recherche, dans le cadre du programme MOVIDA visant à mieux comprendre les leviers de la consommation éco-responsable. Notre projet interdisciplinaire, finalement retenu par le MEDDTL, questionne notamment le rôle des outils de communication 2.0 dans la mobilisation et l'accompagnement des habitants du quartier de la Fontaine d'Ouche à Dijon vers des pratiques de consommation durable.

Notre démarche vise à impliquer toutes les parties prenantes pouvant avoir un rôle dans la diffusion des pratiques éco-citoyennes dans le quartier, ainsi éventuellement que dans l'accompagnement de la mise en place concrète d'initiatives dites de transition socio-écologiques. Pour Rob Hopkins, « [...] les initiatives de transition constituent une nouvelle approche évolutive de la durabilité à l'échelon de la communauté [...] » (Hopkins, 2007, p.133). Et Hopkins de poursuivre en affirmant que « bien que le pic pétrolier et les changements climatiques soient sans conteste des défis énormes, ils portent en eux la possibilité d'une renaissance économique, culturelle et sociale sans précédent. Nous assisterons à une éclosion d'entreprises locales, de solutions et d'habiletés locales et à une explosion d'astuce et de créativité » (*op cit*, p.187). Bien évidemment, on ne peut présager de l'éclosion de ces micro initiatives à l'échelle d'un territoire. Les solutions préconisées par Hopkins, affichant la prédominance d'un micro niveau, sont discutables. Si pour Hopkins, c'est de l'accumulation de petites expériences disséminées et plus ou moins auto-spontanées que naîtra l'innovation sociale à généraliser, le rôle des collectivités territoriales, des mairies voire des agences de moyen comme l'ADEME est non négligeable. Mais la perspective d'Hopkins témoigne d'une tendance forte, issue principalement du monde associatif militant et souvent relayée par les pouvoirs publics, de vouloir rompre avec une vision « top-down » de gouvernement pour enclencher une approche « bottom-up » de la gouvernance.

Au-delà des spécificités du modèle de la transition, nous identifions deux questions cruciales quant à l'engagement des acteurs de terrain et des habitants dans ces dispositifs de gouvernances participatifs et d'innovation sociale collaborative : 1) quels dispositifs de

communication permettraient de mobiliser et d'accompagner les futurs éco-citoyens dans une logique d'action ? 2) Comment les citoyens usagers vont-ils s'approprier ces dispositifs et donc participer au débat public ? En nous appuyant sur les premiers éléments empiriques de notre recherche, nous proposons dans cet article d'aborder la problématique de la participation en ligne dans le cadre de la démocratie environnementale. Ce travail est l'occasion de mettre à jour une injonction participative provenant tout à la fois de l'imaginaire d'Internet que des principes du développement durable.

Nous reviendrons tout d'abord sur les formes que revêt la participation citoyenne et numérique des habitants du quartier. Nous envisagerons ensuite la conjonction de deux injonctions participatives, l'une de nature technique et l'autre de nature environnementale. Puis, nous questionnerons la nature stratégique des dispositifs de communication participatifs ayant pour thème le développement durable et/ou l'éco-citoyenneté. Enfin, nous décrirons la mise en place d'un dispositif sociotechnique expérimental que nous avons mis en place dans le cadre d'une méthodologie propre à la recherche-action, et dont la structuration interroge les modalités d'engagement des citoyens en ligne.

CONTEXTE DE LA RECHERCHE ET ELEMENTS METHODOLOGIQUES

Si l'objet de notre recherche dépasse la problématique de cet article, nous souhaitons exposer ses éléments méthodologiques sous l'angle de la participation. Les investigations menées au sein du projet « Ville en Transition MOVIDA » interrogent le rôle des services communautaires du Web social dans l'éducation et la communication environnementale auprès des habitants du quartier de la Fontaine d'Ouche à Dijon. Ce territoire possède des caractéristiques originales : un quartier interculturel mixant une zone d'habitat collectif dense avec une zone pavillonnaire ; la présence d'espaces verts en abondance et la proximité de l'espace rural ; une forte activité associative. De nombreuses initiatives à la Fontaine d'Ouche s'inscrivent dans une dynamique environnementale (Jardins partagés, animation d'éducation environnementale dans les écoles, présence d'une éco-classe dans le collège du quartier, opération de maîtrise de la consommation énergétique, etc.). Les inégalités écologiques et urbaines (Villalba et Zaccai, 2007) que pourraient subir les habitants des quartiers dits « sensibles » comme la Fontaine d'Ouche sont prises en compte dans la recherche menée mais notre perspective s'inscrit davantage dans une « estimation » des capacités de résilience des habitants. Est-ce que les habitants des quartiers dits « sensibles » constituent des populations pouvant développer des capacités d'adaptation ? Hopkins parlerait de « résilience » (Hopkins, *ibid.*), face aux conséquences consuméristes de la transition socio écologique ? L'objet de recherche construit et le terrain choisi interrogent le rôle de la communication environnementale dans sa dimension stratégique : quels outils mobilisent et accompagnent les habitants vers des comportements de consommation éco-responsables ? Tout en étudiant l'environnement informationnel et médiatique des habitants et acteurs du quartier, le projet de recherche « VeT MOVIDA » est l'occasion pour nous de questionner l'instrumentalisation de la socialisation électronique dans le cadre de l'action rationnelle en valeur (engagement éco-citoyen) alors que nous l'avons seulement observé jusqu'à présent dans le cadre de l'action rationnelle en finalité (instrumentalisation marketing et managériale des communautés virtuelles).

La méthodologie employée articule l'étude de la présence en ligne des parties prenantes (association, services municipaux, maison de quartier, etc.), l'identification et l'analyse des usages et pratiques TIC des habitants, l'analyse des représentations des acteurs et habitants du quartier sur l'éducation et la communication environnementale 2.0 et l'étude ethnographique des interactions en ligne des habitants sur les actions et les enjeux locaux liés à la transition socio écologique.

Au-delà de l'engagement éco-citoyen, la participation des habitants et des acteurs du quartier à des DISTIC (DISpositifs Sociaux Techniques d'Information et de Communication) est liée, entre autres, aux contenus et services disponibles, mais aussi à leur culture numérique définie ici comme l'ensemble des habiletés, connaissances et représentations liées à l'usage des TIC. A la suite d'une enquête quantitative effectuée auprès d'un échantillon représentatif de la population cible interrogeant les pratiques TIC et citoyennes des habitants du quartier et réalisée en mars 2012, nous avons constaté que le taux d'équipement TIC et la nature des usages étaient conformes à la moyenne nationale française. Les grandes tendances sociodémographiques stigmatisantes (taux de chômage fort, nationalités multiples, etc.) de notre population cible n'apparaissent pas comme discriminantes quant à l'accès aux nouvelles technologies, et ne semblent pas être un frein aux usages avancés du Web social, même si la maîtrise de la langue et de l'écriture du français, pour les habitants issus des vagues d'immigration récentes, pourraient être un frein à la participation aux échanges écrits en ligne. Au regard de notre enquête, l'engagement citoyen présumé dans la forte présence associative dans le quartier doit être nuancée par le vieillissement des membres et par la difficulté d'évaluer l'impact de leurs actions sur la population. Les premiers entretiens semi directifs menés auprès des responsables associatifs confirment également une difficulté à mobiliser les habitants au détriment d'une poignée de citoyens militants très mobilisés et visibles. Quant à la situation géographique du quartier, implanté dans un écrin de verdure, elle permet la mise en place d'ateliers découvertes (promenades didactiques sur la faune et la flore du quartier, mise en place de jardins partagés et accessibles pour les publics empêchés, etc.) animés par les associations, mais nous ne pouvons évaluer à ce stade l'impact positif de ces animations territoriales sur l'engagement citoyen.

A la suite de l'enquête par questionnaires, une série d'entretiens semi directifs auprès de responsables associatifs et d'habitants « community managers » est en cours afin de mieux appréhender la culture numérique participative des interviewés. Ainsi qu'il était à prévoir, les premières analyses, partielles à ce stade, montrent que les *webmasters* et les *community builders* du quartier peinent à créer une dynamique interactionnelle dans les DISTIC autour de la vie locale. L'observation « netnographique » (Kozinets, 2010) envisagée dans notre méthodologie s'avérait donc impossible¹. Après avoir constaté qu'aucun espace en ligne localement centré sur le territoire du quartier et consacré aux thématiques de l'éco-citoyenneté n'existait, nous avons décidé de créer de toutes pièces les conditions d'émergence d'un tel espace. Nous avons choisi de mettre en place à titre expérimental

.....

1La recherche est menée en collaboration avec Cyril Masselot (CIMEOS EA4177), avec l'aide de deux ingénieurs de recherche Franck Dubois et Philippe Patrice Mougél (MSH DIJON UMS CNRS-uB)

une page Facebook animée et modérée par un *community manager* travaillant sous la direction des chercheurs² du projet. Dès lors, nous avons nous aussi été confrontés aux mêmes interrogations que les pouvoirs publics : 1) Est-ce qu'un dispositif communicationnel est efficace pour développer l'engagement citoyen vers des pratiques consuméristes éco-responsables ? 2) Est-ce que l'appropriation du dispositif par les habitants du quartier sera propice à une participation citoyenne ? Le choix de la création d'un DISTIC nous ouvre les portes de la recherche-action alors que nous nous situons dans une démarche compréhensive d'observation (participante dans le cadre de la netnographie). La construction même de la page et de sa politique de *community management* nous encourage à mettre en œuvre des actions visant la mobilisation et donc la participation de notre public cible. Si nos actions doivent être traçables et transparentes en vue de constituer des données de terrains originales et exploitables, elles se doivent également d'être efficaces. Les premiers résultats empiriques obtenus montrent que la participation en ligne des habitants n'est encore qu'embryonnaire.

Nous nous intéressons davantage dans cet article à la dernière interrogation. Nous souhaitons plus particulièrement revenir, dans les parties suivantes, sur l'existence d'un imaginaire du « bottom-up » dont le potentiel normatif nous apparaît lié à une forme d'injonction participative.

INJONCTION PARTICIPATIVE ET MODELE DE LA COMMUNAUTE VIRTUELLE

Les DISTIC sont souvent présentés comme participatifs. En travaillant précédemment sur l'instrumentalisation des communautés virtuelles par le marketing puis par le management au sein des intranets dits 2.0 (Galibert, 2005 ; Carmes et Galibert, 2010), nous avons observé que la nature de cette injonction participative tenait tout autant de l'idéologie d'Internet que de l'idéologie managériale de la gestion par projet. Dans le cadre du modèle discursif idéal de la communauté virtuelle, impliquant notamment une éthique de la discussion, la participation sous-entend l'engagement du salarié membre, du consommateur membre, du citoyen membre dans l'action collective délibérative. La plupart du temps, cette injonction participative est liée à l'inscription du discours dans une vision idéalisée de la prise de décision de type « bottom-up ». Ainsi, le récepteur doit-il adhérer aux principes d'une action collective délibérative, et donc, à cause ou en raison de l'opportunité qui lui est proposée d'intégrer l'action collective, de s'impliquer dans les discussions qui précéderont l'action. Mais comment faire pour que le récepteur devienne un « discutant » ? Comment faire pour que le récepteur participe au dispositif de communication censé l'engager ? Comment faire en sorte que le récepteur s'engage en respectant une certaine éthique de la discussion ? Comment le spectateur devient-il acteur ?

Les réseaux sociaux numériques constituent aujourd'hui des dispositifs massivement utilisés sur Internet. Si l'on peut y voir l'avènement d'un Web 2.0 (en attendant le 3.0 ou le 4.0), il faut davantage envisager ces usages comme un prolongement d'une tendance qui a toujours été présente. En effet, le Web a-t-il été un jour 1.0 ? L'histoire d'Internet montre le

.....

2 La recherche est menée en collaboration avec Cyril Masselot (CIMEOS EA4177), avec l'aide de l'ingénieur de recherche Franck Dubois (MSH DIJON UMS CNRS-uB)

contraire : le Web, interface multimédia et hypertextuelle d'Internet, créée au CERN à la fin des années 80, propose un vernis d'interface « user-friendly » sur des applications communicationnelles telles que les forums de discussion, les *mailing lists* et les IRC (Internet Relay Chat), qui existaient bien avant cette période. Pour ne prendre que l'exemple des forums de discussion, leur création date de 1979³. Par ailleurs, dès 1969⁴, les *Requests For Comment*, à la base de la normalisation technologique et sociale du réseau mondial, sont des exemples frappants d'intelligence collective.

Néanmoins, il paraîtrait surprenant de ne pas prendre acte de la massification des usages coopératifs, collaboratifs voire communautaires sur Internet due à l'apparition et au développement de plateformes sociotechniques de mise en relation d'un nouveau genre. Ces dernières, de plus en plus simples d'utilisation, intégrant toutes les possibilités multimédias dans une logique de convergence, mettent à disposition des usagers, dès le milieu des années 2000, des outils de communication synchrones et asynchrones, et rassemblent des internautes de manière plus ou moins pérennes autour d'intérêts communs. Dans ce contexte, le design communautaire, s'il a pu engager des questionnements de nature ergonomique, se résume de plus en plus au choix des contenus, à la rédaction de chartes d'utilisation et à leurs modalités d'application. Les grands réseaux sociaux numériques, et tout particulièrement Facebook, ont fixé la norme de manière telle que le design communautaire, autrefois créatif, se borne aujourd'hui à définir une politique de *community management*. Si cette normalisation interroge sur le quasi monopole d'un acteur des industries du contenu sur une part écrasante de ce qu'on a pu présenter, à la suite de Bernard Miège, comme un *espace public morcelé*, elle fait tomber les barrières technologiques et multiplie de fait les espaces d'échanges en ligne et leur fréquentation. Ainsi, les interactions sociales dans les RSN (Réseaux Sociaux Numériques) de type Facebook « [...] rencontrent, quand elles ne les provoquent pas malgré elles, les réactions des citoyens/usagers/consommateurs » (Miège, p.111. 1997).

Qu'elles se situent sur le plan des communautés virtuelles « grand public » portées par un RSN de type Facebook ou des communautés managériales dans des Intranets 2.0, force est de constater que pour les experts et les professionnels du *community management*, l'un des enjeux majeur réside dans la participation des usagers. Les nouveaux terrains que nous exploitons aujourd'hui pour observer l'instrumentalisation du processus de socialisation électronique (le *e-learning*, la santé et, ce qui nous intéresse particulièrement ici, le développement durable⁵) confirment cet état de fait. Sur le plan opérationnel, les

.....

3 Créé par des étudiants de L'Université de Caroline du Nord, les valeurs prônées par les administrateurs de ce réseau sont encore aujourd'hui proches de l'idéal libertaire et collégial des pionniers d'Internet. (<http://www.usenet-fr.net/usenet.html>)

4 La première RFC a été publiée par Steve Crocker, l'inventeur de cette forme d'innovation collaborative à l'origine de la création d'Internet, en 1969, sous le nom de RFC 1 : « Host Software » (<http://tools.ietf.org/html/rfc1>)

5 Il s'agit ici tout d'abord d'un partenariat avec la société *Crossknowledge* sur les enjeux du *e-learning 2.0* incluant une recherche doctorale en convention CIFRE, d'un travail de recherche sur les enjeux communicationnels des SACI de patients et d'accompagnants touchés par le cancer ou les maladie inflammatoire (LABEX LIPSTIC), du projet de recherche « Villes en Transition le cas du quartier de la Fontaine d'Ouche à Dijon », financé par le programme MOVIDA du Ministère de l'Ecologie, du Développement

« community builders » se demandent comment faire en sorte que les usagers s'engagent dans l'interaction en ligne. De l'activité communicationnelle que ces interactions produiront, découle le succès de la stratégie de communication à l'origine de l'instrumentalisation du dispositif sociotechnique. Si tous les acteurs s'accordent sur la nécessité participative, les méthodes visant à provoquer cette participation sont encore à construire.

La participation à un dispositif communicationnel revêt différentes formes. On peut mentionner tout d'abord l'inscription au site ou à la page communautaire pour accéder aux débats. Ensuite, la participation se manifeste dans l'intervention discursive sous forme d'une proposition écrite, d'une question ou d'une réponse à une question. Nous pouvons ajouter à cette dernière le partage de fichiers multimédias. Elle peut également se traduire simplement par une activité de lecture passive des propositions, même si cette forme est souvent considérée comme une « non-participation » nuisible à la construction du processus de socialisation électronique. C'est particulièrement le cas lorsqu'il est question de démocratie participative où la figure du « lecteur passif » est souvent dépréciée au profit d'émission de commentaires du « contributeur ». Si la généralisation de la participation « active » traduit une parole plus partagée et collégiale, la lecture passive du contenu conversationnel d'un SACI (Service et Application Communautaire sur Internet) nous apparaît comme une forme de participation à part entière. En ceci, nous suivons Michel Marcoccia lorsqu'il écrit qu'« [...] une personne qui se contente de lire les interventions sans jamais participer au forum (un *lurker*) appartient quand même au groupe de conversation dans la mesure où le cadre participatif spécifique d'un forum prévoit la lecture "à l'insu" comme forme de participation » (Marcoccia, 2003, p. 9-55).

Il y a donc plusieurs niveaux de participation qu'il conviendrait de catégoriser plus précisément car ils déterminent un niveau d'engagement différent. La constitution du lien communautaire en ligne est au cœur de la problématique de la participation, dans la mesure où ce dernier est à la fois la cause et la conséquence de cette participation en ligne. Sans participation, le lien est impossible puisque les non-usagers ne peuvent éprouver ce que les psycho-sociologues nomment le sentiment d'appartenance. Et sans la perspective d'une quelconque appartenance à un collectif, l'utilisateur ne s'engagera pas dans l'interaction.

LA DEMOCRATIE ENVIRONNEMENTALE EN LIGNE : L'INJONCTION PARTICIPATIVE RENFORCEE

Le développement durable est très souvent affaire de ce qu'Isabelle Pailliant nomme la « communication territoriale ». L'étude de la communication territoriale comprend l'identification, l'analyse et la compréhension des discours produits par les élus, les services des collectivités, la société civile du territoire (ex : les associations de quartier) et les habitants. Les TIC sont des vecteurs incontournables de la stratégie de communication d'une collectivité territoriale et l'étude de leur insertion sociale entre dans le champ de la communication territoriale. Les possibilités interactives d'Internet sont mises à profit pour la publicité vers les habitants mais également pour mobiliser ces derniers dans des débats

[suite de la note]

Durable, de la Logistique et des Transports, et qui vise à comprendre le rôle des SACI dans la transmission de l'information, des connaissances et des bonnes pratiques liées à la consommation éco-responsable.

en ligne, préalables aux actions des pouvoirs publics. Comme le dit Isabelle Pailliant, « [...] l'intégration des TIC dans des dispositifs de concertation se présente comme une tentative de réponse du corps politique aux mutations sociales en cours » (Pailliant, 2006, p. 126). Et dans ces mutations sociales, il nous faut prendre en compte l'appropriation généralisée des réseaux sociaux. Ainsi, les qualités discursives des outils 2.0 apparaissent, aux yeux des politiques, comme des dispositifs communicationnels à même de mobiliser les acteurs du territoire, ravivant par là même la vieille utopie d'une démocratie directe électronique et locale. Les représentations d'usages participatifs des TIC que portent notamment les élus s'insèrent dans une forme idéalisée qui articule, de notre point de vue, imaginaire « bottom up » d'Internet et de la démocratie participative. Le débat environnemental est traditionnellement une thématique au cœur des échanges délibératifs en ligne institués par les pouvoirs publics, et notamment via le Ministère de l'écologie en France (Maccoccia, *ibid.*, p. 14). Cette présence en ligne est la conséquence du lien fort entre « environnement » et « démocratie locale », actualisé dans le principe de « démocratie environnementale », traduisant le fait que « la participation des parties prenantes, ou des personnes et groupes concernés, est devenue une norme de l'action publique environnementale » (Barbier & Larrue, 2011, p.67). Ce consensus autour de la démocratie environnementale est très présent dans les politiques de rénovation urbaine, où les problèmes environnementaux s'ajoutent aux enjeux traditionnels de l'urbanisme, telles que l'insécurité, les inégalités ou l'augmentation de la consommation. Ainsi, il semble plus « [...] aisé de gérer les pressions qui pèsent sur les villes qui tendent vers un développement durable quand les institutions locales, en particulier les autorités gouvernementales, se montrent transparentes, participatives et responsables » (Assadourian & Renner, 2012, p.477). La démocratie environnementale fait sienne les attendus de la participation de tous au processus délibératif. A savoir que la délibération garantit, comme le rappelle Loïc Blondiaux, que « [...] l'avis de tous ceux qui peuvent être touchés par une décision aient une occasion de s'exprimer face à l'autorité compétente, [qu'elle (NDR)] améliore l'information des acteurs et favorise l'émergence de solutions nouvelles. La délibération supplée en particulier aux carences de la décision politico-administrative traditionnelle lorsqu'elle se fonde sur des critères exclusifs de rationalité technique ou économique. Elle démontre l'existence de véritables ressources d'expertise profane qui peuvent concurrencer celles des experts municipaux. Elle amène enfin des acteurs en conflit et aux intérêts divergents à prendre en compte, ne serait-ce que formellement, l'opinion et les croyances de l'autre » (Blondiaux, 2001 ; p. 47).

Au-delà et en-deçà de la démocratie environnementale, « [...] la communication est une nécessité du développement durable et le sera de plus en plus » (Libaert, 2010, p.26). La dimension communicationnelle du développement durable est également envisagée dans sa dimension discursive et participative. Il s'agit par exemple, dans le cadre de l'article 40.25 de l'Agenda 21, de « mettre à profit diverses initiatives de création de liaisons électroniques pour appuyer le partage de l'information, donner accès aux bases de données et aux autres sources d'information, faciliter la communication afin de réaliser des objectifs plus larges [...] » (Rapport de la conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement, 1992). Si la communication est un pilier du développement durable, c'est principalement dans sa capacité à mobiliser tous les acteurs de la société dans une résolution des problèmes socio écologiques à venir. Et ce dans une vision idéalisée de « transparence » et de « participation » de tous. Ce que confirme le sociologue Salvador Juan en proposant les grandes lignes du plan d'action communicationnel accompagnant le développement durable : [...] information préalable,

débat-médiation, concertation à valeur décisive, changement des positions relevant de la participation » (Juan, 2011, p.251).

LA PARTICIPATION COMMUNICATIONNELLE PRISE DANS L'AGIR STRATEGIQUE ?

La participation de tous dans les actions et les décisions liées aux actions éco-citoyennes vient s'adosser à l'imaginaire des TIC, et en particulier de l'imaginaire d'Internet. Il nous semble que les deux formes d'imaginaires communicationnels s'inspirent du même modèle : l'Espace Public habermassien. Si l'Espace Public, dans sa dimension politique universaliste, est hors d'atteinte pour Jürgen Habermas, il n'en n'est pas de même de l'espoir de construction d'un espace public fragmenté, se composant au détour d'espaces de débats ou d'expressions mobilisant à une échelle réduite, locale, nationale ou transnationale, en ligne, la société civile autour de questions cruciales pour notre vivre-ensemble.

Les services et Applications Communautaires sur Internet (SACI) (Galibert, 2003) tels que les réseaux sociaux, les forums de discussions, les blogs, les *chatrooms* ou les vidéoconférences partagées, véhiculent de manière normalisées des représentations et des attitudes. Ces dispositifs communicationnels sont très souvent considérés comme participatifs par nature. Construits sur la base de l'éthique hacker (Himanen, 2001) et de l'éthique scientifique (Flichy, 2001) c'est-à-dire sur des valeurs de coopération instituant le partage d'information, la reconnaissance des pairs, et l'activité discursive comme source principale de connaissance, les échanges effectués sur Internet gommeraient la hiérarchie et les rapports de domination qui en découlent. Si les hackers et les scientifiques sont encouragés au débat par des logiques de reconnaissances à l'intérieur de leur champ respectif, qu'en est-il des citoyens *lambda*? Cette nature « engageante » reste largement à déconstruire. L'engagement, que ce soit dans un changement de représentations, d'attitudes ou de comportements, est idéalement envisagé, nous semble-t-il, aujourd'hui, comme nécessairement collectif et technologique : c'est par l'argumentation et l'interaction en ligne que les *community builders* et les *community managers* souhaitent « engager » les usagers, dans les actions ou les représentations voulues.

Mais malgré cet imaginaire technologique participatif, les théories de l'engagement peuvent difficilement s'extraire d'une pensée communicationnelle stratégique. La notion d'engagement *via* la communication est au cœur de nombreux discours de managers et de marketers. Il s'agit alors d'engager le client dans le « faire aimer » ou dans le « faire agir » ; c'est-à-dire l'engager dans une représentation positive envers un produit ou dans une prise d'information supplémentaire envers ce produit. Sur le plan de la communication interne, il faut engager le salarié (aujourd'hui le collaborateur) dans la culture d'entreprise, le partage des connaissances, une démarche qualité, etc. Un lien fort existe entre le principe d'engagement et le développement d'une ingénierie symbolique (Floris, 1995). Dans le cadre d'une politique de *knowledge management*, l'engagement sous-entend pour les salariés, sous couvert d'une injonction au partage de connaissances, une implication active visant la pérennisation de cette ingénierie symbolique. Il en va de même sur le plan de la communication externe où les marketers tentent d'associer les clients à la conception du produit ou du service qu'ils consomment. Ce travail du consommateur (Dujarier, 2008) est très visible sur les services 2.0 dans lesquels les internautes sont tout autant usagers que créateurs de contenus (O'reilly, 2005).

Comme l'a montré Bernard Miège dans les années 80 à la suite de Jürgen Habermas, la communication stratégique se propage à toutes les activités de la société, qu'elles soient marchandes ou non-marchandes. La construction d'une action collective efficace *via*

l'engagement participatif des cibles de communications stratégiques n'est que très rarement remise en question. L'on peut voir aujourd'hui, par exemple dans le champ de l'écologie et du développement durable, des collectivités territoriales s'interrogeant sur la meilleure façon d'« engager » leurs administrés dans des pratiques éco-responsables via l'application, en France, des agendas 21 ou des principes participatifs décrits par le rapport du Comité opérationnel n° 34 : « Sensibiliser, informer et former le public aux questions d'environnement et de développement durable » dans le cadre du Grenelle de l'environnement. Au plan national, le débat sur la transition énergétique et son espace. « contribuer » (<http://www.transition-energetique.gouv.fr/les-idees>) poursuit cet objectif.

La participation au débat est sollicitée par les pouvoirs publics. Cette consultation, si elle répond parfois à certaines exigences habermassiennes comme celle d'une discussion raisonnable et raisonnée, ne peut s'extraire de la prégnance du pouvoir politique qui la met en place. Le manque de lisibilité du rôle des débats publics dans les projets de loi ou les prises de décisions institutionnelles (Monnoyer-Smith, 2011) participe de la généralisation d'une représentation désabusée de « non-prise » en compte de la parole citoyenne. Cette difficile prise en compte risque à terme de ramener le contenu des interactions en ligne comme un élément parmi d'autres d'une stratégie de communication publique visant à donner un crédit participatif à des décisions prises « en haut » *donnent* par leurs interventions ou leur présence à des outils de communication dont la valorisation économique, managériale ou sociétale leur échappe. Cette forme de rationalisation perçue de la participation et de l'engagement apparaît comme une hypothèse pertinente quant aux raisons déjà identifiées de désaffection des individus pour la participation citoyenne démocratique.

QUESTIONNER LE ROLE DU COMMUNITY MANAGEMENT DANS LA PARTICIPATION ET L'ENGAGEMENT : L'EXPERIMENTATION « FET »

La demande sociale n'a de cesse de solliciter les SHS, et en particulier les chercheurs en SIC, sur la compréhension des modalités d'implication des citoyens dans les dispositifs participatifs en ligne. La situation est complexe : les initiatives institutionnalisées semblent peiner à se mobiliser, tandis qu'une myriade d'espaces d'échanges et de discussions émergent de manière auto-spontanée sur la toile. Les politiques de développement durable sont, pour les raisons évoquées plus avant, un terrain d'observation privilégié de cette dynamique. La communication engageante et instituante, sollicitée spécifiquement sur la question environnementale (Bernard, 2007, 2010), se présente comme l'une des seules réponses structurées dans le champ des SIC pour questionner la participation tout en préconisant des procédures destinées à stimuler cette dernière et répondre ainsi à la demande sociale. Elle subsume en un sens l'ensemble des recherches-actions menées aujourd'hui en SIC. Ayant choisi une posture similaire via le projet de recherche Vet MOVIDA, nous sommes donc amenés à nous prendre position face aux perspectives ouvertes par cette théorie émergente.

Partant du constat d'une crise de la démocratie représentative et d'un affaiblissement des pratiques démocratiques citoyennes, Françoise Bernard propose une théorie qui, dans sa dimension normative, vise à répondre aux urgences écologiques, sanitaires et culturelles (les trois champs d'intervention des chercheurs en communication engageante et instituante) en persuadant les citoyens de s'engager dans des conduites répondant à ces urgences. L'engagement éco-citoyen que prévoit cette théorie dépasse l'injonction participative propre au développement durable et aux principes de la démocratie environnementale. Pour les théoriciens de la communication engageante et instituante,

L'injonction participative doit être articulée à une stratégie manipulative d'engagement du récepteur, pour être suivi des effets escomptés. La théorie de la communication engageante et instituante affirme qu'un acte préparatoire, peu coûteux, favorise la réception de discours de changement, et débouche à terme sur la mise en place d'actes traduisant l'attitude positive envers ce changement.

L'importance de la dimension publique de l'acte préparatoire pourrait nous permettre d'articuler la communication engageante à la dimension dramaturgique instituante d'un espace public restreint produit via les interactions dans un SACI. Mais cette condition ne suffit pas à articuler deux approches qui apparaissent difficilement conciliables. La procédure discursive d'énonciation essentielle à l'approche habermassienne s'oppose par principe selon nous à la communication engageante et instituante puisque cette dernière participe d'une vision diffusionniste de l'information : un émetteur formé à la communication engageante et instituante (chercheur, militant associatif, ou simple citoyen), qui cherche à « engager » un individu ou plusieurs à agir positivement et publiquement envers la cause (écologique en ce qui nous concerne) défendue, via un message soigneusement construit. Il existe une ambiguïté entre le déclenchement de l'acte préparatoire et l'orientation participative que revendiquent, dans un deuxième temps, les chercheurs de ce courant. La logique communicationnelle d'engagement, comme nous l'avons vu, affirme le primat de l'action. Le processus d'engagement est tributaire de l'acte préparatoire. Mais comment garantir que l'acte préparatoire est issu d'une logique participative et discursive ? En instaurant le primat de l'action, la théorie de la communication engageante et instituante opère une hiérarchisation temporelle entre 1) l'action, 2) l'interaction, 3) la signification et 4) l'institutionnalisation (Bernard, 2010, p. 81). Dans la perspective même des principes de co-construction de la recherche-action, il serait nécessaire de développer les conditions discursives et participatives de la production de l'acte préparatoire.

L'idéal « bottom up » de la communauté virtuelle, porté par l'injonction participative technicienne et environnementale, s'oppose aux logiques « top down » de persuasion ou de soumission (fussent-elles librement consenties) inhérentes au processus d'engagement dans l'acte préparatoire. La page Facebook expérimentale « FeT : Fontaine d'Ouche en Transition »⁶ que nous mettons en place actuellement ne s'inscrit pas dans l'approche prônée par la communication engageante et instituante. Sur le plan fonctionnel, cette page Facebook, accessible depuis la mi-avril 2013, a pour but de fournir aux habitants et aux acteurs du quartier (associations, services municipaux, collectivité, etc.) un espace d'informations, d'échange de connaissances et de bonnes pratiques liés à la consommation durable. Cette page souhaite davantage constituer une « communauté de pratiques » qu'un espace délibératif. Nous avons voulu éviter de susciter—des points de vues normatifs complexes pour nous rapprocher de l'expérience vécue des habitants, partant du postulat que les débats délibératifs, souvent techniques, peuvent être confisqués par un petit groupe de citoyens ou d'acteurs institutionnels (Monnoyer-Smith, 2011). Sur le plan méthodologique, la création de cette page a pour but de nous fournir matière à observation de type ethnographique (analyse des interactions entre usagers via les

.....

6 <http://www.facebook.com/foentransition>

commentaires, provenance des usagers, périodicité des interventions, etc.). La création de la page a également pour but de fournir un outil de recrutement d'habitants-contributeurs à interroger quant à la pertinence de notre outil numérique dans l'émergence ou l'accompagnement des comportements éco-responsables. Enfin, nous avons le souci de questionner le rôle du *community management* dans le déploiement d'une activité communicationnelle participative des habitants, à la fois dans sa capacité annoncée d'augmenter l'activité communicationnelle des usagers (renvoi d'informations, « like », commentaires, etc.) que dans son action de régulation de cette action communicationnelle (politique et actions de modération, procédure de « droit de réponses » de tiers interpellés dans des commentaires, etc.).

Le rôle du *community management* apparaît primordial quant aux enjeux de la participation et de la gestion symbolique du social dans le dispositif. Les leviers de l'animation, tout comme ceux de la modération, peuvent être activés à titre expérimental pour questionner leurs impacts et interroger leurs enjeux. Traditionnellement associé à la communication stratégique, le *community management* revendique une capacité à mobiliser l'activité communicationnelle en prenant acte d'une certaine incompressibilité du monde vécu. En effet, tous les principes opératoires du *community management* présents dans la littérature managériale actuelle (Ertzcheid, Faverial, Guegen, 2010 ; Meuleman, 2011 ; Mazier, 2012 ; Chauvin, 2011 ; Chéreau 2010) s'accordent sur un contrôle social hors de portée. Interroger le rôle réificateur ou émancipateur du *community management* dans les SACI positionne notre recherche-action et son dispositif expérimental dans la réflexion sur l'injonction technicienne et environnementale de la participation. Par ailleurs, nous avons souhaité intégrer l'injonction participative au sein même du *community management*. Dans le but d'impliquer en amont les parties prenantes les plus significatives de la transition socio-écologique du quartier de la Fontaine d'Ouche, nous avons souhaité constituer un comité de pilotage pour envisager collégialement le *community management* de la page. Cette approche collective à pour but, sur le plan fonctionnel, d'une part de faciliter les synergies avec les sites web des parties prenantes et de générer du contenu informationnel, d'autre part d'apporter une expertise « terrain » à nos contenus, et enfin de dégager la responsabilité des seuls chercheurs des contenus éditoriaux. Le COPIL « *community management* » de la page Facebook FeT vise à « démocratiser » la gestion du symbolique dans le SACI. En ce sens, cette mesure s'inscrit dans l'idéologie « bottom up » que nous avons tentée de circonscrire dans cet article. Il n'en demeure pas moins que l'expérimentation d'un *community management* collégial doit s'observer, sur un plan fonctionnel, dans sa capacité à générer la participation, l'adhésion aux principes de l'éco-citoyenneté et l'activité en ligne des habitants. Sur le plan scientifique, le *community management* collégial doit continuer d'être étudié dans sa potentialité à rationaliser le social et dans sa capacité à s'actualiser dans les discours d'accompagnement, tels que peuvent l'être ceux de l'injonction participative.

CONCLUSION

En partant d'une question que nous posent les acteurs d'un territoire afin de co-construire avec eux des dispositifs ouvrant la voie à des comportements de consommation responsables et durables, nous avons tenté de mettre en lumière la double origine de l'injonction participative sociotechnique et environnementale. Nous avons également souhaité souligner l'ambiguïté communicationnelle de tels dispositifs pris entre agir stratégique et agir communicationnel. La méthode expérimentale en SIC est une

alternative riche de potentialité compte tenu de nos objets de recherche. L'accompagnement du chercheur au design d'une plateforme collaborative citoyenne peut être, nous semble-t-il, une méthodologie crédible dans la mesure où elle s'accompagne d'un regard réflexif et transparent sur les délibérations entre chercheurs et parties prenantes quant au processus de constitution du SACI et de son animation. Les méthodes quantitatives de type « enquêtes par questionnaires », quant à elles, peuvent se révéler très utiles pour analyser des faits tels que les usages et pratiques des services Internet à l'échelle d'une population dans un territoire. Elles se combinent parfaitement avec des méthodologies plus qualitatives, plus familières en SIC, venant explorer les représentations.

Hormis la question méthodologique (expérimentation, méthodes quantitatives et qualitatives, observations), la revendication épistémologique de s'inscrire dans la recherche-action positionne notre recherche sous le feu d'une tradition sociologique critique très présente dans notre champ disciplinaire, insistant sur les risques d'une collusion entre les objectifs des commanditaires de telles recherches et les résultats produits par les chercheurs impliqués. Ce type de critique normative de la recherche-action peut se généraliser à l'ensemble des recherches contractuelles et présuppose que les commanditaires visent une caution scientifique à leurs actions ou à leurs représentations. Or, les organisations sollicitant l'expertise scientifique visent souvent le positionnement critique que ne peuvent leur offrir des consultants, non tenus à l'éthique scientifique, et notamment à la reconnaissance par les pairs, inhérente à la valorisation académique des travaux produits. Dans un article récent revisitant les théories de la participation politique en ligne, Laurence Monnoyer Smith affirme que « [...] certains auteurs proposent de relire les modèles de participation et se penchent sur les facteurs qui y contribuent en prenant en considération les vecteurs spécifiques de la participation. Il en ressort une appréhension plus fine du triptyque motivation, compétence (*capacity*) et mobilisation » (Monnoyer-Smith, 2011).

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Assadourian Erik & Renner Michael (coord.) (2012), *RIO + 20. Des idées pour changer le monde – Vers une prospérité durable*, Paris, Editions de la Martinière.

Barbier Rémi et Larrue Corinne, « Démocratie environnementale et territoires : un bilan d'étape », *Participations*, 2011/1 N° 1, p. 67-104.

Bernard, Françoise (2010), « Pratiques et problématiques de recherche et communication environnementale : explorer de nouvelles perspectives », *Communication et organisation* [En ligne], 37 | 2010, mis en ligne le 02 mai 2011. URL : <http://communicationorganisation.revues.org/pdf1275>

Bernard, Françoise (2007), « Communication engageante, environnement et éco-citoyenneté : un exemple des « migrations conceptuelles » entre SIC et psychologie sociale », *Communication et organisation*, N°31, Migrations conceptuelles, Bordeaux, Presses Universitaires de Bordeaux. Bordeaux.

Blondiaux, Loïc, (2001) « Démocratie locale et participation citoyenne : la promesse et le piège », *Mouvements*, 2001/5 no18, p. 44-51. DOI : 10.3917/mouv.018.0044

Carmes, Maryse, Galibert, Olivier (2010), « L'enchevêtrement des territoires numériques inter-intranet : un questionnement des déterritorialisations / re-territorialisations des pratiques salariés », *Revue Communication des organisations*, – « Pour une approche de la communication au travail », n°36, p. 191-220, Bordeaux, Presses Universitaires de Bordeaux.

- Chauvin, Pascal (2011). *Le community management nouvelle approche de la communication*. Paris, Gualino-Lextenso éd.
- Chéreau, Matthieu, (2010). *Community management comment faire des communautés web les meilleures alliées des marques*. Paris, Dunod.
- Dujarier, Marie-Anne (2008). Le travail du consommateur de McDo à eBay : comment nous co-construisons ce que nous achetons. Editions La Découverte. Paris.
- Ertzscheid, Catherine, et al. (2010), *Le community management stratégies et bonnes pratiques pour interagir avec vos communautés*. préface de Lionel Fumado. [Paris], Diatein
- Flichy, Patrice (2001), *L'imaginaire d'Internet*, Paris, Editions La Découverte.
- Floris, Bernard (1996), *La communication managériale*, Grenoble, PUG.
- Galibert, Olivier (2005), « Vendre, donner, discuter » *Revue scientifique Les enjeux de la communication*, Grenoble : Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication (GRESEC), Université de Grenoble 3, 2005, Mis en ligne le 18 mars 2005. http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2004/Galibert/index.php
- Carmes, Maryse, Galibert, Olivier (2010), « L'enchevêtrement des territoires numériques inter-intranet : un questionnement des déterritorialisations / re-territorialisations des pratiques salariés », *Revue Communication des organisations* « Pour une approche de la communication au travail », n°36, p. 191-220, Bordeaux, Presses Universitaires de Bordeaux.
- Galibert, Olivier ; Lepine, Valérie ; Pelissier, Cédric (2011), « Convergence des logiques sociales de la collaboration et des communautés en ligne » (p.197-222), in Miège , Bernard ; Winck, Dominique (dir.), *Les masques de la convergence. Enquêtes sur Sciences, industries et aménagements*, Paris, Editions des Archives contemporaines.
- L'énigme du don*, Paris, Fayard.
- Habermas, Jurgen (1987), *Théorie de l'agir communicationnel. Tome1, Rationalité de l'agir et rationalisation de la société*, Paris, Fayard.
- Habermas, Jurgen (1993), *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Collection « Critique de la politique ». Payot.
- Himanen, Pekka (2001), *L'éthique hacker et l'esprit de l'ère de l'information*, Paris, Edition Exils.
- Hopkins, Rob (2007), *Manuel de transition. De la dépendance au pétrole à la résilience locale*, Montreal, Editions Ecosociété.
- Joule, Robert & Beauvois, Jean-Louis (2002), *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- Juan, Salvador (2011), *La transition écologique*, Toulouse, Editions ERES.
- Kozinets, Robert. V. (2009), *Netnography doing ethnographic research online*, London, Sage.
- Lépine, Valérie (2000) *Les enjeux communicationnels et socio-organisationnels du déploiement des dispositifs de groupware en entreprise (la médiatisation technique du travail collaboratif)*, thèse de Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, Grenoble. Université Stendhal Grenoble 3.
- Libaert, Thierry (2010), *Communication et environnement, le pacte impossible*, Paris, PUF.
- Marcoccia, Michel (2003), « Parler politique dans un forum de discussion », *Langage et société*. 2003/2 n° 104. p. 9-55.

Mazier, Didier (2012), *Community management votre stratégie marketing et communication sur les réseaux sociaux*, Saint-Herblain, Éd. ENI.

Meuleman, François (2011), *Community management écrire sur les réseaux sociaux*, Liège, Edipro.

Miège, Bernard (1989), *La société conquise par la communication*, Tome1, Grenoble, PUG.

Monnoyer-Smith, Laurence. (2011), *Communication et délibération enjeux technologiques et mutations citoyennes*, Paris, Hermès science publications-Lavoisier.

Monnoyer-Smith, Laurence (2011), « La participation en ligne, révélateur d'une évolution des pratiques politiques ? », *Participations*, 2011/1 N° 1, p. 156-185.

O'Reilly, (2005), « What Is Web 2.0 ? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software », <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

Paillart, Isabelle (2006), « Territoires, Identités et communication », In Olivesi, Stéphane (dir.). *Sciences de l'Information et de la Communication. Objets, savoirs, disciplines*, Grenoble, PUG.

Villalba, Bruno ; Zaccā, Edwin (2007), « Inégalités écologiques, inégalités sociales : interfaces, interactions, discontinuités ? », *Développement durable et territoires* [En ligne], Dossier 9 | 2007, mis en ligne le 02 septembre 2007

Autre ressource

Rapport de la conférence des Nations Unis sur l'environnement et le développement, Rio de Janeiro, 3-14 juin 1992. http://www1.agora21.org/rio92/A21_html/A21fr/a21_40.html